



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perekonomian Indonesia sebagian besar didorong oleh peningkatan konsumen rumah tangga dan salah satu industri yang berkembang pesat yaitu industri makanan dan minuman. Pertumbuhan penjualan perusahaan didorong oleh meningkatnya pendapatan pribadi dan peningkatan pengeluaran untuk makanan dan minuman terutama dari meningkatnya jumlah konsumen kelas menengah yang mengakibatkan perusahaan lokal sangat ambisius. (Sumber: [www.djkn.kemenkeu.go.id](http://www.djkn.kemenkeu.go.id))

Saat ini, banyak konsumen yang mengkonsumsi minuman kemasan dan racikan yang berbeda sehingga memberikan peluang bagi perusahaan untuk ikut serta dalam industri minuman kekinian. Dimana kini telah menjadi gaya hidup baru di masyarakat Indonesia khususnya di perkotaan, *trend* minuman kekinian saat ini tersedia lewat berbagai pilihan baik rasa ataupun harga, sehingga industri minuman kekinian berkembang dengan pesat salah satunya adalah minuman boba.

Minuman boba berasal dari negara Taiwan yang ditemukan pada tahun 1980-an. Minuman ini sangat terkenal pada saat itu di Taiwan dan akhirnya banyak perusahaan yang membawa bisnis minuman boba ini ke Indonesia. Banyaknya gerai minuman boba yang sudah terdapat di seluruh Indonesia membuat boba masih menjadi salah satu minuman terpopuler yang dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Merek minuman boba pertama kali masuk di Indonesia adalah Hop Hop. Hop Hop membuka outlet pertamanya di Indonesia pada tahun 2001.

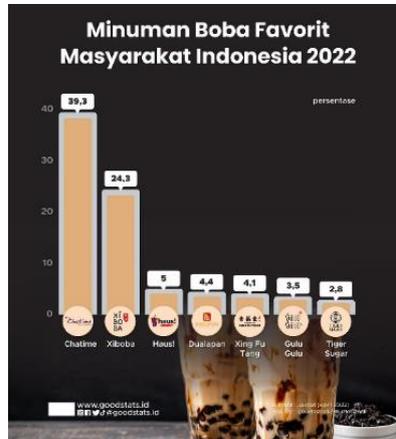
Mayoritas konsumen minuman boba di Indonesia berasal dari generasi muda yakni sekitar 41% dengan rentang usia antara 15 hingga 39 tahun. Besarnya pasar minuman boba di Indonesia didorong oleh faktor meningkatnya jumlah pemasaran secara *delivery*





Gambar 1. 1

Data Minuman Boba Favorit di Indonesia Tahun 2022



Sumber: <https://goodstats.id/> (Diakses pada 18 November 2022)

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa terdapat beberapa merek minuman boba favorit di Indonesia, antara lain Chatime, Xiboba, Haus, Dualapan, Xing Fu Tang, Gulu Gulu dan Tiger Sugar. Pada data terlihat bahwa Chatime yang menempati posisi ke-1 yang meraih persentase sebesar 39,3% dan Xiboba menempati posisi ke-2 yang meraih persentase sebesar 24,3%. Xiboba merupakan sebuah *brand* yang menyajikan minuman boba (Bubble Tea) untuk seluruh masyarakat Indonesia. Terinspirasi oleh kata “Xi Yue” yang berarti Kebahagiaan, Xiboba hadir bertujuan untuk membawa kebahagiaan bagi siapa saja yang meminumnya dengan rasa yang khas. (Sumber: <https://kulogroup.com/xiboba/>).

Xiboba berdiri sejak tahun 2019 di bawah kulo Group. Xiboba merupakan *brand* lokal asli Indonesia, meskipun memiliki penggunaan nama istilah asing dengan mengadopsi cita rasa yang khas dari Taiwan. Xiboba menawarkan minuman boba berkualitas premium dengan harga paling terjangkau di Indonesia. Dalam jangka waktu yang dapat dikatakan singkat dengan perkembangan bisnisnya pun melaju dengan sangat pesat. Sejak tahun 2020 dan Xiboba tercatat telah memiliki lebih dari 400 cabang

© Hak cipta milik IBI KKG (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.



yang tersebar di seluruh Indonesia. Xiboba berhasil menaikkan popularitasnya dengan menawarkan minuman boba dengan harga yang terjangkau. (sumber: [www.mby-group.com](http://www.mby-group.com))

Menurut Wijayanti (2018:51) Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan harga produk, yang meliputi daftar harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit (*term of payment*), atau kebijakan lainnya. Sebuah harga berperan sebagai penentu utama bagi pembeli, apabila harga yang ditetapkan oleh penjual terlalu tinggi maka harga tersebut tidak dapat dijangkau oleh konsumen dan berdampak pada penurunan pada produk perusahaan. Sebaliknya jika harga yang ditetapkan terlalu rendah maka berdampak rendahnya profitabilitas dan konsumen beranggapan bahwa barang yang ditawarkan berasal dari barang lama.

