

# Factors Affecting People's Buying Interest in Boba Qiuqiunian Drinks

*by Jurnal Of Indonesian Management*

---

**Submission date:** 29-Jun-2022 12:27PM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1864649695

**File name:** 33.\_Preti\_Intan\_Sari,\_Muhammad\_Irwan\_Padli\_Nasution.pdf (316.96K)

**Word count:** 1888

**Character count:** 11887

## Factors Affecting People's Buying Interest in Boba Qiuqiunian Drinks

### Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Minuman Boba Qiuqiunian

Preti Intan Sari <sup>1)</sup>; Muhammad Irwan Padli Nasution <sup>2)</sup>

<sup>1,2)</sup> *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*

Email: <sup>1)</sup> [Pretyintansari@gmail.com](mailto:Pretyintansari@gmail.com); <sup>2)</sup> [irwannst@uinsu.ac.id](mailto:irwannst@uinsu.ac.id)

#### ARTICLE HISTORY

Received [19 Mei 2022]

Revised [05 Juni 2022]

Accepted [25 Juni 2022]

#### KEYWORDS

*Influence Of Buying Interest,  
Boba Qiuqiunian Drinks*

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap minuman Boba QIUQIUNIAN, selain itu untuk mengetahui bagaimana cara mengatasi persaingan antara kompetitor lainnya, seperti yang kita ketahui bahwasannya dimana sekarang adalah zaman minuman boba sedang marak-maraknya, kemudian untuk mengetahui bagaimana minuman Boba QIUQIUNIAN memperkenalkan produknya agar terkenal di kalangan masyarakat sekitar baik anak-anak, remaja ataupun orang dewasa.

#### ABSTRACT

The purpose of this study is to find out what factors can influence people's buying interest in QIUQIUNIAN Boba drinks, in addition to knowing how to overcome competition between other competitors, as we know that now is the era of boba drinks, then to find out how QIUQIUNIAN Boba drinks introduce their products to be famous among the surrounding community, both children, teenagers and adults.

## PENDAHULUAN

Pada zaman modern saat ini semakin banyak bisnis kuliner yang bermunculan di pasar, semakin banyaknya bisnis tersebut dapat ditandai dengan banyaknya bermunculan restoran, cafe, toko bahkan yang hanya berbasis stand. Berbagai macam perubahan variasi minuman dari dulu hingga sekarang yaitu ditandai dengan maraknya jenis usaha minuman kekinian yang bermunculan. Ditawarkan dengan ciri khas masing-masing penjual semakin banyak ragam minuman yang bermunculan dari yang berupa jus kopi, sari buah dan yang lainnya namun, Seiring berjalannya zaman minuman seperti itu malah kalah pamor dengan minuman yang bervariasi seperti bubble drink. Bubble drink ini merupakan salah satu yang konsepnya berasal dari Taiwan yang terbuat dari campuran tepung dan tapioka dalam proses pembuatannya yang kemudian dibentuk menjadi bola kecil yang kini disebut sebagai Bubble. Munculnya Bubble ini di kota besar misalnya Bandung Jakarta Medan dan sebagainya menjadikan banyak sekali peminat dalam minuman bubble drink ini salah satunya seperti menjual minuman berasa dan Babel menjadi salah satu topik lengkapnya. Minuman ini dapat diminum oleh anak-anak ataupun orang dewasa dengan harga yang cukup relatif pas di kantong.

Salah satu minuman Boba yang terkenal di daerah Kota Medan Marelan adalah minuman Boba QIUQIUNIAN, masyarakat kota Medan Marelan sangat meminati minuman tersebut dikarenakan minuman Boba tersebut berbeda dengan minuman Boba lainnya yang terkadang kita mendapati bahwa minuman Boba lainnya adalah minuman Boba yang berstruktur keras dan tidak kenyal berbeda dengan minuman boba QIUQIUNIAN ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa faktor utama yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap minuman Boba QIUQIUNIAN adalah dari segi kualitas Boba yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut yang membuat minuman ini terkenal di daerah Kota Medan dan sekitarnya. Selain itu minuman Boba QIUQIUNIAN ini dapat dipesan melalui aplikasi online seperti Gofood, Grabfood dan Shopeefood yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat yang sedang malas keluar rumah ataupun tidak mempunyai kendaraan untuk membeli minuman tersebut.

Kemudian faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap minuman boba yaitu dari segi pelayanan, karyawan ataupun pekerjaannya dituntut untuk berlaku sopan santun dan ramah tamah ketika menjual suatu produk tersebut, selain itu karyawan dituntut untuk menawarkan produk yang paling best seller untuk memudahkan pembeli dalam memilih minuman tersebut.

