

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Wisata kuliner merupakan salah satu jenis wisata yang memiliki dampak dalam perkembangan suatu daerah. Wisata kuliner juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi pengangguran serta menciptakan kesejahteraan masyarakat. Nilai positif yang dapat diperoleh dari wisata yang satu ini adalah menumbuhkembangkan makanan asli daerah yang sudah mulai tergeser oleh produk-produk asing seperti pizza, spaghetti, masakan Jepang dan masakan luar lainnya. Untuk mendukung kemajuan sektor wisata kuliner, maka diperlukan adanya partisipasi dari masyarakat dan kerja sama dengan pengelola wisata kuliner tersebut. Untuk itu perlu dibuat sebuah usaha untuk meningkatkan potensi ekonomis ini dengan memberikan sentuhan atau dukungan untuk dapat menarik wisatawan lokal atau asing dalam menikmati kuliner asli daerah..

Hal ini terbukti semakin banyaknya tempat pariwisata di Indonesia yang terkenal akan wisata kuliner. Usaha kuliner seperti restoran yang sangat marak sekarang ini tidak hanya memanjakan lidah saja selain itu juga memanjakan mata, karena di Era Globalisasi sekarang ini resto yang hanya menyuguhkan makanan khas daerah itu saja akan tertinggal dengan resto yang sekaligus menyuguhkan pemandangan alam dan wisata alam lainnya. Usaha kuliner seperti restoran merupakan salah satu kegiatan usaha

yang memiliki peluang besar, disamping itu mengingat kebutuhan ini tidak akan putus dalam kehidupan manusia, karena manusia membutuhkan makanan dan minuman dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Sekarang ini banyak bermunculan tempat makan baik yang berupa restoran, rumah makan, atau warung lesehan. Hal ini bisa dilihat di kota-kota besar, pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan naiknya pendapatan perkapita masyarakat di kota-kota besar membuat standar masyarakatnya meningkat sehingga menimbulkan perubahan perilaku konsumen dimana konsumen akan menginginkan sesuatu yang siap saji meski harga makanan dan minuman lebih mahal.

Disetiap daerah di Nusantara masing-masing memiliki keragaman kuliner yang khas, mulai dari rasa sampai cara penyajiannya yang dengan cepat menimbulkan selera makan masyarakat. Tidak berbeda dengan daerah lainnya, kota Ambarawa juga memiliki keragaman kuliner yang dapat menarik wisatawan lokal maupun asing untuk mencicipi aneka Hasil Rawa yang tersedia. Namun selama ini informasi tentang tempat kuliner sendiri belum terpublikasi dengan baik karena informasi yang diterima hanya dari mulut ke mulut sehingga menyulitkan para wisatawan yang ingin mencari informasi dengan mudah dan cepat.

Menciptakan pengalaman menarik bagi pelanggan terus dilakukan pihak pelaku bisnis agar pelanggan mau meluangkan waktu untuk datang kembali serta mau merekomendasikannya terhadap orang lain. Pihak

pengelola bisnis dituntut untuk menciptakan persepsi positif dengan pelanggan agar tercipta citra yang baik di mata pelanggan serta mampu menyenangkan hati pelanggan. Bila proses tersebut berhasil dan terwujud maka sisi dari emosional pelanggan dapat tersentuh sehingga muncul minat pembelian ulang dari pelanggan tersebut

Menjaga kepuasan konsumen merupakan salah satu cara dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis. Produsen harus bisa mengusahakan bermacam cara dalam mempertahankan kepercayaan konsumen. Hal tersebut perlu diupayakan karena akhir-akhir ini konsumen mempunyai cara cerdas dalam menentukan pilihannya dalam kegiatan konsumsi. Hal ini juga cukup dipengaruhi faktor dimana konsumen merasa mendapatkan kemudahan dalam penentuan pilihannya, selain itu konsumen juga

Salah satu cara mempertahankan kelangsungan bisnis ditengah ketatnya persaingan yaitu dengan menjaga kepuasan konsumen. Produsen harus mengupayakan berbagai cara untuk menjaga kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan saat ini konsumen dinilai cukup cerdas dalam menentukan pilihan konsumsi sebagai akibat dari kemudahan memperoleh informasi, konsumen juga menuntut produk dengan kualitas benar benar bagus, dan yang lebih penting konsumen didekati banyak produk dari pesaing. Inilah alasan bagi produsen harus mengupayakan dan mempertahankan kepuasan konsumennya.

Suatu usaha seharusnya berusaha untuk menyenangkan hati pelanggan, tidak hanya memuaskan keinginan mereka (Kotler, 2003). Dengan demikian dapat dikatakan, demi memenangkan persaingan para pelaku bisnis harus berupaya menjaga kepuasan serta menyenangkan hati pelanggannya. Selain itu dengan memenuhi kepuasan pelanggan dan minat beli ulang.

Kepuasan pelanggan gambaran kualitas produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat. Berbagai macam strategi dilakukan dalam mendapatkan kepuasan pelanggan salah satunya dengan memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan. (Rosinta, 2010). Pemberian kualitas yang baik dari pelaku bisnis dipercaya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Hsiao 2010). Namun, pendapat yang berbeda didapat dari penelitian Agustin (2011) yang menyatakan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kemudian pada penelitian Indriaty (2010) didapati hasil dimana dimensi responsiveness, reliability, serta faktor empathy tidak signifikan pada kepuasan pelanggan.