Berikut adalah data perbandingan harga minuman boba di Indonesia:

**Tabel 1. 1**

**Data harga boba di Indonesia**

<b>Nama merek</b>	<b>Harga</b>
<b>Chatime</b>	Rp19.000 – Rp27.000
<b>Xiboba</b>	Rp19.000 – Rp24.000
<b>Haus</b>	Rp14.000 – Rp17.000
<b>Xing Fu Tang</b>	Rp30.000 – Rp50.000
<b>Gulu Gulu</b>	Rp33.000 – Rp38.000

Sumber: [www.foodierate.com](http://www.foodierate.com) dan [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)

(Diakses pada 18 November 2022)

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat data harga Xiboba yang dibandrol dengan harga Rp 19.000 – Rp. 24.000. Dengan ukuran cup yang cukup besar berdiameter sekitar 10 cm dengan tinggi cup 15 cm, dan disetiap cup Xiboba bervolume 16 oz atau sekitar dengan 470 ml. Dengan harga dan ukuran tersebut dapat dikatakan harga yang ditawarkan oleh Xiboba sesuai dengan budget kalangan muda. Menu Xiboba juga beragam, dengan

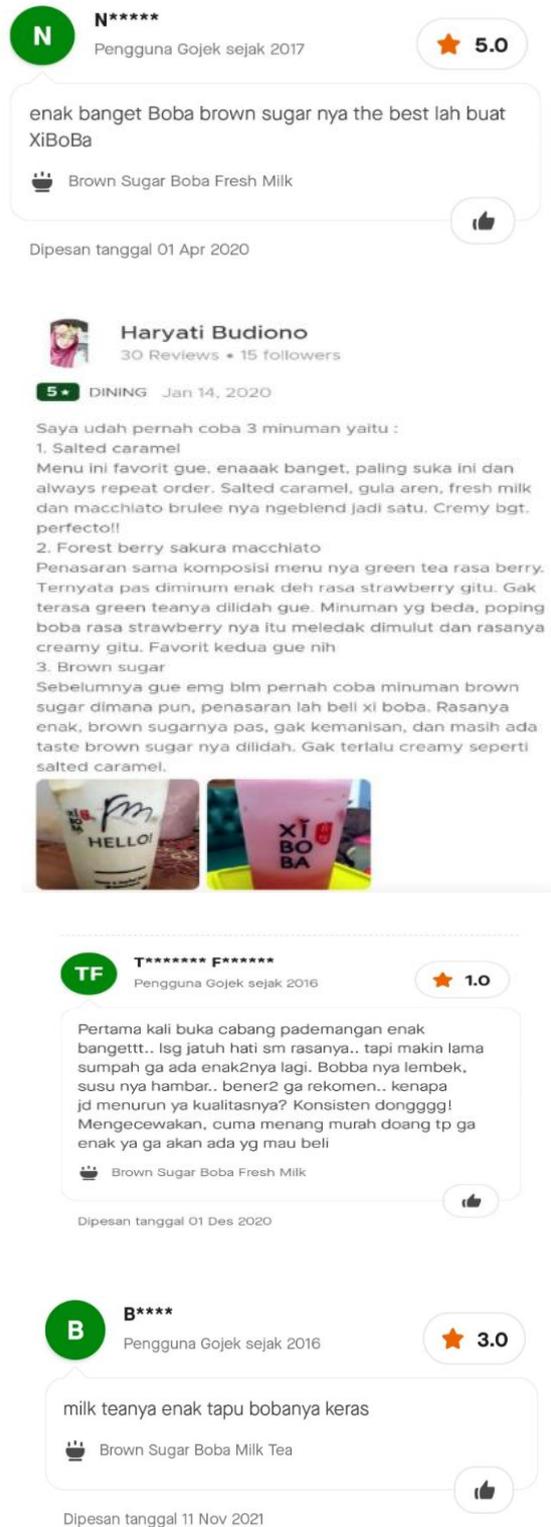
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





