

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Minuman atau *beverage* mempunyai pengertian bahwa minuman atau jenis cairan yang dapat diminum (*drinkable liquid*) kecuali obat-obatan. Minuman bagi kehidupan manusia mempunyai banyak manfaat yaitu sebagai penghilang rasa haus, perangsang nafsu makan, sebagai penambah stamina, dan sebagai sarana untuk membantu pencernaan.

Perkembangan dunia *beverage* khususnya *bar* mengalami perkembangan yang cukup pesat. Ini terlihat dari makin banyaknya media elektronik yang banyak menampilkan tentang dunia *beverage* dan dengan diikuti juga meningkatnya industri yang bergerak dibidang kuliner di indonesia dari tahun ke tahun.

Bar merupakan suatu bidang yang mengharuskan pengelola untuk mempunyai kreatifitas yang tinggi. Produk *bar* harus sangat mengutamakan kualitas rasa, tetapi sangat penting untuk memperhatikan nilai seni dan kecantikan dari penampilan minuman tersebut untuk bisa di tawarkan kepada orang, dunia *bar* sudah sangat berkembang dan dikenal oleh masyarakat, dan produk *bar* itu sendiri lebih dikenal berupa *mocktail* dan *cocktail* yang banyak digemari oleh banyak masyarakat.

Cocktail merupakan minuman beralkohol yang dicampur dengan minuman atau bahan - bahan beraroma seperti *gin*, *wiski*, *rum* dan *vodka*. *Mocktail* adalah minuman tanpa alkohol yang dicampur dari sari buah atau *juice* dan yang dicampur dengan

minuman bersoda ringan seperti *ice lychee tea*, *orange squash*, *mango smoothie* dan *blue punch*.

Dunia bar telah berkembang luas di negara khususnya indonesia, dimana era globalisasi membawa beraneka ragam jenis - jenis minuman dan produk dari negara lain, dengan perkembangan ini banyak masyarakat yang lebih memilih brand asing atau jenis minuman *mocktail and cocktail* yang berasal dari negara lain, seperti *orange sunrise*, *blue fountain*, *exotic blue* dan *sunset on the beach* dibandingkan dengan minuman tradisional indonesia.

Semakin menjamurnya *bar* yang ada di hotel-hotel dan restaurant dewasa ini maka hal ini menuntut para pebisnis untuk lebih meningkatkan kreativitas khususnya dalam minumann tanpa alkohol *mocktail* yang bisa dinikmati oleh semua orang tanpa dibatasi usia, dengan menerapkan strategi bagaimana membuat *mocktail* lebih menarik dari rasa, aroma, warna dan tekstur serta menciptakan suasana *bar* yang tidak seperti umumnya, dimana *bar* yang hanya bisa di kunjungi di hotel - hotel atau restaurant kini pebisnis membuat *mini bar* yang bisa dikunjungi di jalanan untuk memenuhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan *mocktail* ditentukan oleh atribut produk yang dihasilkan serta kualitas pelayanan yang diberikan seperti rasa, aroma, warna, dan tekstur hal ini dikarenakan pelanggan sangat ingin mendapatkan produk berkualitas sesuai dengan ekspektasi mereka. Atribut produk berperan penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan, konsumen melihat produk dari atribut produknya dengan nilai – nilai yang ditawarkan oleh produsen, dalam hal ini atribut produk yang dapat memberikan manfaat

kepada konsumen Kotler *and* Armstrong (2005), Semakin bagus kualitas produk yang dihasilkan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Kualitas pelayanan minuman *mocktail* terhadap pelanggan dan konsumen juga sangat di perhatikan, dengan pelayanan yang baik dan ramah apabila pelanggan mendapatkan kualitas layanan tersebut maka akan menimbulkan perasaan senang dan bisa membangkitkan keinginan kembali untuk membeli produk tersebut. Dua faktor utama yang mempunyai peranan penting untuk kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima (Tjiptono, 2012 dalam Putra 2016).

Kepuasan merupakan suatu ungkapan perasaan tercukupi atau tidaknya seseorang akan sebuah hasil yang dirasakan karena membandingkan kinerja suatu produk terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja dari suatu produk gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan merasa tidak puas. sebaliknya jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas dan tercukupi dan jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan merasa sangat puas atau senang. Jenis kepuasan terdiri kepuasan fungsional dan kepuasan psikologikal. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk dan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud (Kotler *and* Keller, 2009 dalam Busro 2010).

