

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan gaya hidup manusia yang didukung dengan kemampuan ekonomi membuat pola hidup di Indonesia berubah menjadi cerminan gaya hidup yang lebih modern dan mengutamakan kepuasan dalam berbelanja. Dengan adanya bisnis ritel maka keinginan dan kebutuhan masyarakat akan lebih mudah untuk dipenuhi. Perkembangan bisnis ritel di Indonesia tergolong pesat karena merupakan negara dengan masyarakat yang berjumlah besar dengan tingkat konsumsi yang besar. Salah satu contoh bisnis ritel yang cukup lama bertahan dan berkembang di Indonesia yaitu Chatime. Chatime merupakan salah satu bisnis ritel yang bergerak di industri food & beverages asal Taiwan yang didirikan pada 2005 dan sejak saat itu dikembangkan dengan membuka lebih dari 1000 gerai di seluruh dunia. Di Indonesia ritel Chatime pertama kali dibuka pada 2011 dan sampai saat ini telah mencapai lebih dari 210 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Chatime merupakan terobosan terbaru di bidang minuman bubble tea. Konsep tea yang diterapkan oleh Chatime di Indonesia bukan merupakan hal yang baru. Nama Chatime berasal dari bahasa Mandarin dimana “cha” artinya teh “time” artinya waktu maka diartikan sebagai waktu yang tepat untuk menikmati teh. Berikut gambar produk minuman chatime :



**Gambar 1.1 Minuman Chatime**

Minuman bubble mutiara saat ini banyak diminati masyarakat khususnya para anak muda, selain itu minuman bubble mutiara ini banyak pesaing 99 100 yang datang namun tea bubble Chatime ini berhasil mengalahkan minuman tea lainnya yang sudah lebih lama memproduksi. Setiap produsen minuman bubble disarankan untuk tanggap mengenai Kualitas Pelayanan,

kepercayaan, minat beli dan loyalitas pelanggan. Chatime merupakan bagian dari Bisnis Kawan Lama Retail dan PT. Foods Beverages Indonesia, sebagai master franchise nya. Maraknya bisnis minuman tea bubble mengakibatkan beberapa produsen minuman tea bubble tidak mampu bertahan akibat banyaknya pesaing baru yang menjual. Chatime berhasil mengimbangi seniornya di pasar, bahkan lebih menonjol dan mengalahkan produk minuman bubble tea lainnya. yang membedakan Chatime dari pesaingnya adalah Chatime tidak menggunakan tea instan seperti minuman bubble mutiara umumnya. Chatime menawarkan berbagai seri varian antara lain Mellow Milk Tea yang menjadi menu andalan Chatime, Oriental Pop Tea, QQ Jelly, Smoothies Series, Energetic Healthy Juice, Fresh Tea, Chatime Special Mix, Coffee, dan Mousse. Menu kopi dan smoothies yang disediakan Chatime sebagai variasi menu lain bagi konsumen yang ingin menikmati minuman selain tea. Sebagian besar bahan-bahan dasar yang digunakan oleh Chatime di Indonesia di impor langsung dari Taiwan, seperti tea dan sirup demi menjaga kualitas rasa tea yang autentik dari Taiwan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Top Brand, Chatime mencatatkan diri sebagai minuman bubble mutiara paling populer karena Chatime berhasil menduduki peringkat pertama dibandingkan dengan pesaing lainnya. Chatime telah berhasil menjadi top brand award pada kategori minuman bubble tea mutiara di Indonesia. data dapat dilihat dari tabel 1.1 sebagai berikut :

**Tabel 1.1**  
**Top Brand Bubble Tea di Indonesia Periode 2018-2020**

Merek	2018	2019	2020
Chatime	44.88%	56.0%	57.5%
Hop-hop	30.74%	12.5%	12.4%
Lup-Lup	6.31%	11.9%	11.5%
Chill Bubble Tea	-	4.5%	5.4%
Quickly	2.01%	3.1%	2.7%

Sumber : [www.minumanindonesia.com](http://www.minumanindonesia.com)

Tabel diatas menunjukkan berdasarkan data presentase Top Brand Index (TBI) 2018, 2019, 2020 terlihat bahwa Chatime menempati posisi pertama Top Brand Index sebesar 56.0%, Hop-hop menempati posisi kedua dengan Top Brand Index 12.5%, Lup-lup menempati posisi ketiga dengan Top Brand Index 11.9%, Chill Bubble Tea menempati posisi keempat dengan Top Brand Index 4.5% dan posisi terakhir yaitu Quickly dengan Top Brand Index 3.1%. dilihat dari segi merek, Chatime sudah tidak diragukan lagi keunggulannya. Ini menjadi acuan bahwa Chatime merupakan merek yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia maupun masyarakat luar.

Di dalam bisnis kuliner ini pengusaha di tuntut untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, karena terjadi peningkatan jumlah usaha yang memunculkan persaingan semakin ketat. Maka untuk menghadapi persaingan dalam pemasaran dan keadaan yang seperti itu, pengusaha harus mempunyai cara alternatif dalam usahanya agar tetap bisa berkembang dengan baik dan dapat bertahan dalam persaingan di pasar. Upaya yang dilakukan perusahaan dalam memerhatikan konsumen yaitu melihat kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi faktor utama keberhasilan sebuah usaha. Oleh karena itu konsumen mengharapkan kualitas kinerja yang dapat memberikan kepuasan dan loyalitas konsumen dengan memberikan kepercayaan agar minat beli pelanggan beli berulang kali dan membuat pelanggan puas. Akan tetapi terdapat permasalahan pada Outlate daerah Bekasi Utara.