Tabel 1.1
Data Pengunjung Resto Apung Kampong Rawa Ambarawa Tahun 2017

No	Tahun	Jumlah
1	Januari	1414
2	Februari	793

3	Maret	1095
4	April	1360
5	Mei	1402
6	Juni	1066
7	Juli	2093

Sumber: Manager Resto Apung Kampoeng Rawa Ambarawa

Dapat dilihat dari data diatas menunjukkan pengunjung tidak mengalami kenaikan yang signifikan, pengunjung Wisata Apung belum tentu singgah ke Resto, sebagian besar hanya berkunjung ke wisatanya saja untuk menikmati pemandangan Rawa Pening.

Perusahaan Resto sendiri dapat mengimplementasikan strategi *experiential marketing* dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Faktor *experiential marketing* merupakan cara menciptakan pengalaman dari pelanggan pada saat sedang menggunakan produk jasa melalui indera perasa dan pengalaman berpikir aktif kreatif dan pengalaman afektif.

Banyak hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Umumnya *experiential marketing* diartikan konsep pemasaran yang dilakukan dengan cara memberikan informasi tentang faktor keuntungan yang akan didapatkan serta mewujudkan emosi - emosi serta perasaan yang dapat meningkatkan minat beli ulang pada pelanggan.

Suatu produk mampu membawa emosi dalam hati, maka berapapun harganya pelanggan akan bersedia membayar (Lasalle dan Britton, 2004). Seorang pelanggan akan membeli ulang apabila seorang tersebut tidak

hanya puas namun produk tersebut menyentuh emosi pelanggan, sehingga pelanggan tersebut senantiasa memiliki keinginan untuk terus menggunakan produk tersebut. *Experiential marketing* mulai diterapkan pada Resto Apung Kampong Rawa Ambarawa. Salah satu contohnya, Resto Apung Kampong Rawa menyediakan pelayanan yang ramah dan tempat yang nyaman bagi pelanggan.

Adapun cara yang dapat dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yaitu dengan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan lebih khususnya di bidang jasa. Pelaku bisnis pada sektor jasa dituntut untuk dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumennya melalui berbagai strategi. Tujuan perusahaan senantiasa menjaga kepuasan konsumennya adalah untuk menumbuhkan minat beli ulang para konsumennya. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan diharapkan mampu membuat Resto Apung Kampong Rawa mempertahankan pelanggannya hingga pelanggannya bersedia melakukan pembelian ulang.

Dilihat dari segi lokasi Resto Apung Kampong Rawa strategis karena berada di sekitar jalan lingkar ambarawa (jalan alternatif jogja) yang sangat ramai dilewati, selain itu disugahi dengan pemandangan gunung serasa benar benar berada di desa dengan letak dipinggir rawa yang menambah nilai kenyamanan pada saat singgah di resto apung tersebut, resto ini dibangun berada daitas rawa (mengapung) dengan bangunan sebagian besar terbuat dari bambu menjadikan tempat ini menarik bagi wisatawan yang berkunjung untuk menikmati makanan hasil rawa dan

benar benar menikmati suasana tenang tidak bising seperti dikota. Tetapi kenyataan yang ada di resto ini mulai sepi tidak seperti saat awal mula tempat wisata ini ada. Hal tersebut dikarenakan sekarang ini Ambarawa mulai banyak persaingan tempat wisata yang menyuguhkan pemandangan alam yang tidak kalah menarik dengan resto kampoeng rawa.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dapat diketahui terdapat persaingan yang cukup ketat pada industri makanan sehingga para pelaku bisnis harus mampu melakukan strategi untuk menghadapi persaingan bisnis. Strategi yang dapat digunakan perusahaan dalam bertahan dalam persaingan adalah menerapkan strategi *experiential marketing*. Selain itu, pelaku bisnis juga perlu melakukan peningkatan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Experiential Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Melalui Variabel Kepuasan Pelanggan.**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diambil dalam penelitian ini, maka rumusan masalahnya adalah “Bagaimana pengaruh *experiential marketing* dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang melalui variabel kepuasan konsumen?”. Kemudian pertanyaan penelitian (*question research*) yang muncul dalam studi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan Resto Apung Kampoeng Rawa?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Resto Apung Kampoeng Rawa ?
3. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulang Resto Apung Kampoeng Rawa ?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendiskripsikan dan menganalisis *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan Resto Apung KampoengRawa
2. Mendiskripsikan dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Resto Apung KampoengRawa
3. Mendiskripsian dan menganalisis kepuasan pelanggan terhadap minat beli ulangResto Apung KampoengRawa

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis studi dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen khususnya manajemen pemasaran.

2. Manfaat Praktisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan bahan pertimbangan pengambilan keputusan bagi pengusaha, khususnya

dalam meningkatkan minat beli ulang dan kepuasan konsumen Resto Apung Kampoeng Ambarawa melalui *eksperiental marketing* dan kualitas pelayanan.