

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN**

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan

Oleh

GINO RIVALDO

NO. MHS: 314100694

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN**

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Sains Terapan

Oleh

GINO RIVALDO

NO. MHS: 314100694

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI
KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN**



Oleh

GINO RIVALDO
NO. MHS: 314100694

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

DRS. Budi Hermawan, MM
NIDN. 0523026601

Pembimbing II

Arif Dwi Saputra, SS., MM
NIDN. 0525047001

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos., S.ST, MM
NIDN. 051605710

BERITA ACARA UJIAN

**STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN
MINAT BELI KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN**

SKRIPSI



**Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan LULUS
Pada Tanggal :**

TIM PENGUJI

**Penguji Utama : RM. Nikasius Jonet Sinangjoyo S.Sos, M.Si (.....)
NIDN. 0518117401**

**Pembimbing I : Drs. Budi Hermawan, M.M (.....)
NIDN. 0523026601**

**Pembimbing II : Arif Dwi Saputra, S.S.,M.M (.....)
NIDN. 0576097101**

**Mengertahi
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta**

**Drs. Prihanto, MM
NIDN. 0526125901**

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gino Rivaldo

NIM : 314100694

Jurusan : Pengelolaan Perhotelan


Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen
Di The House Of Raminten

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya. Dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.



Yogyakarta, 2021


Gino Rivaldo
NIM. 314100694

HALAMAN MOTTO

"Your story may not have such happy beginning, but that doesn't make you who you are, it is the rest of your story, who you choose to be"

- **Sooth sayer. Kungfu panda** -

"berbuat baiklah, karna semua orang sedang berjuang dalam pertempuran sulit hidupnya masing masing, dan jika kau ingin merasakan apa yang ia alami, yang harus kau lakukan adalah mendengarkan"

- **Gino rivaldo** -

"we ware all humans, until race disconnected us, religion separated us, politics devided us, and wealth classified us"

- **Pinterest** -

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Allah swt, yang masih memberi saya umur yang panjang hingga saat ini sehingga saya dapat menyelesaikan kewajiban saya dalam menyelesaikan kuliah saya.
2. Ibu dan almarhum ayah ku tercinta yang tak henti-hentinya mendukungku baik moril maupun materil serta memberikan semangat kepadaku sehingga aku dapat menyelesaikan kuliahku di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
3. Dan untuk paman atun dan bibi ku dan saudara - saudara ku yang tercinta yang sangat baik dan mendukung ku hingga saat ini aku dapat menyelesaikan kuliah ku.
4. Kakak tersayang ku legita andini putri dan bangun sugito yang telah memberikan doa dan dukungan yang membuatku semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh rekan-rekan Pengelolaan Perhotelan yang membanggakan khususnya angkatan 2014 atas kerjasama dan bantuannya yang telah diberikan kepadaku dalam segala hal.
6. Trimakasih kepada sahabat – sahabat ku Degitia Hardriana, Yuanita Hanari Laksamana D, Agnes Sandra, Indira Adenia, Dela Lasandri, Kinan

Pangestu, dan teman sepermainan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

7. Trimakasih kepada semua orang di mahoroba dan sekitarnya yang telah banyak memberi saya kenangan bahagia hingga saya bertahan dari depresi saya hingga saat ini.
8. Dan untuk semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, trimakasih dalam memberikan bantuan spiritual dan emotional yang telah diberikan kepada saya hingga saat ini.
9. Dan saya ingin berterimakasih kepada bapak Hayao Miyazaki dalam karya film pada studio GHIBLI dalam membantu saya melewati masa depresi dan kecemasan saya yang berlebih.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar Sarjana Terapan Pariwisata pada program Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta dengan judul skripsi “**Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The House Of Raminten**”. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar- besarnya kepada:

1. Bapak Drs.Budi Hermawan, MM selaku pembimbing I yang telah dengan sabar, teliti, dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Arif Dwi Saputra, SS. MM selaku pembimbing II yang telah dengan sabar dan bersedia meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan dalam sistematika penulisan skripsi ini.
3. Bapak RM. Nikasius Jonet Sinangjoyo S.Sos, M.Si selaku penguji utama saya yang telah menguji dan membimbing saya dalam memberikan arahan dan penjelasan dalam pengerjaan skripsi saya.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M Selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah membeikan kesempatan untuk menimba ilmu pengetahuan di Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos.,S.ST.,M.M.Par selaku Ketua Jurusan Program Studi Pengelolaan Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Yogyakarta yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

6. Bapak Anton Otobri S.N selaku HRD pada The House Of Raminten yang telah bersedia menjadikan The House Of Raminten sebagai tempat penelitian penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Narasumber penelitian atas izin serta waktunya dalam pelaksanaan penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis memohon maaf dan berharap kepada pembaca untuk memberikan kritikan yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Akhir kata, penulis sampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan serta dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.