Dari hasil observasi peneliti terhadap pelanggan chatime daerah Bekasi utara. Kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan kurang baik, pelayanan yang kurang baik membuat, kepercayaan dan minat beli terhadap loyalitas pelanggan menurun. Kualitas pelayanan juga merupakan faktor utama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan nilai pribadinya dan mengalami mood yang positif terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan tersebut. Pelanggan seringkali tidak loyal disebabkan oleh adanya pelayanan yang buruk atau kualitas pelayanan yang semakin menurun dari yang diharapkan pelanggan.

Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Untuk dapat menjadi pelanggan yang loyal, seorang pelanggan harus memulai beberapa tahapan. Proses ini berlangsung lama dengan penekanan dan perhatian yang berbeda untuk masing-masing tahap karena setiap tahap mempunyai kebutuhan yang berbeda. Dengan memperhatikan masing-masing tahapan dan memenuhi kebutuhan dalam setiap tahap tersebut, perusahaan memiliki peluang yang lebih besar untuk membentuk calon pembeli menjadi pelanggan loyal dan klien perusahaan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh research gap pada penelitian terdahulu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Ayu Putri., 2022) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Charles & Keith Mall Ratu Indah Makassar. Mengatakan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap minat beli dimediasi oleh kepuasan pelanggan di Charles & Keith Mall Ratu Indah Makassar. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu sampel non probabilitas dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak

140 responden. Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu menggunakan Structural Equation Modelling (SEM) dengan menggunakan bantuan SmartPLS versi 3.0 for windows, Hasil penelitian ini menunjukkan, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap minat beli, kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli, dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap minat beli melalui kepuasan pelanggan pada konsumen Charles & Keith Mall Ratu Indah Makassar.

Selanjutnya, penelitian menurut (Yunus Agung., 2019) Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Usaha Susu Murni Siliwangi A-Karsan Bandung). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah pengaruh yang ditimbulkan dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada pelanggan Usaha susu Murni Siliwangi A-karsan Bandung. Penelitian ini menggunakan nonprobability sampling dengan judgemental sampling sebagai kategori sampling. Penelitian ini melibatkan 220 responden sebagai objek dengan rentang usia 18-50 Tahun dan pernah membeli atau mengkonsumsi jajanan yang didagangkan. Instrumen yang digunakan yaitu dengan melakukan observasi, wawancara pada pelaku usaha ataupun karyawan dan pengisian angket oleh konsumen yang akan dianalisis menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan yang ditimbulkan dari kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening.

Penelitian menurut (Faishal., 2022) Pengaruh Kualitas Layanan, Minat Beli Dan Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Mengatakan bahwa Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, minat beli dan kepuasan pelanggan pada konsumen Rumah Makan Sop Kaki 999 Bandung Khas Mas Udin, Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. populasi penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Sop Kaki 999 Bandung Khas Mas Udin, dan sampel yang di gunakan dalam penelitian ini sebanyak 62 responden dimana metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS yaitu analisis regresi linier berganda dengan persamaan  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$ . Berdasarkan hasil analisis yang telah di uraikan di peroleh hasil bahwa variabel X1 Kualitas Layanan, variabel X2 Minat Beli, dan variabel X3 Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikansi terhadap variabel Y Loyalitas Pelanggan Rumah Makan Sop Kaki 999 Bandung Khas Mas Udin 88,6% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di telititi dalam penelitian ini. Dengan persamaan regresi  $Y = 1,022 + 0,222 X_1 + 0,721 X_2 + 0,024 X_3$ .

Penelitian menurut (khusnul rofiah., 2019) Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. kepuasan pelanggan merupakan hal penting bagi perusahaan, karena pelanggan yang puas pada

akhirnya akan menjadi pelanggan yang loyal dan dapat mempromosikan apa yang pelanggan rasakan kepada calon pelanggan lain. Apabila perusahaan dapat menciptakan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan, maka perusahaan akan dapat menciptakan pelanggan yang loyal. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatif (explanatory research). Populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah Bank Muamalat dengan menggunakan sampel sebanyak 90 nasabah. Pengambilan sampel secara aksidental. . Variabel dalam penelitian berjumlah tiga variabel yaitu variabel kualitas pelayanan (x), kepuasan pelanggan (y1) dan loyalitas pelanggan (y2). Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan model analisis jalur (path analysis) dan pengolahan data menggunakan program SPSS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Kepuasan pelanggan dapat dibangun dari Kualitas pelayanan yang baik, 2) Kepuasan yang dirasakan pelanggan dapat membangun sebuah loyalitas pelanggan, 3) Untuk membangun loyalitas pelanggan, dapat melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan juga dari kualitas pelayanan yang baik dari Bank Muamalat Jombang.

Dari permasalahan yang ditemui di lapangan bahwa terdapat permasalahan pada kualitas layanan dan kepercayaan terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan yang telah dipaparkan di atas. Oleh karena itu, maka dilakukan penelitian dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Minat Beli dan Loyalitas Pelanggan Pada Minuman Chatime Di Daerah Bekasi Utara ”**

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terjadi pada Loyalitas Pelanggan yang diberikan kepada pelanggan maka, penelitian ini hanya memfokuskan pada permasalahan mengenai variabel kualitas pelayanan dan minat beli serta pengaruhnya terhadap minat beli dan loyalitas pelanggan di Daerah Bekasi Utara

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil rumusan permasalahan untuk melakukan penelitian yaitu sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?
2. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Beli minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?
3. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?

4. Apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?
5. Apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?
6. Apakah Minat Beli dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?
7. Apakah Minat Beli dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui dan menganalisa pada penelitian ini :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Minat Beli minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
2. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Minat Beli minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
3. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
4. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
5. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Minat Beli berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
6. Untuk mengetahui dan menganalisa apakah Minat Beli dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara
7. Untuk mengetahui dan menganalisa Minat Beli dan Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan minuman chatime di Daerah Bekasi Utara.