

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN
TERHADAP PRODUK DI *THE HOUSE OF* RAMINTEN
SKRIPSI**



**Oleh
GUSTINA DEKAWATI
NO.MHS: 314100695**

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2018**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN
TERHADAP PRODUK DI *THE HOUSE OF RAMINTEN*
SKRIPSI**



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pengelolaan Perhotelan

Oleh
GUSTINA DEKAWATI
NO.MHS: 314100695

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2018**

**FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN
TERHADAP PRODUK DI *THE HOUSE OF* RAMINTEN**



Oleh

GUSTINA DEKAWATI

NO.MHS: 314100695

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs Budi Hermawan, MM
NIDN. 0523036601

Saptin Dwi Setyo Hastututi, M.Pd
NIDN. 0527048702

Mengetahui
Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto S.ST, M.M
NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP
PRODUK DI *THE HOUSE OF RAMINTEN*



Penguji Utama	: Dra. Sri Larasati, MM NIDN. 0511095401
Penguji II	: Drs Budi Hermawan, MM NIDN. 0523036601
Penguji III	: Saptin Dwi Setyo Hastuti, M.Pd NIDN. 0527048702

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, MM
NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gustina Dekawati

NIM : 314100695

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Di *The House Of Raminten* ” adalah benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan yang telah saya sebutkan sumbernya, belum pernah diajukan pada institusi manapun, dan bukan karya jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isi sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Gustina Dekawati

MOTTO

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar. Keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha”

(B. J. Habibie)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(QS. Al-Insyirah,6-8)

"Pendidikan merupakan senjata paling ampuh yang bisa kamu gunakan untuk merubah dunia"

(Nelson Mandela)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, saya persembahkan karya ini sebagai ungkapan cinta dan kasih saya untuk :

1. Allah SWT, atas nikmat dan karunia yang telah diberikan kepada saya sehingga dalam penulisan skripsi ini selalu dapat diberi kelancaran dan kemudahan.
2. Ayah dan Ibu saya yang saya cintai dan saya kasihi, Bpk. Sri Widoyo dan Ibu Tukiyeem yang telah memberi segala yang terbaik untuk saya. Terima kasih untuk cinta, kasih sayang, semangat, dan pengorbanan, dukungan dan doa yang tidak putus-putusnya untuk segala kebaikan saya.
3. Arlina Ika Subekti dan Murjoko, kakak saya yang sangat saya cintai dan sangat saya sayangi, terima kasih untuk doa dan dukungannya dan perhatiannya.
4. Ferdy Grensa, adik saya yang sangat saya sayangi, terimakasih untuk doanya.
5. Paramita Nur Aini, Michael Safrudin, terima kasih selalu memberikan motivasi dan dukungannya dalam penyusunan Skripsi.
6. Sahabat seperjuangan saya di jogja Vita, Ani, Indah, Sendy, Noni, Nadia, Dodo, Kevin serta semua teman kelas ADH-A terima kasih atas dukungannya sampai skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati serta dukungan orang-orang disekeliling penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Pengelolaan Perhotelan Sekolah tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Budi Hermawan, MM selaku pembimbing I yang telah sabar memberi bimbingan dan arahan dalam penulisan Proposal Skripsi ini.
2. Ibu Saptin Dwi Setyo Hastuti, M.Pd. selaku dosen pembimbing II , yang telah memberikan arahan dan saran pada penulisan Proposal Skripsi ini dan motivasi yang telah diberikan.
3. Ibu Dra. Sri Larasati, MM selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Hermawan Prasetyanto,S.ST, MM selaku ketua jurusan Perhtelan yang telah bijaksana memberikan bimbingan dan motivasi.

5. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberi bimbingan dan motivasi.
6. Segenap Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
7. Para Responden Penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan mengisi angket penelitian. Semoga bantuan bapak/ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Masalah	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	5
A. Landasan Teori	5
1. Minat	5
2. Strategi Pemasaran	7
3. Konsumen	22

B. Kerangka Berfikir	24
C. Penelitian Terdahulu	25
D. Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Metode Penelitian	28
1. Jenis Penelitian	28
2. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
a. Lokasi	28
b. Waktu	29
3. Populasi dan Sampel	29
4. Variabel dan Indikator	30
5. Teknik Pengumpulan Data	35
a. Jenis Instrumen	35
b. Uji Kelayakan Instrumen.....	37
6. Metode Analisis Data	41
a. Uji Prasyarat	41
b. Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
c. Uji F/ Simultan.	45
d. Uji Determinasi (R ²).	46
e. Uji t/ Parsial.	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Deskripsi Objek Penelitian	49
1. Sejarah The House Of Raminten	49
2. Fasilitas The House Of Raminten	50
B. Karakteristik Responden	51
1. Responden Menurut Jenis Kelamin	51
2. Responden Menurut Usia	51
3. Responden Menurut Pendidikan Terakhir	52
4. Responden Menurut Pekerjaan	53