Yogyakarta, 2021
Penulis

Gino Rivaldo
NIM. 314100694

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
A. Landasan Teori	6
1. Strategi Pemasaran	6
2. Konsep Pemasaran.....	7
3. Fungsi Pemasaran	10
4. Tujuan Pemasaran.....	14
5. Jenis-jenis Strategi Pemasaran	15

6. Bauran Pemasaran	17
7. Minat Beli Konsumen	21
B. Kerangka Berfikir	23
C. Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Metode dan Design Penelitian.....	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Teknik Cuplikan	30
D. Sumber Data	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	32
F. Keabsahan Data	34
G. Metode Analisis Data.....	36
H. Alur Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
1. Profil The House Of Raminten.....	42
2. Visi dan Misi The House Of Raminen.....	51
3. Struktur organisasi di The House Of Raminen	51
4. Karakteristik informan	56
B. Pengamatan Dan Hasil Wawancara.....	57
C. Pembahasan.....	62
1. Analisis bauran pemasaran (marketing mix) 4p di The House Of Raminten.....	62
2. Analisis Matriks SWOT di The House Of Raminten.....	80
BAB V PENUTUP	103
A. Kesimpulan.....	103
B. SARAN	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matrik SWOT.....	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Informan.....	56
Tabel 4. 2 Matrik SWOT Product.....	83
Tabel 4. 3 Matrik SWOT Price.....	88
Tabel 4. 4 Matrik SWOT Promotion.....	93
Tabel 4. 5 Matrik SWOT Place	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....	24
Gambar 4. 1 Halaman Depan The House Of Raminten	42
Gambar 4. 2 Patung Replika Nyonya Raminten	46
Gambar 4. 3 Restoran Pada The House Of Raminten	48
Gambar 4. 4 Ruang Atas Pada The House Of Raminten.....	49
Gambar 4. 5 Struktur Organisasi The House Of Raminten	55
Gambar 4. 6 Menu Appetizer Pada The House Of Raminten.....	63
Gambar 4. 7 Menu Appetizer Pada The House Of Raminten.....	64
Gambar 4. 8 Menu Maincourse Pada The House Of Raminten.....	65
Gambar 4. 9 Menu Maincourse Pada The House Of Raminten.....	65
Gambar 4. 10 Menu Maincourse Pada The House Of Raminten.....	66
Gambar 4. 11 Menu Maincourse Pada The House Of Raminten.....	67
Gambar 4. 12 Menu Maincourse Pada The House Of Raminten.....	68
Gambar 4. 13 Menu Dessert Pada The House Of Raminten	69
Gambar 4. 14 Menu Beverage Pada The House Of Raminten	71
Gambar 4. 15 Menu Baru Pada The House Of Raminten	72
Gambar 4. 16 Menu Baru Pada The House Of Raminten	72
Gambar 4. 17 Lantai 1 Pendopo Dengan Konsep Lesehan	75
Gambar 4. 18 Lantai 1 Dengan Bangku	75
Gambar 4. 19 Restoran Lantai 2	76
Gambar 4. 20 Restoran Lantai 3	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT IZIN PENELITIAN

Lampiran 2 SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN

Lampiran 3 SERTIFIKAT ON THE JOB TRAINING

Lampiran 4 DOKUMENTASI DI THE HOUSE OF RAMINTEN

Lampiran 5 LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif, dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan analisis matrik SWOT. dengan melakukan survey langsung ke lapangan yang didasari dengan pengumpulan data, pendekatan, pengamatan dan mengidentifikasi langsung untuk bahan pertimbangan dengan menganalisis Product, Price, Promotion, dan Place, sehingga mendapatkan kesimpulan sebagai salah satu usaha dalam penyusunan penelitian, responden yang di libatkan sebagai informan dalam memperoleh hasil penelitian ini berasal dari pihak internal yaitu pegawai yang berkerja di The House Of Raminten dan pihak eksternal yaitu pelanggan yang sedang menikmati kunjungannya di The House Of Raminten. Selain itu data penelitian juga diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Hasil penelitian ini merumuskan 16 (enam belas) strategi alternatif bagi pengembangan The House Of Raminten dalam menarik wisatawan lokal maupun luar yang lebih luas dan menambah kepuasan kepada pelanggan dengan begitu dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, SWOT, Product, Price, Promotion, Place, The House of Raminten.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pariwisata termasuk dalam salah satu elemen industri besar pada abad ini. Pariwisata telah menjadi sektor andalan dalam pembangunan ekonomi di berbagai Negara. Jika dilihat dari perkembangannya yang pesat seperti sekarang, peranan sektor pariwisata dalam pembangunan nasional maupun daerah akan terus meningkat untuk kedepannya.

Dengan berkembangnya arus wisata di Indonesia maka semakin banyak pengunjung atau wisatawan yang berdatangan ke Indonesia baik Domestik maupun Internasional. Salah satu keunikan wisata berkunjung adalah wisata kebudayaan atau sejarah, wisata makanan, dan yang paling penting adalah keramah – tamahan oleh masyarakat sekitar.

