

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk mendeskripsikan strategi pemasaran yang digunakan di The House Of Raminten dalam meningkatkan minat beli konsumen. Data yang di tampilkan didapatkan dengan melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh langsung ketika berada di The House Of Raminten saat melakukan penelitian yang telah di setujui oleh pihak The House Of Raminten.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan pemasaran dalam meningkatkan minat beli konsumen, The House Of Raminten menciptakan suasana dimana konsep yang dimiliki oleh restoran tersebut merupakan konsep restoran yang unik dan beda dari yang lain dengan menonjolkan konsep tradisional indonesia yang kental akan adat jawa membuat restoran ini memiliki karakter tersendiri, mulai dari segi ornamen, musik, suasana ruangan, pakaian waiter/waiters, hingga makanan dan minumannya dibuat seunik mungkin dengan harga yang terbilang murah yang membuat masyarakat lokal dan luar datang untuk berkunjung, sehingga dari sana terjadilah promosi mulut ke mulut yang dimana, promosi ini mengandalkan experience atau pengalaman

menikmati makanan dan minuman yang berbeda dari restoran pada umumnya di The House Of Raminten sehingga dari situ terjadilah efek domino yang dimana dari satu pelanggan akan bercerita tentang pengalamannya makan di The House Of Raminten ke calon pelanggan lainnya dan seterusnya, yang menyebabkan The House Of Raminten menjadi bahan pembicaraan dan menyebabkan restoran ini mendapatkan promosi digital yang didapatkan dari tv nasional yang bahkan tidak pernah pihak The House Of Raminten undang, tetapi karna promosi yang mereka lakukan dengan mengandalkan keunikan konsep, pelayanan yang memuaskan, dan makanan yang unik dan enak serta makanan yang murah, membuat The House Of Raminten semakin dikenal.

Selain itu strategi yang mungkin dapat dilakukan dalam pengembangan The House Of Raminten sebagai salah satu daya tarik wisata kuliner di Yogyakarta yang telah di rangkum melalui Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dengan 4 variabel yaitu Product, Price, Promotion, Place adalah sebagai berikut:

1. Strategi SO (Strengths and Opportunities)
 - a. Menciptakan variasi baru menu indonesia, sebagai daya tarik restoran dalam konsep Raminten sebagai restoran indonesia.
 - b. Transparasi harga tanpa adanya tambahan pajak restoran. Hal ini menambah kenyamanan pada tamu sehingga tamu dapat mengetahui budget ataupun harga suatu makanan pada restoran,

sehingga mereka akan dengan mudah memesan makanan sesuai dengan budget yang mereka miliki.

- c. Mempererat hubungan baik dengan pelanggan. Hal ini dapat menambah kenyamanan yang di rasa pada pelanggan saat berkunjung di The House Of Raminten.
- d. Berkembangnya situs Online Travel yang menampilkan restoran Raminten dalam rekomendasi restoran untuk dikunjungi.

2. Strategi WO (Weaknesses and Opportunities)

- a. Menyediakan lahan parkir sendiri di dekat The House Of Raminten yang memadai untuk menampung pelanggan yang datang dengan kendaraan agar tidak mengganggu masyarakat maupun pengguna jalan yang lewat.
- b. Menyediakan tempat smoking dan non smoking room untuk kepuasan tamu yang berkunjung.
- c. Mengembangkan produk rice box dengan pilihan packeging yang unik yang masuk dengan konsep The House Of Raminten selain sebagai citra dari restoran tersebut hal ini juga dapat menjadi sebagai alat promosi.
- d. Membuat event yang di selenggarakan oleh The House Of Raminten yang dapat memicu antusias masyarakat.

3. Strategi ST (Strengths and Threats)

- a. Mempatenkan atau membuat brand image pada sebuah produk yang dimana ketika pelanggan melihat makanan tersebut akan mengetahui bahwa itu merupakan produk pada The House Of Raminten.
- b. Mendaftarkan aplikasi pemesanan makanan pada cabang lain dimana dapat membuat jarak pada pemesanan makanan lebih dekat.
- c. Memanfaatkan dengan baik platform social media lainnya untuk pengembangan promosi yang lebih baik dan menyeluruh.
- d. Menciptakan suasana dimana semua orang dapat merasa nyaman saat berkunjung ke The House Of Raminten.

4. Strategi WT (Weaknesses and Threats)

- a. Menciptakan daily worker dimana restoran bisa menyewa karyawan bantuan saat sedang high season hal ini sudah diterapkan di banyak hotel dalam menghadapi banyaknya tamu yang berkunjung.
- b. Pengembangan dari konsep packeging yang unik dengan konsep raminten dapat menjadi cara pemasaran dalam mengenalkan keunikan dari raminten.
- c. Memaksimalkan promosi dengan memanfaatkan media elektronik, travel agent, dan influencer.

