

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dunia bisnis di Indonesia terus berkembang dari tahun ke tahun, terutama bisnis/usaha bidang waralaba, bisnis ini memiliki peluang sangat menjanjikan dikarenakan adanya lonjakan komoditas yang melemah begitu pula permintaan dalam negeri berangsur normal, hal tersebut diketahui dari pertumbuhan ekonomi Indonesia pada tahun 2023 tumbuh dari 4,8% mencapai 5,0% di tahun 2024.<sup>2</sup> Diantara banyaknya bisnis penyokong ekonomi di Indonesia salah satunya terdapat bisnis waralaba/*franchise*. Adanya bisnis waralaba di Indonesia memotivasi pengusaha dalam menciptakan sebuah ide bisnis dengan menjadikan sumber potensi alam yang ada menjadi inovasi bisnis mereka. *Franchise* atau waralaba mempunyai konsep bisnis sangat menguntungkan, tidak memerlukan modal banyak dalam pengoperasiannya, serta dalam pengembalian modalnya pun cukup cepat, faktor tersebut menjadikan alasan utama masyarakat memilih bisnis waralaba atau *franchise* dalam memulai sebuah bisnis.<sup>3</sup> Salah satu bisnis *franchise* di Indonesia yang terus berkembang dan berinovasi bahkan menjadi sebuah bisnis dengan peluang tinggi yakni bisnis teh. Indonesia

---

<sup>2</sup> Davis Robert, *Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Akan Melandai Pada 2023, 2024* — ADB, dalam *ADB.blog* (blog), 6 April 2024

<sup>3</sup> Ino Bhayangkara, *Kitab Super Lengkap Waralaba* (Yogyakarta: Laksana, 2016). hal. 5

memiliki industri teh dengan potensi yang dimiliki cukup besar dilihat dari data perkebunan besar menurut jenis tanaman musiman, teh masuk dalam kategori terbesar ketiga produksi perkebunan besar setelah kelapa sawit dan karet.<sup>4</sup>

**Tabel 1. 1**  
**Produksi Perkebunan Besar**  
**2019 - 2020**

<b>Jenis Tanaman</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
Karet	375,0	253,4	219,1	207,8	217,2
Kelapa	31,9 <sup>2</sup>	30,9 <sup>2</sup>	30,8 <sup>2</sup>	38,2 <sup>1</sup>	36,7 <sup>1</sup>
Kelapa Sawit	32.194,3	30.246,4	29.617,7	30.509,1	30.683,1
Kopi	10,0	4,9	5,3	4,0	4,1
Kakao	5,3	4,0	1,8	1,2	1,0
Teh	79,5	94,1	87,8	74,8	73,4
Cengkeh	1,8 <sup>2</sup>	1,9 <sup>2</sup>	2,1 <sup>2</sup>	1,2 <sup>1</sup>	1,1 <sup>1</sup>

Sumber : <sup>1</sup>Badan Pusat Statistik, Survei Perusahaan Perkebunan  
<sup>2</sup>Kementrian Pertanian (Direktorat Jenderal Perkebunan)

Teh menjadi salah satu minuman favorit masyarakat Indonesia yang bisa dinikmati setiap hari. Selain karena rasanya enak, ternyata teh memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh dengan meminumnya secara cukup, seperti bisa menurunkan kadar kolesterol, memperlancar sirkulasi darah ke

---

<sup>4</sup> BPS Statistik Indonesia, *Statistik Indonesia 2024*, vol. 52 (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2024), hal. 352

otak, melarutkan lemak dan mengurangi resiko kanker kulit karena teh memiliki kandungan *polyphenols, caffein, essential oil, flour, B-carotene, vitamin C* dan vitamin E.<sup>5</sup> Bagi masyarakat Indonesia kebiasaan minum teh sudah menjadi bagian dari gaya hidup mereka. Kebiasaan tersebut menarik perhatian pebisnis sehingga memunculkan bisnis usaha dengan fokus produk minuman teh.

Disekitar kita banyak dijumpai bisnis usaha waralaba dengan menu utama minuman teh. Satu diantara produk teh populer di Indonesia yakni Teh Poci. Teh poci sebuah minuman yang berkembang dan dijadikan sebuah bisnis. Bisnis ini dikelola langsung oleh PT. Poci Kreasi Mandiri yang bergerak dikemitraan waralaba dengan bahan baku utamanya dari produk teh bermerek Teh Cap Poci.<sup>6</sup> Salah satu merek teh poci terkenal yakni Teh Poci Krisna Tulungagung, dengan aroma teh yang kuat, cita rasanya khas serta kualitas daun teh terbaik menjadikan teh favorit masyarakat Tulungagung.

Industri teh poci di Indonesia, termasuk teh poci krisna Tulungagung berpotensi cukup besar untuk terus berkembang. Didukung dengan jumlah konsumen teh di Tulungagung yang terus bertambah dan sudah menjadikan kebiasaan mengonsumsi teh sebagai sebuah budaya.