Salah satu wisata di Indonesia adalah Yogyakarta. Yogyakarta adalah tempat wisata yang memiliki banyak potensi dalam medatangkan kunjungan wisatawan. Keanekaragaman budaya yang didukung kreativitas seni, keramatamahan serta kuliner yang nikmat di Yogyakarta mampu menciptakan sesuatu hal yang berbeda dan menarik wisatawan untuk berkunjung.

Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung di Yogyakarta maka sarana dan prasarana seperti hotel, penginapan, transportasi, dan restoran merupakan hal yang penting ada pada sebuah daerah wisata

Restoran merupakan salahsatu faktor penting dalam penunjang sarana dan prasarana pada daerah wisata, maka dari itu banyaknya restoran yang berdiri di Yogyakarta dengan mengidangkan keunikan keunikan daya tarik kota yang di tuangkan pada makanan yang diharapkan dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.

Salah satu contoh usaha yang kuliner di Yogyakarta yang saat ini sedang banyak dibicarakan dikarenakan bukan hanya dekorasi dan design melainkan juga makanan yang disajikan sangat unik adalah The House Of Raminten. Restoran ini mengangkat keunikan dari makanan dan penataan ruangan yang indah yang membuat wisatawan tertarik untuk mengunjunginya.

Menurut (Hubeis, 2012:76) Inovasi diperlukan oleh perusahaan, agar tetap bertahan atau menjadi lebih kompetitif dan menarik banyak minat konsumen. Hal tersebut dilakukan sebagai strategi dalam menarik konsumen dan untuk memberikan sesuatu yang beda kepada pesaing tentunya dengan melakukan inovasi.

Dikarenakan semakin banyaknya usaha kuliner di Yogyakarta ditambah dengan penawaran harga dan variasi menu produk yang beragam. Maka hal tersebut menjadikan persaingan pada reatoran semakin ketat. Banyaknya para pengusaha di bidang kuliner berlomba lomba dalam menampilkan inovasi pada dekorasi, produk dan promosi.

Restoran yang didirikan pada 26 Desember 2008 yaitu The House of Raminten merupakan sebuah restoran unik bernuansa tradisional moderen milik Hamzah Sulaeman. pada awalnya sang pemilik sangat menyukai hal dibidang makanan dan kuliner dan kemudian merintis usaha resto sendiri, The House Of Raminten mengangkat keunikan dan penataan yang elegan dari menu makanan dan tempatnya, yang mampu memiliki ciri khas sendiri yang sudah dikela masyarakat di jogja.

The House Of Raminten memiliki menu yang unik dan berkualitas serta rasa yang enak, rasa yang di tawarkan pada makanan tidak pernah berubah dan memiliki tampilan yang sangat unik, sehingga memberikan kualitas yang baik untuk produknya sendiri, selain itu restoran ini juga memberikan pelayanan yang sangat baik dan ramah kepada konsumennya, dengan memakai konsep elegan namun tetap tradisional para pramusaji atau waiters bagi yang laki-laki menggunakan jarik, serta rompi hitam sedangkan perempuan meggunakan kemben dan batik sehingga sudah menjadi ciri khas tersendiri bagi restoran.

Restoran ini juga selalu mengedepankan kualitas dan harga yang murah pada produknya seperti menu paket sesuai isi kantong, yang dimana sehingga restoran ini sangat cocok untuk semua kalangan, selain dari tempatnya yang indah, palayanannya yang ramah serta makanannya yang murah dan nikmat, membuat restoran ini menjadi restoran yang disukai para wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Dengan hal ini The House Of Raminten memiliki salah satu daya tarik tersendiri dalam melakukan

strategi pemasaran dalam usaha dibidang kuliner dalam menarik minat beli pada konsumen.

Berkaitan dari uraian latar belakang di atas, Strategi pemasaran yang tepat merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dagang dan meningkatkan minat beli konsumen. Untuk itu maka penulis melakukan penelitian dengan judul : **“STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN”**.

B. Fokus Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang dijabarkan di atas, maka fokus masalah dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan dalam meningkatkan minat beli konsumen di The House Of Raminten.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui strategi pemasaran yang dilakukan oleh The House Of Raminten.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis berharap dapat memberikan bahan masukan pembelajaran, acuan dan pengetahuan yang bermanfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan dengan membuat penelitian secara ilmiah dan sistematis.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai sarana untuk membantu memperbaiki dan memberi masukan mengenai strategi pemasaran yang akan datang dalam menarik minat beli konsumen bagi The House Of Raminten.

3. Bagi Industri

Bagi Industri dapat menjadi pengetahuan dan dasar pengambil keputusan dalam menerapkan strategi pemasaran di dalam bisnis yang sedang dikembangkan.

4. Bagi Akademik

Menyajikan data mengenai cara pemasaran pada sebuah bidang usaha yang dapat digunakan sebagai pedoman kajian ilmiah bagi peneliti selanjutnya terutama mengenai cara pemasaran di era modern pada bidang suatu usaha.