KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, terjadi perubahan gaya hidup khususnya di kota-kota besar seperti di DKI Jakarta. Munculnya *café* atau kedai kopi dengan berbagai konsep yang menarik dan didukung sajian variasi minuman yang unik membuat eksistensi tempat semakin digemari oleh para remaja. Tidak bisa dipungkiri bahwa menjamurnya tempat bersantai segala golongan seperti *cafe* atau kedai kopi, masyarakat membutuhkan tempat yang sekedar melepas letih atau mencari tempat *refreshing* yang dapat menyegarkan suasana kembali, dan *café* atau kedai kopi menjadi salah satu pilihan *favorite* di kalangan masyarakat.

Bisnis makanan dan minuman *(food and beverage)* adalah salah satu jenis usaha yang paling diminati di Indonesia. Namun seiring berkembangnya zaman, kebutuhan manusia akan makanan dan minuman menjadi sangat beragam yang mengharuskan perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan kualitasnya. Berdasarkan data pusat statistik, pertumbuhan industri makanan dan minuman terus meningkat. Pada tahun 2016 sebesar 8,33%, tahun 2017 sebesar 9,23%, tahun 2018 sebesar 7,91%, tahun 2019 7,78%, dan tahun 2020 sebesar 1,58% (Sumber: bps.go.id). Hal ini, berpengaruh karena adanya pertumbuhan industri makanan dan minuman yang begitu pesat dan sangat berpotensi bagi para pebisnis untuk terjun ke dalam sektor tersebut.

Salah satu contoh peluang bisnis yang sedang tren saat ini yaitu bisnis minuman segar yang dikombinasi dengan berbagai macam *topping* salah satu contoh yaitu *bubble*

atau *boba*, yang melengkapi citra rasa dari minuman itu sendiri. Hal tersebut membuat konsumen sangat tertarik untuk mengkonsumsi minuman *bubble*, karena konsumen dapat minum sambil mengunyah makanan yang ada di dalam minuman tersebut.

Bubble atau biasa disebut oleh kalangan masyarakat yaitu "boba atau *black pearls*" merupakan *topping* yang dibuat dari bahan tepung tapioca, gula merah, dan susu ini berasal dari negara Taiwan. Boba memiliki tingkat popularitas yang tinggi di berbagai negara seperti Amerika, Thailand, Singapura, dan Indonesia. Sehingga, para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk membuka peluang usaha yang sesuai dengan tren di zaman sekarang. Salah satu bisnis minuman boba yang lagi tren saat ini yaitu Street Boba. Street Boba adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bisnis kuliner yang menawarkan produk yang bervariasi.

Street Boba memilih untuk berkolaborasi dengan *influencer* seperti Jovi Adhiguna dan *Public Figure* seperti Ririn Ekawati. Pada akhir Januari tahun 2020, Street Boba membuka gerai pertamanya di Kawasan Ampera, Kemang, Jakarta Selatan. Street Boba memiliki target dalam 1 tahun bisa membuka 100 gerai di seluruh Indonesia. Dengan memiliki konsep yang khas, Street Boba memilih lokasi di pinggir jalan agar bisa dikenal oleh masyarakat. Selain itu, Street Boba juga memilih *design* interior dengan konsep berbau Jepang, *instagramable*, bernuansa kuning – biru dan memiliki ciri khas lainnya yaitu *mascot* yang diberi nama "BOBITA" sebagai *symbol*. Sehingga, yang membedakan Street Boba dengan lainnya selain lokasi dan *design* interior yaitu harga, karena Street Boba mengedepankan harga yang lebih terjangkau di kalangan *millennial* dengan tujuh varian rasa yaitu berkisar 24.000 sampai 27.000.

Demi terciptanya kepuasan konsumen perusahaan harus mampu memberikan kualitas produk yang unggul dan berkualitas, serta suasana toko yang sesuai dengan

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ekspektasi konsumen. Menurut Oliver dalam Zeithaml, Bitner dan Gremler (2018:80) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah respon dari konsumen setelah kebutuhan atau keinginannya terpenuhi.