Meskipun dalam perkembangan penjualan minuman boba tersebut mengalami pasang surut dan jatuh bangun namun pendiri usaha minuman tersebut tidak mudah putus asa, beliau terus bangkit untuk memajukan usahanya sampai pada akhirnya minuman tersebut sangatlah terkenal didaerah Kota Medan Marelan. Terkenalnya minuman boba ini ditandai dengan meningkatnya omset penjualan yang

semakin hari semakin naik, namun di balik meningkatnya penjualan tersebut terdapat sejumlah permasalahan di Manajemen perusahaan minuman Boba QIUQIUNIAN yang masih bersifat tradisional masalah tersebut diantaranya masalah kurang kompetitifnya produk minuman Boba tersebut, masalah SDM yaitu keluar masuknya tenaga kerja atau karyawan kurangnya tenaga pembuat minuman dari kalangan tenaga muda di kota Medan Marelan dan sekitarnya.

## LANDASAN TEORI

Salah satu bentuk perilaku konsumen yaitu minat atau keinginan membeli suatu produk atau layanan jasa. Bentuk konsumen dari minat beli adalah konsumen potensial, yaitu konsumen yang belum melakukan tindakan pembelian. Kotler dan Keller (dalam Adi, 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan. Menurut Kotler dan Keller (2009) Definisi minat beli yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal, yaitu intensitas sifat negatif yang orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menurut keinginan orang lain.

Situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian. Hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri, apakah konsumen percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak. Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan komunikasi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat delapan macam bauran komunikasi pemasaran, yaitu iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat, pembelian konsumen tersebut dapat membuat lima sub keputusan pembelian sebagai berikut :

- a. Keputusan merek
- b. Keputusan pemasok
- c. Keputusan kuantitas
- d. Keputusan waktu
- e. Keputusan metode pembayaran

Selain itu, menurut Schiffman dan Kanuk (2004) bahwa pengaruh eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal ini terdiri dari usaha pemasaran dan faktor sosial budaya. Adapun usaha pemasaran yang dimaksud adalah bauran komunikasi pemasaran. Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat delapan macam bauran komunikasi pemasaran, yaitu iklan, promosi penjualan, acara dan pengalaman, hubungan masyarakat dan publisitas, pemasaran langsung, pemasaran interaktif, pemasaran dari mulut ke mulut, dan penjualan personal.

1. Budaya (culture, sub culture, dan social classes)
2. Sosial (kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status)
3. Pribadi (usia dan tahapan daur hidup, pekerjaan dan keadaan ekonomi, kepribadian dan konsep diri, serta gaya hidup dan nilai)
4. Psikologis (motivasi, persepsi, pembelajaran, emotions, memory).

Faktor di atas secara tidak langsung dapat mempengaruhi minat beli seseorang terhadap suatu merek atau produk tertentu.

### Pengertian Minuman Boba

Boba adalah bola tapioka yang kerap menjadi isian dari minuman bubble tea. Bubble tea merupakan minuman yang tengah naik daun karena rasanya yang manis, creamy berpadu dengan tekstur boba yang kenyal. Boba berbahan dasar tepung tapioka yaitu tepung dari singkong. Tapioka itu sendiri tidak memiliki banyak rasa, sehingga rasa manis dari boba sebagian besar berasal dari gula atau madu yang direndam sebelum disajikan. Jadi tepung diberi gula merah dan air panas, dibuat menjadi bulatan-bulatan kecil. Lalu boba tapioka ini dimasak hingga memiliki tekstur kenyal dan membal. Peran dari boba adalah untuk menciptakan faktor 'QQ'. 'QQ' dapat didefinisikan sebagai kenyal, dengan tekstur membal, serupa dengan tekstur al dente yang dapat kamu dapatkan dari pasta.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dalam bentuk wawancara dan sumber pustaka yang relevan di mana dalam metode wawancara peneliti mewawancarai karyawan Perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN sebanyak 6 orang

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Minuman Boba QIUQIUNIAN adalah minuman Boba yang memiliki tekstur yang sangat lembut dan banyak disukai oleh masyarakat berbeda jika dibandingkan dengan merek minuman Boba lainnya yang kebanyakan memiliki tekstur Boba yang lumayan keras terutama jika sudah diberikan es, tekstur Boba akan semakin keras apalagi jika boba tersebut dimasukkan kedalam lemari pendingin ataupun kulkas. Berbeda dengan Boba pada minuman QIUQIUNIAN ini, tidak hanya tekstur bobanya yang lembut melainkan rasa yang disajikan di perusahaan tersebut juga sangat menarik minat beli dikarenakan perusahaan tersebut memberikan rasa yang berbahan premium sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan baik itu anak-anak, remaja ataupun orang dewasa sehingga hal tersebut dapat menarik minat beli masyarakat terhadap minuman boba QIUQIUNIAN ini.