---

<sup>5</sup> Dikki Zuchradi Choersani, *Pengaruh Kebiasaan Minum Teh Berkualitas Terhadap Gaya Hidup Konsumen Di Tea Addict Lounge, Jakarta*, Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services 3, no. 1 (9 Juni 2020). hal. 47-48

<sup>6</sup> Yusrillia Tita Dwitama dan Siswahyudianto, *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Usaha Minuman Teh Poci Krisna Tulungagung*, Juremi: Jurnal Riset Ekonomi 1, no. 5 (16 Mei 2022). hal. 732

Peluang dari bisnis teh ini sangat besar sehingga memunculkan pesaing-pesaing bisnis di bidang yang sama, hal tersebut mengharuskan perusahaan produsen teh poci krisna untuk terus berinovasi serta berusaha menyempurnakan kekurangan bisnis dengan cara memahami faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan agar strategi yang diterapkan tepat.

Kunci keberhasilan pemasaran produk teh poci krisna terdapat dalam faktor kepuasan pelanggan. Menurut Eka Sapitri, Sampurno dan Iha Hayani selain citra merek yang dapat menentukan suatu kepuasan pelanggan ternyata kualitas produk menjadi salah satu determinan bagi konsumen dalam memutuskan pembelian.<sup>7</sup> Menurut Aloysius, Slamet dan Agus Priadi menduga bahwa harga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan.<sup>8</sup> Loyalitas pelanggan yang tinggi akan berdampak bagi perusahaan bisnis teh poci, hal tersebut dijadikan strategi jangka panjang oleh sebuah bisnis/usaha yang dimana darinya perusahaan mendapatkan keuntungan dalam hal profitabilitas dan nilai pasar.

Di era peningkatan dunia usaha dan persaingan semakin ketat pada usaha waralaba teh poci krisna saat ini membuat teh poci krisna harus mempelajari serta memahami faktor-faktor apa saja yang dapat

---

<sup>7</sup> Eka Sapitri, Sampurna, dan Iha Hayani, *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Minyak Telon Cussons Baby di DKI Jakarta)*, Jurnal Mandiri, Vol.4 No.2 Desember 2020

<sup>8</sup> Aloysius Rangga Aditya Nalendra, Slamet Heri Winarno, dan Agus Priadi, *Determinan Loyalitas Pelanggan Shopee Segar dalam Persaingan Bisnis Digital*, Maker: Jurnal Manajemen 8, No. 1 (5 Juli 2022)

mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, pebisnis *franchise* teh poci juga perlu mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang dimiliki pelanggan saat ini, agar perusahaan lebih kompetitif dan lebih mengarah kepada pelanggan dalam memasarkan produknya.<sup>9</sup> Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan perlu diperhatikan dengan betul, apabila keberadaan pelanggan dianggap penting bagi perusahaan maka pelanggan pun akan merasa loyal pada produk teh poci krisna.

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis tertarik mengambil judul penelitian **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Teh Poci Krisna (Studi Pada Mahasiswa Uin Tulungagung)”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi masalah terkait dengan variabel penelitian yaitu Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Kepuasan Pelanggan Pada Produk Teh Poci Krisna (Studi Pada Mahasiswa Uin Tulungagung). Hal tersebut dikarenakan penerapan indikator variabel dari kualitas produk, harga, dan citra merek harus sesuai dan sejalan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan teh poci krisna Tulungagung.

---

<sup>9</sup> Berto Mulia Wibawa, Iwan Vanany, dan Fakhri Anggara, *Determinan Kepuasan Pelanggan Pada Produk Pertamina Lubricants*, ESENSI 7, No.1 (4 Februari 2017). hal. 85

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka perumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung?
3. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung?
4. Apakah kualitas produk, harga, dan citra merek produk Teh Poci Krisna berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung?

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung.
2. Untuk mengetahui apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung.
3. Untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung.

4. Untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga, dan citra merek produk Teh Poci Krisna berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung.

## **E. Manfaat Penelitian**

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa dapat menambah pengetahuan dan wawasan terkait hal-hal mengenai pengaruh kualitas produk, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Pada produk Teh Poci Krisna Tulungagung. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu dan wawasan dibidang yang sama.

2. Secara Praktis

- a. Akademis

Dari hasil penelitian ini secara akademis diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu manajemen, khususnya bidang pemasaran dan pelayanan serta bermanfaat bagi penelitian-penelitian ilmu manajemen selanjutnya. Dan dapat digunakan sebagai salah satu kelengkapan dalam persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi dari Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

b. Bagi peneliti

Diharapkan penelitian ini bermanfaat untuk mengaplikasikan ilmu yang sudah dipelajari dalam perkuliahan serta menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan Pada produk Teh Poci Krisna Tulungagung.

c. Bagi pengelola

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran pada Teh Poci Krisna Tulungagung dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran pada Teh Poci Krisna Tulungagung dalam meningkatkan jumlah konsumen untuk kedepannya.

d. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian yang diperoleh dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya dalam membahas masalah yang sama.

## **F. Ruang Lingkup Penelitian dan Keterbatasan Penelitian**

Peneliti membatasi ruang lingkup supaya tidak menyimpang dari pokok pengkajian yang akan dijelaskan. Ruang lingkup penelitian ini ada 3 variabel yaitu variabel bebas (  $X_1$  ) Kualitas Produk, (  $X_2$  ) Harga, (  $X_3$  ) Citra merek, dan Variabel Terikat (  $Y$  ) Kepuasan Pelanggan Teh Poci Krisna Tulungagung.

