

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesis, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Dunia karaoke saat ini sudah mengalami pergeseran yang signifikan. Karaoke kini berubah menjadi sarana hiburan yang sehat bagi keluarga. Bahkan, keberadaan klub-klub karaoke bertema *family* karaoke ini sedikit demi sedikit hadir dalam bentuk yang lebih bersahabat. Tak cuma berusaha memperbaiki citra karaoke, tempat-tempat karaoke juga mengincar pasar yang lebih luas, tidak tersegmentasi pada laki-laki dewasa saja tetapi kalangan pelajar dan mahasiswa bahkan sampai dengan orang tua.

Umumnya, Karaoke Keluarga adalah salah satu bentuk sarana rekreasi yang bisa dinikmati oleh seluruh anggota keluarga, dari anak, orang tua bahkan sampai kakek dan nenek. Karaoke keluarga sebetulnya adalah perluasan fasilitas dari restaurant keluarga yang dilengkapi dengan sarana karaoke modern dan lengkap yang tidak terdapat di *restaurant* keluarga biasa seperti *fast food restaurant* atau rumah makan lainnya. Kegiatan makan bersama keluarga dapat dinikmati sebelum atau sesudah berkaraoke atau sekaligus di ruang karaoke sambil menyanyi. Tak hanya tampil dengan koleksi yang lengkap dan fasilitas

karaoke yang modern dan canggih, aksesoris desain interior pun di buat penuh berwarna. Menyadari pangsa pasar yang mencakup rentang usia yang lebih luas, koleksi lagu yang tersedia di karaoke keluarga umumnya lebih lengkap dan bervariasi, meliputi lagu lama dan baru dengan berbagai jenis musik dalam *playlist* lagu di tiap mesin karaoke mereka. Inilah yang menjadi alasan remaja dan kalangan masyarakat umum berkunjung ke karaoke.

Diawal tahun 2005 di kota Palembang hanya ada sedikit tempat karaoke, yang ada hanya pada hotel-hotel, tetapi mulai berkembang dari tahun ke tahun, tempat karaoke tidak hanya ada dihotel tetapi juga di mall-mall baru, bahkan kalangan artis pun ikut berbisnis karaoke. Salah satu bisnis jasa yang sedang menjamur di kota Palembang adalah bisnis Inul Vizta karaoke & konsep karaoke keluarga Termodern vizta karaoke keluarga yang diposisikan sebagai Karaoke trendy dan memang ditargetkan untuk memenuhi selera masyarakat kelas menengah metropolis trendy yang menginginkan bernyanyi, *hang out*, maupun berpesta pada tempat dan suasana yang *cozy, fun* , nyaman, aman, sopan, dan selebriti, namun tetap dengan biaya terjangkau.

Tabel 1.1**Pertumbuhan bisnis karaoke di kota Palembang**

No	Tahun	Nama	Alamat	No telp	logo
1	2005	Lembang	Jalan Kolonel Atmo No 16	0711 365555	
2	2005	Selatan Indah	Jalan Letkol Iskandar No 693	0711- 351801	
3	2005	Princess	Jalan Letkol Iskandar, Kompl Ilir Barat Permai Bl D-2 no 608	0711- 313131	
4	2005	Sandjaja	Jalan Kapten A. Rivai No: 6193	0711 362222	
5	2006	338	Jalan Letkol Iskandar, kompleks Ilir Barat Permai Blok D-2 unit 35	0711 311302	
6	2007	Inul Vizta	Jalan Angkatan 45 Ruko Palembang Square Unit No.99- 100	0711 380600	
7	2007	Nav	Jalan Angkatan 45 Kompleks Palembang Square R No. 72 – 73	0711 380218	

8	2007	Hitz Family	Jalan Veteran No 939/F8 Lantai II	0711 378358	
9	2007	Happy Puppy	Jalan Angkatan 45 Kompleks Palembang Square No.086	0711 380245	
10	2008	Diva	Jalan R.sukamto Ruko Palembang Trade Center (PTC) Blok B26-28	0711 388388	
11	2011	Venus	Jalan R Sukamto No.41	0711 360014	
12	2011	B'Nice Luxury	Jalan Letkol Iskandar No. 1, Kompleks Ilir Barat Permai	0711 373953	
13	2011	Romantic	Jalan Angkatan 45/ POM 9 ruko Palembang Square Mall Blok R 66	0711 380368	
14	2011	Superstar Family	Jalan Residen Abdul Rozak (Patal Pusri) No 4-5	0711 9138399	