Kemudian Perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN ini tidak hanya menyajikan kualitas yang baik saja, melainkan Perusahaan tersebut mengedepankan harga yang cukup relatif murah hal ini bertujuan agar masyarakat bisa mendapatkan minuman enak dan berkualitas dengan harga yang pas dikantong dan tidak terlalu mahal.

Selain itu perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN ini tersedia melalui via online seperti Gofood, Grabfood, dan Shopeefood hal ini bertujuan untuk memudahkan masyarakat sekitar yang mengalami kendala ketika keluar rumah, misalnya jarak dari outlet QIUQIUNIAN kerumah mereka sangat membuang-buang waktu. Dan juga untuk memudahkan masyarakat sekitar ketika ingin meminum boba tersebut tetapi mempunyai kendala yaitu tidak mempunyai kendaraan atau lain sebagainya. Hal tersebut lah yang dapat mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap minuman Boba QIUQIUNIAN.

Menurut Kottler dan Keller (2019) menyatakan definisi minat beli yaitu minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Kottler dan Keller (Dalam Adi 2015) menyatakan bahwa minat beli konsumen merupakan sebuah perilaku konsumen di mana konsumen memiliki keinginan dalam memilih menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan menginginkan suatu produk yang ditawarkan.

Faktor-faktor yang membentuk minat beli konsumen menurut Kotler Bowen dan Makens (dalam Wibi Saputra, 2011) yaitu :

1. Sikap orang lain, sejauh mana sikap orang lain mengurangi alternatif yang disukai seseorang akan bergantung pada dua hal yaitu intensitas sifat negatif yang orang lain terhadap alternatif yang disukai konsumen dan motivasi konsumen untuk menuruti keinginan orang lain.
2. Situasi yang tidak terantisipasi, faktor ini nantinya akan dapat mengubah pendirian konsumen dalam melakukan pembelian hal tersebut tergantung dari pemikiran konsumen sendiri apakah konsumen percaya diri dalam memutuskan akan membeli suatu barang atau tidak dalam melaksanakan niat pembelian konsumen tersebut dapat membuat 5 sub keputusan komunikasi pemasaran yaitu, keputusan merk, keputusan pemasok, keputusan kuantitas, dan keputusan metode pembayaran.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN yang dilaksanakan mengenai faktor yang mempengaruhi minat beli masyarakat terhadap penjualan minuman Boba QIUQIUNIAN dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Tekstur, dalam dimensi ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap tekstur bubble yang dimiliki oleh Perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN mempunyai hasil yang positif. Tetapi hasil positif ini memiliki dampak negatif terhadap persepsi konsumen atas tekstur bubble, Alasan konsumen memiliki persepsi yang buruk atas tekstur bubble yang dimiliki adalah tekstur bubble terlalu kenyal sehingga konsumen membutuhkan usaha yang lebih ketika mengonsumsi bubble yang disediakan oleh perusahaan tersebut
2. Kualitas dalam hal rasa, Untuk dimensi kualitas dalam hal rasa dapat disimpulkan bahwa persepsi konsumen terhadap rasa minuman yang dimiliki oleh Perusahaan Minuman Boba QIUQIUNIAN mempunyai hasil yang baik, karena dalam penyajiannya minuman tersebut tidak terlalu manis dan tidak terlalu tidak manis hal tersebut disebabkan Perusahaan tersebut wajib menggunakan takaran

ketika membuat suatu produk minuman agar tidak ada rasa yang berbeda yang didapatkan oleh konsumen satu dengan konsumen lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anik. 2010. *Definisi Coffe Shop*. [www.wiktionary.com](http://www.wiktionary.com)
- Kotler & Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Setiadi, A, & Nugroho. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Kencana Prenada Media. Jakarta
- Suriadi, M & Yunelly, A. 2012. *Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Tepung Sagu ( Studi Kasus Pada Masyarakat Desa Selat Akar Merbau)*. Jurnal Administrasi Niaga



# Factors Affecting People's Buying Interest in Boba Qiuqiunian Drinks

ORIGINALITY REPORT

24%  
SIMILARITY INDEX

25%  
INTERNET SOURCES

11%  
PUBLICATIONS

13%  
STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ Submitted to Universitas Hasanuddin  
Student Paper

Exclude quotes      On  
Exclude bibliography      On

Exclude matches      < 30 words