## G. Penegasan Istilah

Dalam penelitian ini perlu adanya istilah dari judul yang telah diangkat agar tidak menyimpang dari pokok kajian yang akan dijelaskan. Oleh karena itu, penulis akan memberikan penegasan istilah mengenai judul yang telah diangkat sebagai berikut :

### 1. Definisi Konseptual

#### a. Kualitas Produk

Kualitas Produk yakni kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, salah satunya yaitu keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, repasarasi produk, dan juga atribut produk lainnya.<sup>10</sup>

Dapat disimpulkan bahwa dengan menjaga kualitas produk yang tinggi dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar.

#### b. Harga

Harga merupakan sebuah nilai terhadap barang atau jasa yang ditawarkan. Nilai yang dipakai pada nilai guna sebuah barang atau jasa, dengan nilai tersebut maka barang atau jasa dinilai dengan satuan mata uang.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Andrian Wahyu Laksono dan Dr Nanang Suryadi, *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Bensu Di Kota Malang*, Holistic Journal of Management Research Vol.1 No. 2 Juni 2020. hal. 11

<sup>11</sup> Nalendra, Winarno, dan Priadi, *Determinan Loyalitas Pelanggan Shopee Segar Dalam...*, hal. 36

Dapat disimpulkan bahwa harga memiliki peran penting, dikarenakan penerapan harga menjadi kunci keberhasilan pemasaran dan kelangsungan bisnis perusahaan dengan menetapkan harga secara optimal.

c. Citra Merek

Citra merek merupakan persepsi konsumen mengenai suatu merek sebagai refleksi dari asosiasi yang ada pada pikiran konsumen.<sup>12</sup>

Dapat disimpulkan bahwa citra merek sangat mempengaruhi konsumen untuk membeli/menggunakan sebuah produk, semakin bagus citra sebuah produk yang diciptakan, maka semakin banyak konsumen yang berminat dengan produk tersebut.

d. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan yaitu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sampai pelanggan merasa puas atas kebutuhan dan keinginan yang terpenuhi.<sup>13</sup>

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sebuah harapan yang ingin diperoleh oleh pelanggan, baik dari segi harga, kualitas produk, pelayanan atau hal lain dari produk/jasa yang telah digunakan yang secara langsung dapat memenuhi kepuasan pelanggannya.

---

<sup>12</sup> Andrian dan Suryadi, *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek...*, hal. 10

<sup>13</sup> Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Manajemen dan Strategi Kepuasan Pelanggan* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2022). hal. 14

e. Teh Poci

Teh Poci salah satu teh yang berasal dari Tegal dan sekarang bisnis teh poci sudah ada diberbagai wilayah Indonesia, beberapa diantaranya berada di kota Tulungagung seperti, Kauman, Podorejo, Kedungwaru, Rejoagung dan sekitarnya.<sup>14</sup> Teh Poci Krisna Tulungagung merupakan salah satu merek teh poci yang diproduksi oleh PT Krisna Olah Teh Cabang Tulungagung, Jawa Timur.

Dapat disimpulkan bahwa Teh Poci Krisna Tulungagung merupakan suatu produk minuman teh yang banyak diminati oleh warga Tulungagung. Selain memiliki citra rasa dan aroma yang khas, Teh Poci Krisna ini bisa ditemukan diberbagai titik di daerah Tulungagung.

## 2. Definisi Operasional

Dari penjelasan definisi konseptual di atas maka maksud penelitian ini adalah untuk menguji adanya “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Teh Poci Krisna (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Tulungagung)”. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk, Harga dan Citra merek berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada produk Teh Poci Krisna Tulungagung.

---

<sup>14</sup> Lilis Mufidatun Na'imah dan Enggita Rahmadhani, *Pengaruh Besar Desain Produk Terhadap Minat Konsumen Pecinta Teh Poci 1*, No. 1 (2022). hal. 28

## **H. Sistematika Penelitian**

Dalam sistematika pembahasan memberikan gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian ini, maka susunan sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum untuk memberikan wawasan tentang arahan penelitian. Terdapat latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

### **BAB II Landasan Teori**

Pada bab ini berisi mengenai kerangka teori yang membahas terkait variabel dan sub variabel penelitian yang digunakan, kajian penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

### **BAB III Metode Penelitian**

Bab ini pada dasarnya menjelaskan langkah-langkah yang diambil oleh peneliti untuk mengumpulkan data untuk diolah dan dianalisis secara ilmiah. Terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel, sumber data, variabel data dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

#### **BAB IV Hasil Penelitian**

Pada bab ini menguraikan tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan dalam urusan masalah dan hasil analisis data.

#### **BAB V Pembahasan**

Pada bab ini memuat keterkaitan pola, kategori, dan dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan.

#### **BAB VI Penutup**

Berisi kesimpulan berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, keterbatasan peneliti dan saran dari hasil penelitian yang ditunjukkan kepada pihak-pihak tertentu.