- d. Menyediakan tempat pemesanan khusus untuk gojek dan grab di antrian berbeda dengan pengunjung, sehingga pelayanan pesan antar dapat berjalan dengan baik.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis memberikan saran yang dapat diberikan yang diharapkan dapat membantu The House Of Raminten dalam meningkatkan pelayanan dan pengalaman yang lebih baik lagi saat berkunjung, berikut adalah saran saran yang dapat diberikan :

1. Disarankan kepada The House Of Raminten agar memiliki ruangan atau tempat yang dimana dikhususkan untuk tidak merokok, sebagai pengembangan untuk kepuasan tamu yang tidak bisa mencium asap rokok.
2. Disarankan agar memiliki lahan parkir kendaraan khusus yang memadai, dikarenakan hingga sekarang The House Of Raminten mengambil badan jalan sebagai lahan parkir dan mengganggu pengguna jalan lainnya yang melintas saat restoran sedang penuh.
3. Dalam mengantisipasi lamanya pesanan yang di hidangkan, diharapkan The House Of Raminten dapat menambahkan jumlah karyawan pada restoran dan kitchen dalam memaksimalkan cepatnya pelayanan yang di lakukan, cara ini dapat dilakukan dengan memperkerjakan tenaga tambahan daily worker dimana pekerja bisa di sewa hanya saat high season, cara ini sudah dilakukan oleh banyak hotel dalam mengantisipasi ramainya tamu saat high season.
4. Menghadirkan acara hiburan tambahan seperti tarian tradisional ataupun live music jawa yang dimana diharapkan dapat menghibur pelanggan yang sedang menunggu antrian tempat maupun makanan,

cara ini dapat menciptakan kesan heritage bagi restoran The House Of Raminten sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Andra Tersiana. 2018. Metode Penelitian .Yogyakarta: Penerbit Yogyakarta
- Arifin, Zainal. 2011. Penelitian Pendidikan. Bandung: Remaja Rosda.
- Assauri, Sofjan. 2013. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.
- Danang Sunyoto. 2013. Metodologi Penelitian Akuntansi. Bandung: PT Refika Aditama Anggota Ikapi.
- David, Fred R, 2011. Strategic Management, Buku 1, Edisi 12. Jakarta.
- Fadila, Dewi & Ridho, Sari Lestari Zainal. 2013. Prilaku Konsumen. Palembang. Penerbit Citrabooks Indonesia.
- Fahmi, Irham, 2013, Manajemen Strategis Teori dan Aplikasi, Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2016. Service, Quality & Satisfaction. Yogyakarta. Andi.
- _____. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Yogyakarta. Andi.
- Handayani, Sri. 2012. Aspek Hukum Perlindungan Konsumen Dalam Pelayanan Air Bersih Pada PDAM Tirtasari Binjai. Jurnal Non Eksakta (Volume 4 Nomor 1). Hlm. 2.
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap *Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan”Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian*. Jurusan Manajemen. Universitas Bina Nusantara. Jakarta Barat.
- Herlambang, Susatyo. 2014. Basic marketing (dasar-dasar pemasaran). Yogyakarta: gosen.
- Hubeis, Musa dkk. 2012 Komunikasi Profesional . Bogor : IPB Press.
- Ikbal, Muhammad. 2011. Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Mahasiswa Akutansi Untuk Mengikuti Pendidikan PPAK : Studi Kasus Pada Mahasiswa Akutansi Universitas Diponegoro. Skripsi. Universitas Diponegoro. Semarang.

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2016. Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Manajemen . Edisi 15. Pearson Education, Inc.
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, lexy. J, .2016. Metode Peneliti Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosda Karya.
- _____. 2011. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Pramono.2012. Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa. Intidayu Press. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2013. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- _____. 2017. Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT: cara Perhitung Bobot, Rating dan OCAI. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sekaran, Uma. 2011. Research Methods For Business (Metode Penelitian Untuk Bisnis). Jakarta: Salemba Empat.
- Sudaryono. 2016. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono, M. P. P. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Prof. Dr. Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.
- _____. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

_____. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sunyoto, Danang. 2014. Dasar-dasar manajemen pemasaran konsep, strategi dan kasus. Yogyakarta: CAPS.

Sunyoto, Danang. 2014. Perilaku konsumen dan pemasaran. Yogyakarta: CAPS.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2012. Pemasaran Strategi . Yogyakarta: ANDI.

LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT IZIN PENELITIAN



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km.6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 1857/Q.AMPTA/IX/2020
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 29 September 2020

Kepada Yth
Bapak/Ibu HRD The House Of Raminten
Jl.Faridan M Noto No. 7, Kotabaru,
Kecamatan Gondokusuman
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di The House Of Raminten, Yogyakarta selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 01 Oktober 2020 sampai dengan tanggal 01 November 2020, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan:

Nama Mahasiswa : Gino Rivaldo
No Mahasiswa : 314100694
Semester : XI (Sebelas)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : **"STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DI THE HOUSE OF RAMINTEN"**. Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami



Tembusan:
- File

Drs. Prihatno, M.M.

Lampiran 2 SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN



Jl. FM. Noto No 7, Kctabaru –Gondokusumen - Jogyakarta (Seletan MIROTA Bakery)

Telp. 0274 – 547315 Fax 0274 - 586928

SURAT KETERANGAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini HRD The House of Raminten, membenarkan bahwa :

Nama	: Gina Riva do
NIM	: 314100694
Program Studi	: Pengelolaan Perhotelan
jenjang	: D IV
Kampus	: Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Adalah benar telah melakukan penelitian di The House of Raminten dengan judul “Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di The House Of Raminten” pada tanggal 7 Oktober 2020.

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 9 Oktober 2020

HRD

The House of Raminten



Anton Otobri S.N

Lampiran 3 SERTIFIKAT ON THE JOB TRAINING



CERTIFICATE

修了証書

162/JTF/V/2018



This is to certify that

GINO RIVALDO

Has Successfully completed six months of Japan Training Program
At Mahoroba - Hokkaido, 22 December 2017 – 22 June 2018
Held by Japan Interstudy Center Indonesia in Collaboration with Astage Inc., Japan

Yogyakarta, 9 July 2018

Program Manager
Ariel Rochman

Director of JIC Indonesia
Hen Purwanto

JAPAN TRAINING PROGRAM

Materi Training <i>Training Material</i>	Nilai <i>Score</i>
Kinerja (<i>Performance</i>)	A
Kedisiplinan (<i>Discipline</i>)	A
Etika (<i>Ethics</i>)	A
Sosial (<i>Social</i>)	A
Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)	A



JAPAN Hospitality Training Program

修了証

CINO RIVALDO 殿

1999年10月10日生

貴殿は、本会における日本おもてなし研修プログラムを、下記の通り所定の課程を修められました。よってここに修了を証します。

研修施設名: ホテル まほろば

研修期間: 2017年12月23日～2018年6月22日

研修業務: ホテルサービス業務 平成30年6月22日

一般社団法人ジェイアール・ジャパン

理事長 酒井 尚志

上海地区
空明温泉
まほろば



修了証

GINO RIVALDO 殿

1956年10月10日生

貴殿は、本会における観光日本語実習プログラムを、下記の通り所定の課程を修められました
よってここに修了を証します

研修施設名： ホテルまほろば北海道

研修期間： 2017年12月22日～2018年6月22日

研修業務： ホテルサービス業務

平成30年7月2日
理事長 酒井 尚志

特定非営利活動法人
国際観光交流ネットワーク



Lampiran 4 DOKUMENTASI DI THE HOUSE OF RAMINTEN

PROSES WAWANCARA



Wawancara dengan pihak HRD



Wawancara dengan pihak Marketing



Wawancara dengan pihak F&B Manager

Wawancara dengan pengunjung yang sedang berkunjung



DEKORASI DAN ORNAMEN PADA RAMINTEN







MENU PADA RAMINTEN





Menu Baru



ikan bakar pedas



ikan bakar pedas



sarung paku



sarung paku



soto

Sarung Paku	
Gurami Pedas	45.00
Gurami Pedas (Kecil)	40.00
Pepes Ikan	35.00
Sarung Paku	25.00
Soto Ayam	30.00
Soto Duren	25.00
Soto Duren	25.00



bir

Lampiran 5 LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI



NAMA MAHASISWA:

Gino Puando

NO. MAHASISWA :

3141006921

JUDUL PENELITIAN :

NAMA PEMBIMBING I :

Drs Budi Hermau, MM

NAMA PEMBIMBING II :

ARIF DWI SAPUTRA, S.S. M. M

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
12/9/20		- Pembacaan & Forum	
		- Debat	
		- Lapangan terni	
20/20		- Pemilihan Kalimat.	
		Praktek/Orasi	
		- Diskusi - Update	
		Artikel - Kritik	
		- Tugas	
		- Kerangka penulisan	
20/20		- Latihan Penulisan	
		uji ketrampilan	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
	6/3-2020	Latihan ketik di komputer	
		sermi 5g yg di bawahi	
	10/3-2020	kebaikan penulisan sermi	
		5g yg sudah di koreksi	
	11/3-2020	Kejelasan penulisan di	
		penulisan	
		Art penulisan	
	...	penulisan penulisan	
		hal	

