

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1. Latar Belakang

Kota Bandung merupakan salah satu tujuan pariwisata yang paling diminati oleh wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara, di kota Bandung, ini terdapat tiga pintu masuk jalur utama yaitu : Pertama yaitu pintu masuk tol (Pasteur, Kopo, Pasirkoja, Buahbatu, Cileunyi, dan M.Toha), Kedua yaitu Bandara Husein Sastranegara dan Ketiga adalah Stasiun Kereta Api Bandung.

Peningkatan jumlah wisatawan di kota Bandung ini dibuktikan dengan tabel 1.1 adalah data kunjungan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang datang ke kota Bandung pada tahun 2011 yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik Kota Bandung.

**Tabel 1.1**

**Data Kunjungan Wisatawan yang datang ke Kota Bandung.**

No	Keterangan	2011	Satuan
<b>I</b>	Jumlah kendaraan yang masuk via gerbang tol.	30.533.812	kendaraan
	(Pasteur, Pasirkoja, Kopo, M .Toha, Buahbatu, dan Cileunyi).		
<b>II</b>	1. Jumlah pengunjung melalui gerbang	69.674.507	orang

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

	tol.		
	2. Jumlah pengunjung melalui bandara, stasiun, dan terminal.	6.388.447	orang
	Jumlah wisatawan	76.062.954	orang
<b>III</b>	Wisatawan yang melalui pintu gerbang kedatangan.		
	a. Wisman.	225.585	orang
	b. Wisnus.	6.487.239	orang
	Jumlah wisatawan.	6.712.824	orang
<b>IV</b>	Wisatawan menginap.		
	a. Wisman.	194.062	orang
	b. Wisnus.	3.882.010	orang
	Jumlah tamu menginap (penghitungan <i>occupancy</i> hotel).	4.076.072	orang
	Jumlah tamu tidak menginap.	2.636.752	orang

Sumber data : Badan Pusat Statistik Kota Bandung tahun 2011.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah kendaraan yang masuk pada jalan tol (Pasteur, Kopo, Pasirkoja, M.Toha, Cileunyi dan Buah batu) berjumlah 30.533.821 kendaraan pada tahun 2011, untuk jumlah pengunjung wisatawan dari gerbang tol berjumlah 69.674.507 orang.

Untuk data jumlah pengunjung wisatawan yang menggunakan jalur stasiun, terminal dan bandara udara sebesar 6.388.447 orang dan total jumlah pengunjung wisatawan yang menggunakan jalur tol, jalur stasiun, dan

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

terminal berjumlah 76.062.954 orang pada tahun 2011 yang berkunjung ke kota Bandung.

Untuk data jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan mancanegara yang datang melalui pintu gerbang kedatangan tercatat bahwa jumlah wisatawan mancanegara berjumlah 225.585 orang dan jumlah wisatawan nusantara berjumlah 6.487.239 orang, jadi total jumlah pengunjung wisatawan yang datang melalui pintu gerbang wisatawan berjumlah 6.712.824 orang pada tahun 2011.

Untuk data jumlah pengunjung wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara yang menginap di hotel, motel dan penginapan di kota Bandung tercatat bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang menginap berjumlah sebesar 194.062 orang dan tercatat juga bahwa jumlah wisatawan nusantara yang menginap tercatat berjumlah 3.882.010 jadi total jumlah wisatawan mancanegara ataupun wisatawan nusantara berdasarkan perhitungan dari *occupation* hotel berjumlah 4.076.072 orang pada tahun 2011, dan untuk jumlah pengunjung wisatawan yang tidak menginap berjumlah 2.636.752 orang pada tahun 2011.

Seiring dengan pesatnya perkembangan industri kepariwisataan di kota Bandung, maka akan berakibat kepada pertumbuhan industri ekonomi yang semakin hari akan semakin meningkat dalam pembangunan segala bidang industri tidak terkecuali dibidang industri kuliner, persaingan di bidang

**Windy Oktaviana Nur Utami, 2013**

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kuliner ini semakin hari semakin mengalami peningkatan dikarenakan di dunia kuliner ini terdapat barang dan jasa yang dihasilkan oleh suatu restoran ini hampir mempunyai keseragaman yang sama.

Salah satu restoran yang sedang berkembang di Kota Bandung adalah Restoran Lokomotif Kuliner ini adalah restoran yang merupakan sub divisi dari PT. Reska Multi Usaha yang berdiri pada tahun 2009 yang merupakan restoran dan café dari PT. Kereta Api Indonesia yang terletak di jalan di jalan kemerdekaan No 1 yang memiliki beberapa bangunan cagar budaya serta tempat ini berada persis dekat dengan sungai cikapundung dan restoran ini merupakan salah satu pelengkap dari wisata *heritage* dengan Kapasitas tempat duduk dari restoran Lokomotif Kuliner Bandung adalah sebanyak 120 tempat duduk dengan pengunjung terbesar sebanyak 100 orang dan pengunjung terkecil sebesar 25 orang .

