

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di industri minuman semakin ketat, termasuk di sektor usaha es teh, seperti yang terjadi di Bengkalis. Persaingan ini mendorong setiap pelaku usaha untuk memaksimalkan keuntungan dan mempertahankan eksistensinya di pasar yang semakin kompetitif. Agar dapat bertahan, pelaku usaha dituntut untuk terus kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produk, sehingga dapat memenuhi kebutuhan pasar serta mempertahankan loyalitas konsumen.

Perkembangan industri minuman siap saji di Indonesia menunjukkan tren yang semakin meningkat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan produk yang praktis, terjangkau, dan memiliki cita rasa yang menarik. Salah satu jenis minuman yang digemari berbagai kalangan saat ini adalah es teh kekinian, yang hadir dengan inovasi cita rasa dan tampilan yang lebih variatif. Fenomena ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku usaha untuk mampu bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif, termasuk pelaku usaha lokal.

Salah satu faktor penting dalam keberhasilan sebuah usaha adalah kemampuannya memahami perilaku konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal, seperti selera, preferensi, serta kualitas produk yang ditawarkan. Dalam industri minuman, cita rasa menjadi aspek krusial yang berpengaruh besar dalam menarik dan mempertahankan minat konsumen. Kepuasan konsumen terhadap cita rasa yang ditawarkan akan berdampak langsung pada loyalitas dan keputusan pembelian.

Cita rasa merupakan salah satu elemen penting dalam bauran produk (*product mix*) yang secara langsung memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas suatu produk. Dalam konteks minuman, cita rasa yang enak, unik, dan

sesuai dengan preferensi konsumen berperan besar dalam membentuk pengalaman konsumsi yang positif, sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang bahkan membangun loyalitas terhadap merek. Oleh karena itu, memahami sejauh mana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian menjadi hal yang sangat penting, terutama bagi usaha di sektor minuman seperti Es Teh Rindu.

Es Teh Rindu merupakan salah satu usaha minuman lokal yang berkembang di Kabupaten Bengkalis. Usaha ini didirikan pada tahun 2022 oleh Bapak Winaldi, seorang pengusaha yang memiliki visi untuk menghadirkan minuman segar dan harga terjangkau. Usaha ini menyajikan berbagai varian rasa teh dengan kombinasi bahan tambahan seperti *Original Tea*, *Milk Tea*, *Apple Tea*, *Lychee Tea*, dan *Honey Lemon Tea* yang ditujukan untuk memenuhi selera pasar yang dinamis. Dengan harga yang kompetitif dan kemasan yang menarik, Es Teh Rindu berhasil menjangkau berbagai segmen konsumen, mulai dari pelajar hingga masyarakat umum. Hingga saat ini, usaha ini telah memiliki lima outlet di beberapa titik strategis di Bengkalis dan mencatat penjualan rata-rata antara 200 hingga 500 cup per bulan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa pendapatan harian Es Teh Rindu berkisar antara Rp50.000 hingga Rp100.000, yang jika diakumulasikan dalam satu bulan menghasilkan pendapatan sekitar Rp1.500.000 hingga Rp3.000.000 per outletnya. Jumlah ini tergolong sebagai penghasilan usaha mikro, yang sangat bergantung pada jumlah pelanggan dan keputusan pembelian mereka. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengetahui faktor apa yang paling memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli, salah satunya adalah cita rasa. Apabila cita rasa produk mampu memenuhi ekspektasi konsumen, maka peluang terjadinya pembelian ulang dan peningkatan pendapatan menjadi lebih besar.

Meskipun memiliki performa penjualan yang relatif baik, masih terdapat dinamika dan fluktuasi jumlah pembelian dari waktu ke waktu. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah cita rasa benar-benar menjadi faktor utama dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen Es Teh Rindu, ataukah terdapat

faktor lain yang lebih dominan. Dari hasil observasi awal, diketahui bahwa sebagian besar konsumen menyebutkan bahwa alasan utama mereka membeli Es Teh Rindu adalah karena rasanya yang unik dan sesuai dengan selera. Namun demikian, data tersebut masih bersifat kualitatif dan belum terukur secara statistik.