Atribut produk merupakan salah satu hal yang ada di benak konsumen yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan proses keputusan pembelian, bahwa atribut produk merupakan unsur yang penting dalam produk bagi konsumen. Menurut Tjiptono (2008) dalam Fahrudin Dkk (2014), atribut produk adalah tahapan dari suatu produk

yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian.

Produsen harus memperhatikan dengan teliti atribut apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dibuat oleh produsen. Sedangkan keputusan konsumen untuk membeli tidaknya suatu produk yang ditawarkan merupakan kesimpulan dari sejumlah keputusan yang diambil dari tahap-tahap keputusan pembelian sebelumnya. Dalam menyusun kebijakan yang berhubungan dengan produk yang dihasilkan, maka pebisnis *mocktail* sangat diharuskan rasa, aroma, warna, dan tekstur, sebagai atribut produk nantinya melekat pada produk yang dihasilkan. Hal tersebut terjadi karena pada dasarnya, semua produk atribut yang nantinya akan menjadi ciri khas dan membedakan produk tersebut dengan produk yang lain yang sejenis. Penelitian ini akan mengkaji kepuasan pelanggan didasarkan pada variabel atribut produk minuman secara khusus minuman jenis *mocktail*. Jenis minuman ini merupakan salah satu produk baru dikota poso, maka penelitian ini akan menilai perilaku konsumen terhadap produk.

Tahapan dalam mengembangkan dan mengelola produk itu sendiri harus sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu tahapan tersebut harus dilakukan dengan teliti, karena dengan adanya kesalahan dalam merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen akan mengakibatkan inovasi atau pengembangan produk yang akan dihasilkan menjadi tidak seperti yang diharapkan. Menurut Rismiati dan Bondan (2001) dalam Setyanto Dkk (2006), hal yang perlu diketahui oleh pengelola dalam mengembangkan sebuah produk untuk ditawarkan kepada konsumen, yaitu perlu mengetahui atribut yang dapat mempengaruhi untuk menjadi pertimbangan konsumen

dalam memilih suatu produk serta juga mengetahui apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan produk pesaing dan tentunya diikuti dengan mengetahui secara detail kedudukan perusahaan pesaing dalam memasarkan produknya.

Rasa pada mocktail merupakan sebuah reaksi kimia dari gabungan berbagai bahan minuman dan menciptakan suatu rasa yang baru yang dirasakan oleh lidah, penentu keberhasilan usaha kuliner terletak pada kualitas rasa makanan dan minuman yang disajikan. Wood *and* Harger (2006) dalam Fiani berpendapat rasa adalah sebuah rangsangan yang diterima lidah yang terdiri dari bermacam – macam unsur rasa itu sendiri yang berasal dari makanan atau minuman yang di konsumsi.

Analisa yang dilakukan oleh Widuri (2018) kepuasan yang dipengaruhi oleh variabel rasa dari minuman campuran adalah positif. Seiring dengan berjalannya waktu kualitas rasa dalam produk minuman mengalami banyak perubahan, ini disebabkan perilaku konsumen yang selalu memiliki rasa penasaran akan sesuatu yang baru, oleh karena ini pebisnis harus lebih kreatif untuk menciptakan rasa yang baru.

Aroma adalah zat yang berasal dari makanan atau minuman, bau sendiri adalah suatu respon terhadap zat tersebut dari suatu makanan atau minuman masuk ke dalam rongga hidung dan dirasakan oleh sistem olfaktori. zat masuk kedalam hidung ketika manusia bernafas atau menghirupnya, namun juga dapat masuk dari belakang tenggorakan selama seseorang makan atau minum Kemp *et al.*, (2009) dalam Tarwenda Dkk (2016). Unsur kimia yang terkandung pada makanan dan minuman sangat mudah masuk dalam sistem indra penciuman hidung, untuk lebih dapat mengenali zat aroma tersebut perlu konsentrasi yang cukup untuk dapat mengenali lebih dari satu atau

reseptor penciuman. Unsur kimia aroma ini sangat mudah ditemukan dalam parfum, rempah – rempah, makanan dan minuman .