Sumber : www.google/searching/bisniskaraoke

Ditinjau dari fasilitas, jenis layanan, dan harga sewa ruangnya, industri retail

Inul Vizta Karaoke dapat dibagi atas kategori *room size* yaitu :

Tabel 1.2
Tarif Inul Vizta Karaoke

Room Size	Senin – Kamis			Jumat, Sabtu & Malam Hari Besar		Minggu & Hari Libur		
	11.00 - 18.00 Disk 50%	18.00-23.00	23.00-02.00 Disk 30%	11.00-18.00 Disk 30%	18.00- 02.00	11.00 - 18.00 Disk 20%	18.00-23.00	23.00-02.00 Disk 50%
Small	27500	55000	38500	45500	65000	44000	55000	27500
Medium	35000	70000	49000	56000	80000	56000	70000	35000
Large	45000	90000	63000	70000	100000	72000	90000	45000
Deluxe	55000	110000	77000	87500	125000	88000	110000	55000
VIP	90000	180000	126000	140000	200000	144000	180000	90000
VVIP	120000	240000	168000	192500	275000	192000	240000	120000

Sumber : Management Inul Vizta

Saat ini karaoke Inul vizta juga memberikan diskon untuk penyewaan room karaoke sebesar 20%, 30%, bahkan 50% di jam dan hari-hari tertentu untuk para pengunjung. Inul Vizta juga melakukan promosi Diskon untuk seluruh pengguna kartu kredit 50% dan Promo Indosat Senyum periode promosi adalah 15 Februari 2012 sampai dengan 15 Februari 2013 : Indosat senyum merupakan retensi program Indosat yang berbasis Poin yang disebut Poin Senyum. Poin Senyum diperoleh dari 1 persen setiap pembelian atau penambahan pulsa (pasca & Pra bayar) yang dapat ditukarkan / dibelanjakan ke berbagai macam *merchant partisipant* yang penjual produk ataupun Non-produk(dalam hal ini potongan harga senilai Rp. 5000, Rp. 10.000 dan Rp. 15.000).

Diantara pesaing tempat karaoke lainnya yaitu NAV karaoke, NAV karaoke memberikan fasilitas dan layanan seperti : ukuran room NAV tersedia mulai dari *small* (6 orang), *medium* (8 orang), *large* (12 orang), *deluxe* (18 orang), *VIP* (24 orang), *VVIP* (35 orang), jasa layanan mulai dari pukul 11.00 Wib sampai dengan 02.00 Wib, Pemilihan lagu mengontrol *play-stop-repeat* hanya dengan menekan satu tombol, Pelayanan pesan antar makanan dan minuman ke dalam ruang karaoke dengan menelpon operator, Layanan VCD shooting di studio rekaman (merekkan suara sendiri) , Kostum pelayan yang sopan untuk menghindari *image* negatif sehingga aman untuk keluarga, koleksi lagu ribuan dari berbagai jenis, NAV Karaoke juga melakukan promosi, seperti: check in 2 jam gratis *free pass* 1 jam atau karaoke 3 jam bonus CD/VCD karaoke NAV. Buka setiap hari, NAV Karaoke juga memiliki fasilitas *happy hour* pada pukul 11.00-19.00 dan 23.00-02.00, dengan diskon khusus. Karaoke NAV ini merupakan sebuah tempat hiburan mewah. Oleh sebab itu, pengunjung yang datang ke tempat ini rata-rata mempunyai kelas sosial menengah keatas. Tidak ada batasan sosial maupun jenis kelamin untuk pengunjung, sehingga baik pria maupun wanita dari segala usia dapat memperoleh layanan fasilitas karaoke NAV.

Henry Mintzberg (2005) mendefinisikan strategi sebagai 5P, yaitu: strategi sebagai perspektif, strategi sebagai posisi, strategi sebagai perencanaan, strategi sebagai pola kegiatan, dan strategi sebagai "penipuan" yaitu muslihat rahasia. Sebagai Perspektif, dimana strategi dalam membentuk misi, misi menggambarkan perspektif kepada semua aktivitas. Sebagai Posisi, di mana dicari pilihan untuk bersaing. Sebagai Perencanaan, dalam hal strategi

menentukan tujuan performansi perusahaan. Sebagai Pola kegiatan, dimana didalam strategi dibentuk suatu pola, yaitu umpan balik dan penyesuaian. Sebagai Penipuan yaitu muslihat rahasia.

Strategi differensiasi pada Inul Vizta ini dapat menghasilkan posisi differensiasi dalam persepsi pelanggan atas nilai yang ditawarkan dan menghasilkan keunggulan bersaing yang spesifik. Keunggulan bersaing itu merupakan posisi unik yang dikembangkan perusahaan dalam menghadapi para pesaing. Dalam hal ini, keunggulan hanya dapat dicapai dengan pengembangan strategi differensiasi yang jelas dan *favorable* dari para pesaingnya. (Pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang menunjukkan sikap setuju perasaan puas, tingkatan tinggi).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Tjokorda Gde Raka Sukawati (2003) dengan judul Pengaruh Differensiasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pita Ma A Tjampuhan Resort & SPA Di Ubud. Penelitian ini menyimpulkan bahwa kepuasan konsumen dan keunggulan bersaing hotel ini dipengaruhi oleh variabel differensiasi tawaran jasa, differensiasi layanan atau penyerahan jasa dan differensiasi citra, dengan taraf 5% menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut baik secara keseluruhan maupun secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena di atas maka, penelitian selanjutnya dengan judul "Pengaruh Strategi Differensiasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Karaoke Inul Vizta Palembang"

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana Strategi differensiasi (produk, jasa, saluran dan citra) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang ?

C. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan diatas yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Ho : Strategi differensiasi (produk, jasa, saluran dan citra) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang.
2. Ha : Strategi differensiasi (produk, jasa, saluran dan citra) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh strategi differensiasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang.
2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan serta memperluas wawasan dibidang ilmu manajemen pemasaran mengenai strategi differensiasi dan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan bagi pihak manajemen Inul Vizta dalam pengambilan keputusan untuk pengembangan perusahaan khususnya strategi differensiasi dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan informasi dan menambah pengetahuan dunia jasa dan dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian sejenisnya khusus pada judul "Pengaruh Strategi Differensiasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Karaoke Inul Vizta Palembang".

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat studi kasus, yaitu dengan memusatkan penelitian secara mendalam dan intensif pada masalah yang diteliti dalam hal ini adalah Jasa karaoke Inul Vizta di kota Palembang.

2. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

a. Ukuran Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2010: 115).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung atau pelanggan Inul Vizta Palembang.

b. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Adapun teknik sampling probabilitas yang digunakan adalah *purposive sampling*.

Menurut (Sugiyono, 2010: 122), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel yang diambil dengan klasifikasi menjadi empat yaitu :

1. Jenis Kelamin

Responden yang digunakan berdasarkan jenis kelamin baik laki-laki maupun perempuan.

2. Usia

Responden yang digunakan berdasarkan usia antara 17 tahun sampai dengan 31 tahun ke atas karena Inul Vizta lebih tersegmentasi pada kalangan remaja maupun dewasa.

3. Pendidikan

Responden yang digunakan berdasarkan pendidikan dari SLTA sampai dengan diatas Strata satu dikarenakan yang berkunjung pada karaoke Inul Vizta cenderung kalangan remaja.

4. Penggunaan jasa

Responden yang digunakan berdasarkan penggunaan jasa karaoke Inul Vizta dalam sebulan minimal tiga kali sampai dengan sepuluh kali dikarenakan yang berkunjung pada karaoke Inul Vizta cenderung pelanggan yang minimal tiga kali datang untuk berkaraoke.

3. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa karaoke Inul Vizta Palembang.
- b. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh strategi differensiasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa karaoke Inul Vizta Palembang.

4. Jenis Data Penelitian

- a. Data primer, Menurut Umi Narimawati,SE.,M.Si (2008: 98) dalam bukunya “Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi” bahwa : Data primer ialah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak

tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini harus dicari melalui narasumber.

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden di Karaoke Inul Vizta. Bersumber dari pelanggan yang telah memenuhi kriteria tersebut dan wawancara terhadap manajer dan karyawan Inul Vizta.

- b. Data sekunder, Menurut Jonathan Sarwono (2006: 17) data sekunder menggunakan bahan yang bukan dari sumber pertama sebagai sarana untuk memperoleh data atau informasi untuk menjawab masalah yang diteliti.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diambil dari manajemen Inul Vizta dan dapat juga berupa penelitian terdahulu, buku dan media internet.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara :

- a. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2010) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner pada penelitian ini menggunakan skala likert (*rating scale*) di mana dibuat dengan nilai 1 sampai dengan 5 untuk mewakili pendapat responden

seperti Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-ragu (R), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

b. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab langsung kepada manajer operasional (Ibu Novita Sari Gunawan) serta karyawan karaoke Inul Vizta yang dapat memberi informasi yang dibutuhkan dalam penelitian.

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data secara kuantitatif dan kualitatif. Metode kualitatif dinyatakan dalam bentuk bukan angka, tetapi berbentuk kata, kalimat, gambar serta teori-teori yang mendukung dalam penelitian. Sedangkan metode kuantitatif secara analisis dengan menggunakan perhitungan yang diuji melalui alat bantu SPSS 17.0 (*Statistical Package for the Social Sciences*). Adapun pengujian yang dilakukan yaitu :

a. Uji Validitas

Validitas data merupakan ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Duwi Priyanto 2008: 16). Sebelum di uji dilakukan pre-tes sebanyak 30 responden, hal ini dilakukan untuk mempermudah pengolahan data. Jogiyanto (2008) mengartikan validitas sebagai suatu pengujian yang benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom corrected item-total correlations) dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom (df)* = $n-k$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah item. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan signifikan 5%, maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005: 45).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai $\alpha > 0,60$ (Nunnally, 1967 dalam Ghozali, 2005: 42).

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Duwi Priyanto (2008: 73) Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen

berhubungan positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Jika variabel bebas lebih dari satu, maka analisis regresi disebut regresi linear berganda. Disebut berganda karena pengaruh beberapa variabel bebas akan dikenakan kepada variabel tergantung.

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = variabel terikat

a = konstanta

b₁,b₂ = koefisien regresi

X₁, X₂,X₃,X₄ = variabel bebas

e = kesalahan (error)

Selain itu uji hipotesis yang lainnya adalah :

1. Koefisien Determinan (R²)

Menurut Duwi Priyanto (2008: 79),Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar (persentase) pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi

akan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi pada variabel yang lain (Santosa&Ashari, 2005:125).

Nilai koefisien ini antara 0 dan 1, jika hasil lebih mendekati angka 0 berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Tapi jika hasil mendekati angka 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

2. Uji T

Menurut Duwi Priyanto (2008: 83), Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

3. Uji F

Menurut Duwi Priyanto (2008:81), Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah

0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab dimana masing-masing bab terbagi dalam sub bab serta saling berkaitan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, hipotesis, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dibahas mengenai pengertian strategi, pengertian manajemen pemasaran, pengertian bauran pemasaran, pengertian strategi dan differensiasi, dimensi differensiasi, syarat differensiasi, tahap membangun differensiasi, kepuasan pelanggan.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai sejarah singkat perusahaan,, struktur organisasi, perkembangan aktivitas secara umum dan Strategi Differensiasi.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan dibahas secara menyeluruh mengenai permasalahan sesuai dengan rumusan masalah yang diajukan.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir dari penulisan skripsi ini membahas simpulan yang dapat ditarik dari uraian pada bab-bab sebelumnya yang telah dijelaskan, serta menjawab dari rumusan masalah yang diajukan dan Saran yang diberikan dapat menjadi masukan dan perbaikan yang dipandang relevan.