C. Hasil Analisis Data.....	55
1. Uji Prasyarat	55
2. Analisis Regresi Linier Berganda	57
3. Uji F/ Simultan.....	58
4. Uji t/ Parsial... ..	59
5. Koefisien Deteminasi (R ²).....	62
D. PEMBAHASAN	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	69
A. Kesimpulan	69
B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	72

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.	42
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.	51
Tabel 4.4. Usia Responden	52
Tabel 4.5. Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4.6. Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.7. Uji Normalitas.	55
Tabel 4.8. Uji Multikolinearitas.....	56
Tabel 4.9. Uji Regresi Linier Berganda.. ..	57
Tabel 4.10. Uji F/ Simultan.....	58
Tabel 4.11. Uji Determinasi.	62

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 1 SURAT IZIN PENELITIAN

Lampiran 2 SURAT BALASAN IZIN PENELITIAN

Lampiran 3 CERTIFICATE ON THE JOB TRAINING

Lampiran 4 KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 5 DOKUMENTASI

Lampiran 6 DAFTAR NAMA RESPONDEN

Lampiran 7 LEMBAR BIMBINGAN

Lampiran 8 HASIL ANALISIS DATA

ABSTRAK

Pengaplikasian Strategi Pemasaran dalam restoran harus diperhatikan karena mengingat dari ketatnya persaingan dalam restoran. Salah satu jenis strategi pemasaran dalam restoran adalah bauran pemasaran 7P. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam hal *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Penelitian dengan judul Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Di The House Of Raminten. Penelitian ini berlokasi di JL. FM Noto No.7, Kotabaru, Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor mana saja yang mempengaruhi minat beli konsumen di The House Of Raminten.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian Deskriptif Kuantitatif. Jumlah sampel yang digunakan 50 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan kuisioner. Variabel yang digunakan yaitu faktor 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*). Analisis data menggunakan Uji Prasyarat, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Parsial (t), Uji Simultan (F), dan Uji Koefisien Determinasi (R Square). Hipotesis 1 : Adanya pengaruh faktor 7P (*Product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) terhadap minat beli konsumen di The House Raminten. Hipotesis 2 : Adanya pengaruh faktor price (harga) yang dominan terhadap minat beli konsumen di The House Of Raminten.

Hasil analisis dari penelitian ini adalah, terdapat pengaruh yang signifikan antara faktor 7P dengan minat beli konsumen di The House Of Raminten dengan diketahui nilai F hitung 192,463 dan F tabel sebesar 2,24 dengan signifikansi 0,000. Nilai F hitung > F tabel ($192,463 > 2,24$) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka hipotesis diterima. Hal ini juga menunjukkan bahwa Faktor *Price* atau harga merupakan faktor dominan yang mempengaruhi minat beli konsumen di The House Of Raminten karena memiliki t hitung terbesar dibanding faktor yang lain yaitu sebesar 3,358. Pengaruh faktor 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) terhadap minat beli konsumen di The House Of Raminten sebesar 96,5 % sedangkan sisanya 3,5 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Analisis data dibantu dengan program SPSS 21.0 for windows.

Kata Kunci : Minat Beli, Bauran Pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*), The House Of Raminten.

ABSTRACT

Applicating of marketing strategy on restaurant must be considered because of the intense competition within the restaurant. One of marketing strategies in restaurant is marketing mix 7P. This case can be seen from the intense competition between Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence. Research with the title of Factors That Affect Consumer Buying Interest to The Product At The House Of Raminten. The Reasearch location at Jl. FM Noto No.7 Kota Baru,Gondokusuman, Daerah Istimewa Yogyakarta. The purpose of this research is for to know the factors that affect of consumer buying interest in The House Of Raminten.

This research is type of quantitative descriptive. The number of samples was 50 respondents with using incidental sampling technique. Data collection techniques using interviews and questionnaires. Variable used is the 7P Factor (Product, Price, Place, Promotion, People, Proccess, and Physical evidence). The Analysis of data using prerequisite test, multiple linear regression, partial test, simultaneous test, and test of the coefficient of determination. Hypothesis 1 : The Influence of 7P factors (Product, Price, Place, Promotion, People, Proccess, and Physical evidence) on consumer buying interest at the House Of Raminten. Hypothesis 2 : The Influence of the dominant price factor on consumer buying interest at The House OF Raminten.

The result of analysis of this research is “There is a significant influence between 7P Factors on consumer buying interest at The House Of Raminten with known value of F count 192,463 and value of F table amount is 2,24 with significance of 0,000. The value of F count > value of F table (192,463 > 2,24) with significance value is less than 0,05 (0,000 < 0,05) then the hypothesis is accepted. This result also shows that price factor is dominant factor that affect consumer buying interest at The House Of Raminten because it has the largest value of t count compared other factors that amounted 3,358. The Affect 7P Factor (Product, Price, Place, Promotion, People, Proccess, Physical evidence) on consumer buying interest at The House Of Raminten amounted 96,5% while the remaining 3,5% is influenced by variables that not examined in this research. Analysis of the data was analyzed by SPSS 21.0 for Windows.