Penurunan jumlah pengunjung dari restoran Lokomotif kuliner bandung yang berakibat penurunan loyalitas konsumen dapat dilihat dari tabel data pengunjung dan omset tahun 2011 yaitu :

**Tabel 1.3**

**Data Pengunjung Lokomotif Kuliner Bandung tahun 2011**

<b>Bulan</b>	<b>Jumlah Pengunjung</b>	<b>Omset perbulan</b>	<b>Perubahan Pengunjung (%)</b>
<b>Januari</b>	2580	Rp.64.500.000.-	0

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

<b>Februari</b>	2236	Rp.55.900.000.-	-13.4 %
<b>Maret</b>	2580	Rp.64.500.000.-	15.4 %
<b>April</b>	2494	Rp.62.350.000.-	-3.3 %
<b>Mei</b>	2580	Rp.64.500.000.-	3.5 %
<b>Juni</b>	2240	Rp.55.100.000.-	-13.2 %
<b>Juli</b>	2366	Rp. 59.150.000.-	5.7 %
<b>Agustus</b>	2408	Rp.60.2000.00.-	1.8 %
<b>September</b>	2240	Rp.57.000.000.-	-6.9 %
<b>Oktober</b>	2666	Rp.66.650.000.-	19 %
<b>November</b>	2408	Rp.60.200.000.-	-9.7 %
<b>Desember</b>	2580	Rp.64.500.000.-	7.2 %
<b>Total</b>	29378	Rp.734.550.000.-	-
<b>Rata –Rata pengunjung</b>	2449	Rp. 61.212.500.-	-

Sumber : Restoran Lokomotif Kuliner Bandung.

Berdasarkan analisis data tabel 1.2 data pengunjung dan omset pada tahun 2011 tersebut menggambarkan bahwa dalam satu hari pengunjung restoran lokomotif kuliner ini sebesar 86 orang dengan daya beli setiap pengunjung itu rata – rata sebesar Rp.25.000/ orang, dan pada bulan februari dan juni mengalami penurunan pada bulan februari sebesar d-13.4 % dan pada bulan juni sebesar -13.2 %.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Hal ini akan berdampak buruk terhadap loyalitas konsumen dan apabila loyalitas konsumen ini menurun maka akan berakibat fatal kepada penurunan daya beli konsumen terhadap produsen, maka salah satu cara agar restoran dan café ini bisa bertahan di dalam pasar industri konsumen yaitu dengan menerapkan sistem dan strategi bauran pemasaran dengan bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas barang maupun jasa yang akan di jual oleh perusahaan kepada konsumen.

Konsumen yang memiliki loyalitas dikatakan bagus, jika menurut Griffin (2006: 4) dikutip dalam Ratih Hurriyati (2010: 129): " Loyalitas konsumen lebih mengacu kepada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang/jasa suatu perusahaan yang dipilih.

Adapun ciri-ciri yang memiliki loyalitas konsumen Menurut Graffin (2006:38) adalah terbagi dalam 4 ciri-ciri konsumen adalah : " Pertama melakukan pembelian ulang secara teratur, Kedua melakukan lini produk yang lainnya dari perusahaan, Ketiga memberikan referensi pada orang lain, dan Keempat menunjukkan kekebalan terhadap ketertarikan dari pesaing dan tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing".

Salah satu strategi atau cara untuk meningkatkan loyalitas konsumen pada suatu restoran adalah menerapkan konsep bauran pemasaran dengan

**Windy Oktaviana Nur Utami, 2013**

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

tersusun dengan rapih dan apik agar berjalan sesuai dengan lancar dan sesuai rencana, hal ini dinyatakan oleh Menurut Zeithmal dan Bitner dalam Ratih Hurriyati (2010:48) mengemukakan konsep bauran pemasaran tradisional (*tradisional marketing mix*) terdiri dari 4P yaitu : *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi), *promotion* (promosi). Sementara itu untuk pemasaran diperlukan bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix*) yaitu *people* (orang), *physical evidence* (sarana/bukti fisik), *process* (proses).

Bauran pemasaran suatu industry kuliner ini harus mempunyai perencanaan dan strategi yang harus dipikirkan secara matang, adapun aspek perencanaan bauran pemasaran ini yang perlu diperhatikan terdiri dari : kualitas dan kuantitas produk, Harga jual dari produk, lokasi atau tempat berdirinya usaha, promosi yang dilakukan oleh perusahaan kepada kosnumen, skill ketrampilan karyawan yang dimiliki oleh setiap karyawan, pemeliharaan terhadap interior dan eksterior dan bagaimana proses distribusi jasa ini berlangsung.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut & mengacu pada Bauran Pemasaran pada Lokomotif Kuliner Bandung dalam peneliti ini mengambil judul skripsi “**Analisis Bauran Pemasaran Pada Lokomotif Kuliner Bandung**”.

Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## 2. Identifikasi dan Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan dan diuraikan maka penulis mengambil karya ilmiah atau kajian yang berjudul “ **Analisis Bauran Pemasaran Pada Lokomotif Kuliner Bandung**” maka penulis merumuskan identifikasi masalah tersebut diantaranya adalah :

- 1) Bagaimana bauran pemasaran berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung ?
- 2) Faktor - faktor bauran pemasaran yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung?.

## 3. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.

### A. Tujuan Penelitian.

- 1) Untuk mengetahui bauran pemasaran berpengaruh simultan terhadap loyalitas konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung ?.
- 2) Untuk mengetahui faktor - faktor bauran pemasaran yang paling dominan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen di Lokomotif Kuliner Bandung ?.





Windy Oktaviana Nur Utami, 2013

Analisa Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Konsumen Di Restoran Lokomotif Kuliner Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)