

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Banyuwangi berada di ujung timur pulau Jawa memiliki kekayaan kuliner yang sangat beragam dan terus mengalami perkembangan signifikan. Ragam makanan dan minuman khas daerah ini semakin mendapatkan apresiasi tinggi dari berbagai kalangan, baik masyarakat lokal maupun para wisatawan yang berkunjung. Seiring dengan transformasi gaya hidup masyarakat modern, minuman teh kontemporer telah menjadi fenomena kuliner yang sangat diminati, di semua di kalangan. Berbagai kreasi rasa yang ditawarkan menjadikan minuman teh modern sebagai pilihan utama yang sangat populer di masyarakat. Eksistensi berbagai gerai minuman teh modern di Banyuwangi, termasuk di wilayah Muncar, tidak hanya memperkaya khazanah kuliner lokal, tetapi juga menghadirkan nuansa modern pada tradisi minum teh yang telah lama mengakar dalam budaya Indonesia. Fenomena ini menunjukkan bagaimana masyarakat Banyuwangi mulai mengadopsi pola hidup yang lebih dinamis dan terbuka terhadap inovasi kuliner terkini, dengan antusiasme yang tinggi terhadap produk makanan dan minuman siap saji yang segar, praktis, dan berkualitas premium (Handayani *et al.* 2025).

Tea Break, sebagai salah satu *brand* minuman populer, terus berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan dengan berbagai varian menu yang menarik. *Tea Break* menawarkan berbagai varian menu yang menarik, termasuk kategori *The Special Tea* yang menjadi favorit pelanggan dengan pilihan seperti *Lychee Tea* dan *Jasmine Tea*. Kedua varian ini dikenal karena rasa segar dan khas yang berhasil menarik minat konsumen. Selain itu, kategori *Signature* juga memiliki daya tarik tersendiri meskipun penjualannya tidak selalu tinggi setiap hari. Dengan penawaran menu yang beragam dan strategi yang berfokus pada selera pasar, *Tea Break* terus berupaya memenuhi kebutuhan pelanggan, terutama untuk varian minuman berbasis teh. Penjualan berbagai menu ini mencerminkan keberagaman selera pelanggan dan strategi *Tea Break* dalam menawarkan variasi minuman yang sesuai dengan permintaan pasar.

Menurut Balqiah & Setyowardhani (2016), keputusan konsumen untuk melakukan pembelian di pengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor individu, lingkungan, dan strategi pemasaran. Dari ketiga faktor tersebut, yang diambil hanya faktor strategi pemasaran. Strategi pemasaran yang dimaksud adalah bauran pemasaran atau *marketing mix* (*product, price, place dan promotion*) namun variable yang diambil dari marketing mix antara lain produk, harga dan promosi, dimana variabel tersebut dipilih karena ketiga factor tersebut yang berkesinambungan dengan hasil wawancara yang telah dilakukan. Hal ini diperkuat dengan adanya konsumen yang mudah membeli minuman tersebut dan telah menjadi pilihan favorit warga setempat berkat berbagai keunggulannya dalam mempertahankan daya saing. Produk yang ditawarkan outlet muncar ini sangat beragam mulai dari varian rasa yang banyak dan tidak membosankan dengan kemasan yang menarik, selain minuman *Tea Break* juga menawarkan produk *ice cream*. Harga yang ditawarkan oleh *Tea Break* terbilang ramah dikantong dan terjangkau, serta sebanding dengan produk yang diberikan. Selain itu *Tea Break* juga memberikan promosi yang beragam dan menarik, serta promosi yang dilakukan tidak hanya pada event – event tertentu. Ketiga faktor tersebut (Produk, Harga, dan Promosi) juga diikuti dengan adanya pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang diberikan sangat ramah dan interaktif, sehingga membuat pelanggan merasa nyaman dan tidak bosan. Adanya variabel produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan akan menimbulkan keputusan pembelian untuk konsumen.

Keputusan pembelian akan terjadi ketika konsumen merasa tertarik pada produk minuman *Tea Break*, baik dari segi kualitas pelayanan, produk, harga yang kompetitif, maupun promosi yang dilakukan. Faktor-faktor tersebut menciptakan keyakinan yang kuat dalam diri konsumen untuk melakukan pembelian. Dengan mengoptimalkan elemen-elemen tersebut, perusahaan diharapkan dapat secara positif memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hal ini, penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break* di Banyuwangi memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian *Tea Break* di Banyuwangi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break*?
2. Apakah kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break*?
3. Variabel manakah yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk minuman *Tea break*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis dan menguji pengaruh signifikansi kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break*
2. Menganalisis dan menguji pengaruh signifikansi kualitas pelayanan, produk, harga, dan promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break*
3. Menganalisis dan menguji variabel yang memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk minuman *Tea break*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Bagi pembaca
Bagi pembaca sebagai sumbangan wawasan mengenai bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian
2. Bagi peneliti
Bagi peneliti dapat menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran, serta untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jember.

3. Bagi perusahaan

Bagi perusahaan terkait dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam perbaikan proses agar dapat mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian minuman *Tea Break* di kecamatan muncar banyuwangi. Serta dapat membantu perusahaan dengan memberikan saran-saran dalam penyelesaian masalah pemasaran.