Keywords: Buying interst, Marketing Mix 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*), The House Of Raminten.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu Negara yang sedang berkembang dan memiliki penduduk cukup konsumtif. Khususnya produk makanan yang perkembangannya meningkat tajam, persaingan dalam dunia usaha dibidang industry makanan semakin ketat, sehingga menuntut berbagai macam usaha yang lebih kreatif dan inovatif agar dapat bertahan dipersaingan. Persaingan yang semakin ketat tersebut mengharuskan setiap usaha perlu meningkatkan kekuatan yang ada dalam usaha dengan cara memunculkan perbedaan atau keunikan untuk menarik konsumen.

Di Indonesia sekarang ini banyak bermunculan restoran (tempat makan) baik yang berasal dari negeri maupun (waralaba) luar negeri. Menurut Marsum (2007:7) Restoran adalah tempat atau bangunan yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada tamunya baik berupa makan ataupun minum. Oleh karena itu dengan merambahnya restoran, maka para usahawan harus mempersiapkan strategi untuk bersaing dengan usahawan yang lain guna menarik konsumen. Mereka saling bersaing untuk menjadi yang terbaik kepada pelanggan. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen dan selalu menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan kualitas yang terbaik. Makanan dan minuman yang disediakan pun dengan harga yang terjangkau dan sesuai selera konsumen.

Jika kita berbicara tentang Restoran, salah satu contoh usaha yang peruntungannya dibidang kuliner adalah *The House Of* Raminten. Pada awalnya sang pemilik yang bernama Hamzah Sulaeman sangat menyukai hal dibidang makanan dan kuliner, yang kemudian merintis usaha restoran sendiri yang yang diberi nama *The House Of* Raminten tersebut. Restoran ini mengangkat keunikan dan penataan yang elegan dari menu makanannya maupun tempatnya yang juga merupakan ciri khas dari restoran itu sendiri. *The House Of* Raminten mampu mengembangkan usaha hingga saat ini ditengah-tengah persaingan usaha yang bergerak dibidang yang sama. Standar dan kualitas produk mampu dipertahankan di restoran ini untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

The House Of Raminten memiliki menu yang unik dan berkualitas serta enak dari segi rasa produknya, rasa yang disajikanpun tetap dan tidak berubah-ubah dan memiliki tampilan yang menarik. Selain memberikan kualitas dari segi produknya, restoran ini memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada konsumennya, pelayanan yang digunakan dalam restoran ini dengan menggunakan HT konsumen yang terhubung ke pelayan, dan uniknya pelayan (*waiters*) menggunakan jarik serta rompi hitam dan kemben sebagai ciri khas dari restoran ini. Oleh sebab itu, walaupun saat ini sudah banyak restoran yang serupa, tetapi *The House Of* Raminten tetap memiliki banyak peminat atau pelanggan.

Restoran ini juga memiliki harga yang murah dan terjangkau serta dilengkapi dengan menu paket sesuai isi kantong, sehingga restoran ini

cocok untuk semua kalangan, baik dari kalangan anak muda, hingga keluarga. Dikarenakan restoran ini memiliki menu yang unik, harga yang terjangkau dan pelayanan yang baik, maka akan membuat konsumen datang kembali.

Selain itu, kualitas restoran juga semakin menjadi perhatian masyarakat, maka pengaplikasian strategi pemasaran dalam restoran harus disiapkan. Salah satu jenis strategi pemasaran adalah bauran promosi (*marketing mix*). Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan dalam hal *Product, Price, place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis mengadakan penelitian dengan Judul **“FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK DI *THE HOUSE OF RAMINTEN*”**.

B. Rumusan Masalah

Bersadarkan uraian latar belakang masalah yang sudah di jabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang didapat adalah

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi minat beli konsumen di *The House Of Raminten* ?
2. Faktor apa yang paling dominan terhadap minat membeli di *The House Of Raminten* ?

C. Batasan Masalah

Untuk mempermudah dan memfokuskan masalah yang akan dibahas, maka penulis memiliki batas masalah yaitu *faktor product, price, place, promotion, people, process, physical evidence* untuk mengetahui minat beli konsumen di The House Of Raminten.

D. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor-faktor mana saja yang mempengaruhi minat beli konsumen di *The House Of Raminten*.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta penerapan yang diperoleh dari kampus kedalam dunia usaha yang sebenarnya.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan sebagian bahan pertimbangan untuk mengukur tingkat kepuasan kepada konsumen

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan usaha dibidang kuliner.