Penelitian oleh Utama dan Amelia (2009) menyatakan bahwa kepuasan didasarkan tingkat aroma minuman berpengaruh positif dan senyawa aroma tersebut memainkan peran penting untuk produsen dalam menawarkan produknya, yang bertujuan untuk meningkatkan rasa serta meningkatkan daya tarik produk tersebut (Antara dan Wartini, 2014 dalam Tarwenda 2016).

Warna merupakan seni dan keindahan, selain elemen visual yang lain (Prawira, 1989). Lebih lanjut, Sanyoto (2005) dalam Pratama mendefinisikan warna dari sisi psikologi dan fisik. Warna secara psikologis sebagai bagian dari bentuk – bentuk melalui indera penglihatan, sedangkan fisik merupakan ciri dari cahaya yang dipancarkan, Nugraha (2008) Dalam Zoleha (2013) mengutarakan bahwa warna adalah impresi yang diperoleh mata dari cahaya yang direfleksikan oleh suatu benda yang terpancar oleh cahaya tersebut. Selanjutnya, Laksono (1998) dalam Burhanuddin (2016) berpendapat bahwa warna adalah bagian dari cahaya yang diteruskan atau dipantulkan dengan unsur penting yaitu benda dan unsur cahaya tersebut. Secara umum, warna secara garis besar dapat disimpulkan sebagai unsur cahaya yang diimplementasikan oleh sebuah benda dan selanjutnya diinterpretasikan oleh mata berdasarkan cahaya yang mengenai benda tersebut.

Tekstur merupakan nilai raba pada suatu permukaan, baik itu nyata maupun semu. Suatu permukaan mungkin kasar, halus, keras atau lunak, kasar atau licin (Sidik dan Prayitno, 1979 dalam Gulendra 2010). Tekstur merupakan karakter nilai raba yang

dapat dirasakan secara fisik dan secara imajiner. Tekstur kasar ketika diraba secara fisik memang menunjukkan suatu permukaan yang kasar, Sedangkan tekstur semu hanya nampak oleh mata karakternya kasar namun ketika diraba tidak dapat dirasakan sebagaimana yang dilihat sehingga tekstur semacam ini hanya memberi kesan imajinatif pada perasaan. Dalam karya seni lukis pemanfaatan teksur lebih bersifat teknis untuk mewujudkan nilai raba tersebut sesuai dengan karakter objek yang diharapkan. Pemanfaatan tekstur kasar untuk menampilkan karakter objek dan pengolahan motif-motif tertentu dengan tujuan untuk mengabstraksikan nilai-nilai perbedaan yang terajut dalam olahan teknik secara estetik dan artistik (Gulendra, 2010).

Berdasarkan uraian latar belakang serta penelitian empiris dan fenomena dalam mengkaji penelitian ini, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Atribut Produk Minuman Mocktail Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada The Ultimate Drink Poso”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini :

- 1.2.1. Apakah rasa berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?
- 1.2.2. Apakah aroma berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?
- 1.2.3. Apakah warna berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.2.4. Apakah tekstur berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada The ultimate Drink poso ?

1.2.5. Apakah rasa, aroma, warna dan tekstur berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yaitu :

1.3.1. Untuk mengetahui pengaruh faktor Rasa terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.3.2. Untuk mengetahui pengaruh faktor aroma terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.3.3. Untuk mengetahui pengaruh faktor warna terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.3.4. Untuk mengetahui pengaruh faktor tekstur terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.3.5. Untuk mengetahui pengaruh faktor rasa, aroma, warna dan tekstur berpengaruh simultan terhadap kepuasan pelanggan pada The Ultimate Drink Poso ?

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu sebagai berikut :

1.4.1. Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelayanan The ultimate drink berkaitan dengan faktor rasa, aroma, warna dan tekstur.

1.4.2. Bagi pembaca penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang dibutuhkan dalam dunia bisnis khususnya *mocktail*.

- 1.4.3. Bagi penulis salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi strata satu (S1) pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unsimar.
- 1.4.4. Sebagai bahan acuan dan pertimbangan untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengangkat masalah yang sama.