Keputusan pembelian konsumen merupakan hasil dari proses evaluasi terhadap berbagai atribut produk, salah satunya adalah cita rasa. Preferensi rasa setiap individu dapat berbeda-beda, dan hal ini memengaruhi perilaku konsumen dalam menentukan produk yang dipilih. Dalam kasus Es Teh Rindu, beberapa varian rasa seperti *Original Tea* dan *Milk Tea* lebih banyak diminati dibandingkan varian lainnya. Fenomena ini menunjukkan bahwa adanya perbedaan cita rasa dapat menimbulkan perbedaan dalam keputusan pembelian, yang memerlukan kajian lebih lanjut melalui pendekatan ilmiah.

Di sisi lain, penelitian-penelitian terdahulu lebih banyak memfokuskan pada pengaruh harga, promosi, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. Masih relatif sedikit kajian yang secara spesifik meneliti pengaruh cita rasa sebagai variabel utama dalam memengaruhi keputusan pembelian, khususnya pada usaha minuman lokal berskala mikro seperti Es Teh Rindu. Sebagian besar penelitian yang ada berfokus pada industri makanan cepat saji atau merek minuman waralaba nasional, yang karakteristik konsumen dan produk yang ditawarkan tentu berbeda dengan usaha lokal yang berkembang di daerah.

Kekosongan kajian tersebut menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi, yakni mengenai bagaimana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada usaha minuman lokal di wilayah tertentu. Penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan di Kabupaten Bengkalis, mengingat tingginya minat masyarakat terhadap minuman kekinian serta munculnya berbagai usaha sejenis yang meningkatkan persaingan pasar.

Berdasarkan Latar Belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan Judul: **Analisis Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Es Teh Rindu (Studi kasus pada Masyarakat Bengkalis).**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Es Teh Rindu (studi kasus masyarakat Bengkalis)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah yang telah diuraikan, maka Tujuan Penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis bagaimana tanggapan responden tentang Cita Rasa pada Usaha Es Teh Rindu.
2. Untuk menganalisis bagaimana tanggapan responden tentang Keputusan Pembelian pada Usaha Es Teh Rindu.
3. Untuk menganalisis bagaimana Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Es Teh Rindu.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa mendapatkan pengetahuan yang bersifat kenyataan yang terjadi dalam praktek maupun analisis, hasil penelitian ini dapat berguna untuk memberikan wawasan, pengalaman serta informasi baru sekaligus sebagai wadah untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat diperkuliahan. Serta menambah motivasi penulis dan ilmu pengetahuan mengenai Analisis Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Es Teh Rindu.

2. Bagi Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan bahan evaluasi bagi usaha Es Teh Rindu dalam memahami sejauh mana pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam meningkatkan

kualitas produk, khususnya dari aspek cita rasa, sehingga mampu memperkuat posisi usaha dalam menghadapi persaingan bisnis minuman yang semakin kompetitif.

3. Bagi Masyarakat

Peneliti berharap agar penelitian ini bisa memberikan Analisis Pengaruh Cita Rasa dan dapat membantu usaha seperti Es Teh Rindu untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka. Masyarakat akan mendapatkan pilihan menu atau produk yang lebih beragam dan sesuai dengan preferensi mereka, meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan.

1.5 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian tugas akhir ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini penulisan menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini, penulis menjelaskan tentang penelitian terdahulu yang diambil dari jurnal sebelumnya dan teori-teori yang relevan dengan pokok bahasan dalam penelitian skripsi ini, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian pada usaha Es Teh Rindu.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini penulis menjelaskan mengenai berbagai metodologi penelitian yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, pengukuran skala, teknik pengolahan data, teknik analisis data, jenis penelitian, hipotesis, definisi operasional.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis menjelaskan hasil dan pembahasan setelah penulis melakukan penelitian berdasarkan data yang diperoleh melalui kuesioner.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan serta saran yang akan disampaikan oleh penulis.