Gambar 1. 2

Review Pelanggan Xiboba Tahun 2020 di Jakarta Utara



Sumber: <https://www.gojek.com> dan [www.zomato.com/id/jakarta](http://www.zomato.com/id/jakarta)

(Diakses pada 18 November 2022)

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan gambar 1.2 terlihat *review* pelanggan Xiboba tahun 2020 dan 2021 mendapatkan komentar positif dan negatif dari pelanggan minuman Xiboba, menurut inisial N pada pesannya tanggal 1 April 2020, “enak banget boba brown sugarnya the best lah buat xiboba”. Serta menurut Haryati Budiono pada tanggal 14 Januari 2020 yang memesan 3 minuman, “ Saya udah pernah coba 3 minuman yaitu:

1. Karamel asin

Menu ini favorit gue, enaaak banget, paling suka ini dan always repeat order. Salted caramel, gula aren, fresh milk dan macchiato brulee nya ngeblend jadi satu. Cremy bgt. perfecto!!

2. Berry hutan sakura macchiato

Penasaran sama komposisi menu nya green tea rasa berry. Ternyata pas diminum enak deh rasa strawberry gitu. Gak terasa green teanya dilidah gue. Minuman yg beda, popping boba rasa strawberry nya itu meledak dimulut dan rasanya creamy gitu. Favorit kedua gue nih

3. Gula merah

Sebelumnya gue emg blm pernah coba minuman brown sugar dimana pun, penasaran lah beli xi boba. Rasanya enak, brown sugarnya pas, gak kemanisan, dan masih ada taste brown sugar nya dilidah. Gak terlalu creamy seperti salted caramel.

Dilihat dari ratingnya posisi Xiboba menempati posisi ke 2 dengan harga yang terjangkau dan review yang bersifat positif pada produk di Jakarta Utara, namun masih ada beberapa pelanggan yang tidak sejalan dengan pendapat konsumen di atas, diantaranya, menurut inisial TF pada pesannya tanggal 1 Desember 2020, “Pertama kali buka cabang pademangan enak bangettt.. Isg jatuh hati sm rasanya.. tapi makin lama sumpah ga ada enak2nya lagi. Bobba nya lembek, susu nya hambar.. bener2 ga rekomen..

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



kenapa jd menurun ya kualitasnya? Konsisten dongggg! Mengecewakan, cuma menang murah doang tp ga enak ya ga akan ada yg mau beli”. Serta menurut inisial B pada pesannya tanggal 11 November 2021, “milk teanya enak tapu bobanya keras”. Oleh karena itu Xiboba harus mencari tahu apa yang menjadi keluhan konsumen tersebut, apakah terdapat hal yang berkaitan dengan sumber daya manusia atau adanya keluhan terhadap kualitas bahan baku Xiboba yang digunakan agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal dan dapat mengurangi review negatif dari konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai minuman Xiboba di Jakarta Utara dengan judul **“Pengaruh Cita Rasa dan Harga terhadap Keputusan Pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah cita rasa berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara?
3. Faktor-faktor apa mempengaruhi keputusan pembelian Xiboba di Jakarta Utara?



### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis akan membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas menjadi :

1. Apakah pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara?
2. Apakah pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara?

### 1.4 Batasan Penelitian

Agar tujuan penelitian ini menjadi lebih terarah , penulisan akan membatasi ruang lingkup penelitian pada :

1. Objek penelitian yang dipakai oleh penulis adalah produk minuman Xiboba di Jakarta Utara.
2. Subjek penelitian adalah konsumen yang membeli dan mengonsumsi produk minuman Xiboba di Jakarta Utara.
3. Periode penelitian mulai bulan Oktober 2022 sampai Maret 2023.

### 1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan Batasan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

“Pengaruh cita rasa dan harga terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara”.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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.



## 1.6 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian minuman Xiboba di Jakarta Utara.

## 1.7 Manfaat penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis, Penelitian ini bermanfaat untuk memperdalam teori mengenai cita rasa, harga produk sebagai sarana untuk meningkatkan kompetensi dan mengembangkan wawasan dalam membuat produk makanan yang dibutuhkan oleh konsumen.
2. Bagi perusahaan, Penelitian ini bermanfaat agar menjadikan masukan bagi perusahaan untuk menetapkan strategi pemasaran yang lebih baik lagi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang