

## ABSTRAK

Galeri Gerilya adalah tempat yang digunakan untuk kegiatan kesenian, khususnya dalam aktivitas pameran. Galeri ini terletak di Jl. Raden Patah No. 12, Bandung. Produk yang ditawarkan oleh Galeri Gerilya adalah ruangan untuk melakukan pameran. Gerilya memiliki 4 ruangan yang masing-masing ruangnya berukuran 3m x 3m. Sejak didirikan pada pertengahan 2011, Gerilya mengalami penurunan penjualan pada tahun 2013 dan 2014. Di tahun 2012-2013 terjadi penurunan penjualan sebesar 18,75% dan tahun 2013-2014 terjadi penurunan sebesar 53,85%. Salah satu penyebab faktor menurunnya penjualan adalah Gerilya kalah bersaing dengan pesaingnya, yaitu Galeri Selasar Sunaryo.

Tujuan penelitian ini adalah untuk faktor-faktor yang dianggap penting oleh seniman dalam menggunakan suatu ruangan galeri, mengetahui target pasar dari Gerilya, memberikan usulan *positioning* guna menciptakan *image* di kalangan konsumen (seniman), mengetahui kepuasan dari seniman, dan memberikan usulan mengenai prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh Galeri Gerilya guna meningkatkan penjualan Galerinya.

Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu 6P (*Product, Price, Promotion, Place, Process & Physical Evidance*) dan *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP). Kuesioner penelitian disusun berdasarkan hasil *critical incident* dari kuesioner pendahuluan yang digabungkan dengan variabel segmentasi. Kuesioner penelitian dibagi menjadi 2 bagian, bagian pertama berisi mengenai profil responden dan bagian kedua mengenai tingkat kepentingan, tingkat performansi, dan peringkat dari Galeri Gerilya.

Hasil kuesioner penelitian bagian 1 diolah untuk mengetahui persentase responden berdasarkan STP, sedangkan data dari kuesioner bagian 2 diolah menggunakan *Importane Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan Uji Ketidakpuasan dengan Uji Hipotesis Komparatif (*SIGN TEST*). Berdasarkan hasil IPA diketahui bahwa dari 42 variabel penelitian, 10 variabel berada di kuadran 1 (Pertahankan Prestasi), 13 variabel di kuadran 2 (Prioritas Utama), 11 variabel di kuadran 3 (Prioritas Rendah), dan 8 variabel di kuadran 4 (Berlebihan). Sedangkan, Berdasarkan hasil CA Gerilya unggul 8 Variabel dan 34 variabel tertinggal. Untuk Uji Ketidapuasan, menghasilkan 27 variabel yang merasa tidak puas dan 15 variabel yang merasa puas.

Usulan yang diberikan adalah berdasarkan pengolahan data dan analisis gabungan. Analisis gabungan pertama berdasarkan CA, lalu IPA, dan terakhir Uji Ketidakpuasan. Selain itu, terdapat juga usulan dari *positioning*. Usulan-usulan yang diberikan disesuaikan dengan 6 prioritas perbaikan yang didapatkan dari hasil analisis gabungan. Usulannya adalah membuat ruangan galeri menjadi lebih luas, menambah pengatur suhu udara ruangan, melakukan perawatan rutin, menambah jumlah pekerja, menyediakan satpam 24 jam, mengganti warna lampu menjadi putih atau sedikit oranye, menambah jumlah lampu di setiap ruangan, mengganti lampu slider yang sudah macet, membeli *sound system* baru, memperhatikan kebersihan ruang galeri, dan memberikan sudut lampu yang baik agar sebaran cahaya merata terhadap karya. Untuk *positioning* di mata konsumen, Gerilya dapat memberikan slogan, “*Art, Experience & Affordable*”.

# DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI .....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
DAFTAR PUSTAKA .....	xvii

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah .....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-6

## **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Pemasaran .....	2-1
2.2 Baruan Pemasaran.....	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, &amp; Positioning</i> pasar .....	2-3
2.4 Kerangka Teoritis.....	2-5
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	2-6
2.6 Populasi dan Sampel .....	2-9
2.6.1 Populasi .....	2-9
2.6.2 Sampel.....	2-9

2.7	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-9
2.8	Teknik Sampling .....	2-11
	2.8.1 <i>Probability Sampling</i> .....	2-11
	2.8.2 <i>Nonprobability Sampling</i> .....	2-12
2.9	Data Berskala .....	2-13
2.10	Tipe Skala Pengukuran .....	2-14
2.11	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-17
2.12	Pengujian Validitas Instrumen .....	2-18
	2.12.1 Pengujian Validitas Internal.....	2-18
	2.12.2 Pengujian Validitas Eksternal .....	2-19
2.13	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan.....	2-22
2.15	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-24
2.16	Uji Hipotesis .....	2-25
	2.15.1 Uji Statistik Non Parametrik ( <i>SIGN Test</i> ).....	2-26
2.17	<i>Critical Incident</i> .....	2-27

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i> .....	3-5

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Kuesioner .....	4-1
	4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-1
	4.2.2 Kuesioner Penelitian .....	4-13

### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan. ....	5-1
5.2	Hasil Uji Validitas Konstruksi.....	5-2
5.3	Pengujian Validitas & Reliabilitas.....	5-4

5.3.1	Tingkat Performansi .....	5-5
5.3.2	Tingkat Kepentingan.....	5-7
5.4	Rangkuman Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 .....	5-9
5.5	Pengujian <i>Correspondence Analysis</i> (CA). .....	5-18
5.6	Pengujian <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-24
5.7	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-32
5.8	Analisis berdasarkan <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	5-36
5.9	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA) , <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-41
5.10	Usulan. ....	5-45
5.10.1	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 1 .....	5-45
5.10.2	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 2.....	5-48
5.10.3	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 3.....	5-52
5.10.4	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 4.....	5-53
5.10.5	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 5.....	5-53
5.10.6	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 6.....	5-54
5.10.7	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 7.....	5-55
5.10.8	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 8.....	5-56
5.10.9	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 9.....	5-56
5.10.10	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 10.....	5-57
5.10.11	Usulan Skala Prioritas Perbaikan 11 .....	5-57
5.11.	Usulan Atribut Segmentasi yang ke-9, 11, 12, 13, dan 14.....	5-58

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan .....	6-1
6.2	Saran.....	6-18

<b>LAMPIRAN</b> .....	L-1
-----------------------	-----

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Data Penjualan Tahun 2011 .....	1-2
1.2	Data Penjualan Tahun 2012.....	1-2
1.3	Data Penjualan Tahun 2013 .....	1-3
1.4	Data Penjualan Tahun 2014 .....	1-3
3.1	Variabel Penelitian Berdasarkan Segmentasi.....	3-11
3.2	Gabungan CA, IPA, Hipotesis dan Nilai Z.....	3-19
4.1	Pernyataan Positif & Negatif Responden 1.....	4-2
4.2	Kemiripan Pernyataan.....	4-2
4.3	Atribut Pernyataan.....	4-7
4.4	Penjurian oleh Juri 1 (Ricky Adiputra).....	4-8
4.5	Penjurian oleh Juri 2 (Martinus).....	4-9
4.6	Penggabungan Juri 1 dan Juri 2.....	4-10
4.7	Daftar Nama-Nama Seniman .....	4-11
4.8	Jenis Kelamin.....	4-11
4.9	Jumlah Berpameran.....	4-12
4.10	Jumlah Pameran Dalam Setahun.....	4-12
4.11	Harga Sewa Per Hari.....	4-12
4.12	Lama Waktu Berpameran.....	4-12
4.13	Waktu Pameran .....	4-13
4.14	Perilaku Konsumen Setelah Menggunakan Galeri.....	4-13
4.15	Informasi Mengenai Galeri Gerilya .....	4-13
4.16	Waktu Pengiriman Karya.....	4-14
4.17	Alasan Konsumen Menggunakan Galeri Gerilya.....	4-14
4.18	Ruang Terbuka Instalasi Outdoor .....	4-14
4.19	Pembuatan Katalog Pameran .....	4-14
4.20	Adanya Website Resmi Galeri .....	4-15
4.21	Adanya Cafe di Galeri.....	4-15

4.22	Rangkuman Jumlah Responden Galeri untuk Setiap Variabel .....	4-16
4.23	Rangkuman Jumlah Responden Tingkat Perfomansi.....	4-17
4.24	Rangkuman Jumlah Responden Tingkat Kepentingan .....	4-18
5.1	Ringkasan Penjurian Gabungan .....	5-1
5.2	Variabel Berdasarkan Validitas Konstruk.....	5-3
5.3	Tabel Tingkat Perfomansi hasil perhitungan SPSS.....	5-5
5.4	Hasil Perbandingan Nilai r Dengan Nilai Tabel r Tingkat Perfomansi..	5-6
5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Perfomansi.....	5-7
5.6	Tabel Tingkat Kepentingan hasil perhitungan SPSS .....	5-7
5.7	Hasil Perbandingan Nilai r Dengan Nilai Tabel r Tingkat Kepentingan	5-8
5.8	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan .....	5-9
5.9	Rangkuman Penilaian Keunggulan .....	5-19
5.10	Peringkat CA.....	5-23
5.11	Atribut yang Unggul dari Gerilya .....	5-24
5.12	Atribut yang Unggul dari Sunaryo .....	5-25
5.13	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Perfomansi.....	5-26
5.14	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kepentingan.....	5-27
5.15	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Perfomansi dan Kepentingan.	5-29
5.16	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis .....	5-37
5.17	Segmentasi Berdasarkan Demografis & Perilaku .....	5-38
5.18	Ringkasan Hasil Kuesioner .....	5-39
5.19	Target Pasar Galeri Gerilya.....	5-42
5.20	Prioritas Perbaikan Berdasarkan Hasil Gabungan .....	5-45
5.21	Pernyataan Variabel Berdasarkan Skala Prioritas Perbaikan.....	5-46
6.1	Faktor-Faktor seniman memilih suatu Galeri Seni .....	6-2
6.2	Atribut Kepuasan dan Ketidakuasan Konsumen (Seniman).....	6-5
6.3	Usulan Atribut Segmentasi.....	6-15

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Grafik Penjualan Galeri Gerilya Tahun 2011- 2014 .....	1-3
2.1	Teknik <i>Sampling</i> .....	2-9
2.2	Diagram <i>Kartesius</i> .....	2-21
2.3	Uji <i>SIGN TEST 2</i> Sampel.....	2-24
2.4	Uji <i>SIGN TEST 2</i> Sampel.....	2-24
2.5	Hubungan Hierarki.....	2-25
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian .....	3-1
3.2	Kerangka Penelitian.....	3-8
3.3	Diagram Kuadran IPA.....	3-16
3.4	Uji <i>SIGN TEST 2</i> Sampel .....	3-19
3.5	Uji <i>SIGN TEST 2</i> Sampel .....	3-19
5.1	Jenis kelamin.....	5-9
5.2	Kuantitas Seniman dalam Melakukan Pameran.....	5-9
5.3	Pameran Dalam Setahun.....	5-10
5.4	Harga Sewa Galeri Per Hari .....	5-10
5.5	Lama Waktu Pameran .....	5-11
5.6	Waktu Pameran .....	5-12
5.7	Perilaku Konsumen .....	5-13
5.8	Informasi Mengenai Galeri .....	5-14
5.9	Waktu Pengiriman Karya .....	5-14
5.10	Alasan menggunakan Galeri Geirlya .....	5-15
5.11	Ruang Terbuka Instalasi <i>Outdoor</i> .....	5-16
5.12	Pembuatan Katalog .....	5-16
5.13	<i>Website</i> Resmi Galeri.....	5-17
5.14	<i>Cafe</i> di Galeri .....	5-17
5.15	Grafik <i>Row Score</i> .....	5-20

5.16	Grafik <i>Column Score</i> .....	5-20
5.17	Grafik <i>Row and Column Score</i> .....	5-21
5.18	Contoh Perhitungan Jarak .....	5-23
5.19	Grafik <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-28
5.20	Data Variabel 2 di SPSS.....	5-35
5.21	Uji Sign Test Variabel 2.....	5-36
5.22	Lamput Sorot <i>Slider Sound System Yamaha</i> .....	5-52
5.23	<i>Sound System Yamaha</i> .....	5-54



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Pernyataan Positif dan Negatif.....	L-1
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian Tingkat Perfomansi .....	L-4
3	Data Mentah Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan .....	L-5
4	Uji Validitas dan Reliabilitas (Tingkat Kepentingan).....	L-6
5	IPA .....	L-9
6	<i>Critical Incident</i> .....	L-11
7	Kuesioner Penelitian .....	L-12