Gerai Street Boba yang berada di wilayah Rawamangun, Jakarta Timur merupakan gerai kedua dari Street Boba. Oleh karena itu, *store* kedua dari Street Boba tersebut selalu didatangi oleh pengunjung. Artinya Street Boba mendesain tempatnya sedemikian rupa untuk menarik minat konsumen. Mulai dari tempat duduk dan meja yang nyaman, alunan musik yang menambah kesan *cozy*. Di Street Boba, pengunjung dapat menikmati minuman sambil bersantai dan berbincang dengan teman atau sekedar menikmati minuman sambil melakukan pekerjaan. Menurut Kartika dan Syahputra dalam Isnandari dan Sunarti (2018), suasana toko adalah suatu kombinasi karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata ruang, papan tanda dan pajangan, pewarnaan, pencahayaan, suhu udara, suara dan aroma, yang mana karakteristik tersebut saling bekerja sama untuk menciptakan citra perusahaan di dalam benak pelanggan.

Salah satu *food vlogger* yang memiliki *channel youtube* "Boengkoes" telah me-review produk Street Boba, bahwa kualitas produk Street Boba memiliki kualitas yang unggul. Dengan rasa minuman yang pas tidak terlalu manis dan bahan baku yang digunakan adalah bahan baku berkualitas, serta topping dari Street Boba tersebut memiliki ciri khas tersendiri yaitu *boba* berwarna cokelat dengan tekstur kenyal dan mudah untuk didapatkan ketika di seruput. Menurut Himawan (2016) kualitas produk adalah ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Gerai Street Boba yang berada di wilayah Jakarta Timur selalu di datangi oleh pengunjung. Dibalik kesuksesan dari Street Boba, apakah ada keluhan atau kendala yang dialami oleh Street Boba atau tidak. Oleh karena itu, penulis merasa tertarik untuk

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

meneliti dengan melakukan pra penelitian kepada 30 responden dimana peneliti memberikan pertanyaan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Penulis melakukan kegiatan pra penelitian yang telah mencicipi produk dari Street Boba di daerah Jakarta Timur.

Berdasarkan hasil pra penelitian yang telah dilakukan kepada 30 konsumen (Tabel 1.1). Bahwa banyak yang memberikan keluhan kepada *staff* Street Boba mengenai kualitas produk, terutama rasa yang terkadang kurang manis atau kemanisan. Tidak hanya itu, ada beberapa konsumen yang menilai mengenai suasana toko gerai Street Boba Rawamangun, khususnya konsumen yang *stay* lama dengan melakukan kegiatan di gerai tersebut. Keluhan yang diberikan oleh konsumen mengenai suasana toko, seperti volume *music* yang sangat kencang sehingga membuat konsumen kesulitan dalam melakukan komunikasi terhadap pelayan atau teman sebayanya, dan di gerai Street Boba Rawamangun ini belum ada fasilitas Wi-Fi sehingga membuat konsumen tidak tertarik untuk *stay* lama di gerai tersebut. Hal tersebut membuat para konsumen ingin beralih ke pesaing dengan fasilitas yang mendukung. Maka, Street Boba dinilai belum sepenuhnya mampu untuk membuat para konsumen merasa puas.

Tabel 1.1

Hasil Pra Penelitian

No	Pernyataan	Jumlah Responden	Persentase
1.	Kualitas Produk	13	43.3%
2.	Suasana Toko	17	56.&%
	Total Responden	30	100%

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Berdasarkan masalah di atas, maka perlu dipertimbangkan untuk diteliti lebih lanjut mengenai pengaruhnya terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang adakah pengaruh dari kualitas produk dan suasana toko terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasikan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, maka peneliti membatasi masalah-masalah tersebut menjadi sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur?
2. Apakah terdapat pengaruh suasana toko terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur?

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

D. Batasan Penelitian

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Objek yang diteliti adalah Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.
2. Subjek penelitian yaitu konsumen yang telah mengkonsumsi dan mendatangi Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.
3. Wilayah penelitian Jakarta Timur.
4. Penelitian dilakukan pada bulan April – Agustus 2021

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Toko terhadap Kepuasan Konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur"

F. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh Suasana Toko terhadap kepuasan konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

G. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan atas penelitian ini, antara lain:

1. Manfaat bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai salah satu masukan informasi mengenai Kualitas Produk, Suasana Toko dan Kepuasan Konsumen Street Boba Rawamangun Jakarta Timur.

2. Manfaat bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis tentang pemasaran khususnya bagaimana Kualitas Produk dan Suasana Toko dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.