

ABSTRAK

Zone 235 *Training Center* adalah pusat pelatihan yang memiliki berbagai macam *training* yaitu *basic – training (paintball) outbound management training*, *character training*, *gathering adventure*, *adventure activity*. Zone 235 didirikan oleh Bapak Ronny Apriliyanto sejak tahun 2000 dibawah PT.Yaspis Indah Perkasa. Lokasi Zone 235 terletak di Pintu II objek wisata Gunung Tangkuban Perahu, Cikole-Lembang Jawa Barat. Lokasi yang strategis dan sejuk, sangat mendukung untuk berbagai macam permainan yang ditawarkan.

Pada tahun 2010 penjualan Zone 235 menurun sebesar 40% untuk *paintball* karena tidak dapat menyaingi pesaingnya yang bergerak dibidang yang sama dengan Zone 235 yaitu Bumi Perkemahan Cikole (BPC). Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, mengetahui kelebihan dan kekurangan Zone 235 dibandingkan BPC. mengetahui upaya apa saja yang dapat dilakukan oleh Zone 235 agar meningkatkan nilai penjualan, mengetahui *Positioning* Zone 235 saat ini dan memberikan usulan, menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa yang ditawarkan Zone 235, memberikan usulan strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh Zone 235 saat ini untuk menghadapi BPC. Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran yaitu 7P dan *Segmentation*, *Targetting* dan *Positioning*. Kuesioner pendahuluan disebarakan kepada 37 responden, yang bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih tempat bermain *paintball*. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada 110 responden. Kuesioner penelitian dibagi menjadi 2 bagian, bagian pertama berisi mengenai profil responden dan bagian kedua mengenai tingkat kepentingan, tingkat performasi. Teknik sampling yang digunakan adalah *sampling purposive*. Kuesioner penelitian bagian 1 diolah untuk mengetahui presentase responden berdasarkan STP, sedangkan data dari kuesioner bagian 2 diolah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis (IPA)*, *Correspondence Analysis (CA)* dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil IPA diketahui bahwa dari 38 variabel ada 8 variabel di kuadran 1, 7 variabel di kuadran 2, 11 variabel di kuadran 3 dan 12 variabel di kuadran 4. Sedangkan berdasarkan hasil CA ada 14 variabel dinyatakan unggul, 2 variabel bersaing dan 22 variabel tertinggal. Untuk Uji hipotesis menghasilkan 8 variabel merasa puas dan 30 variabel merasa tidak puas. Usulan yang diberikan adalah berdasarkan pengolahan data dan analisis gabungan. Analisis gabungan pertama berdasarkan *Correspondence Analysis (CA)*, lalu *Importance Performance Analysis (IPA)* dan terakhir adalah Uji Hipotesis. Usulan yang dapat diberikan adalah variasi senapan yang digunakan untuk bermain *paintball* contohnya senapan *automatic* dan senapan manual, Mengadakan kejuaraan atau perlombaan *paintball* yang belum pernah diadakan oleh Zone 235, memberikan variasi ukuran pakaian membuat konsumen lebih nyaman mengenakan pakaian yang dipinjamkan, memberikan diskon kepada konsumen, meningkatkan promosi di media cetak maupun media social, mengadakan layanan tanpa booking dll. Untuk usulan *Positioning* berupa dengan slogan yaitu “Uji keberanianmu! di Zone 235”

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR

LEMBAR KETERANGAN DARI PERUSAHAAN

PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN iv

PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL ix

DAFTAR GAMBAR xi

BAB I PENDAHULUAN.....1-1

1.1 Latar Belakang Masalah..... 1-1

1.2 Identifikasi Masalah 1-2

1.3 Pembatasan Masalah 1-3

1.4 Perumusan Masalah 1-3

1.5 Tujuan Penelitian 1-4

1.6 Sistematika Penulisan 1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....2-1

2.1 Barang dan Jasa.....2-1

2.1.1 Pengertian Barang.....2-1

2.1.2 Pengertian Jasa.....2-1

2.1.3 Karakteristik Jasa2-1

2.1.4 Klasifikasi Jasa.....2-2

2.2 Populasi dan Sampel.....2-4

2.3 Ukuran Sampel..... 2-5

2.4 Teknik Pengumpulan Data.....,..... 2-6

2.5 Teknik Sampling.....,..... 2-10

2.5.1 *Probability Sampling*.....2-10

2.5.2 *Non Probability Sampling*.....2-11

2.6 Skala Pengukuran..... 2-12

2.7 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-14
2.8 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.9 Pemasaran.....	2-16
2.10 Unsur Teknik Pemasaran.....	2-16
2.11 Bauran Pemasaran.....	2-17
2.12 <i>Corresponden Analysis (CA)</i>	2-19
2.13 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-21
2.14 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-23
2.15 <i>Segmentation, Targetting dan Positioning</i>	2-25
2.15.1 Segmentasi.....	2-25
2.15.2 <i>Targetting</i>	2-28
2.15.3 Positioning.....	2-29
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	3-1
3.1 Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2 Keterangan Metodologi Penulisan.....	3-4
BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1 Pengumpulan Data.....	4-1
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Kegiatan Pemasaran yang Sudah Dilakukan	4-4
4.1.3 Profile Perusahaan Bumi Perkemahan Cikole	4-5
4.1.4 Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
4.1.5 Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-9
4.1.6 Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-13
BAB 5 ANALISIS DAN USULAN DATA	5-1
5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-1
5.1.1 Tingkat Kepuasan	5-1
5.1.2 Tingkat Kepentingan.....	5-4
5.2 Pengujian <i>Corresponden Analysis(CA)</i>	5-7
5.3 Pembuatan Matriks <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-11
5.4 Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-16
5.5 Analisis Gabungan.....	5-20

5.6 Pengolahan Data Segmentasi dan <i>Targetting</i>	5-25
5.6.1 Segmentasi	5-25
5.6.2 <i>Targetting</i>	5-28
5.6.3 <i>Positionig</i>	5-28
5.7 Usulan	5-29
5.7.1 Usulan Strategi Pemasaran	5-30
5.7.2 Usulan Prioritas Perbaikan 1	5-32
5.7.3 Usulan Prioritas Perbaikan 2	5-41
5.7.4 Usulan Prioritas Perbaikan 3	5-43
5.7.5 Usulan Prioritas Perbaikan 4	5-44
5.7.6 Usulan Prioritas Perbaikan 5	5-45
5.7.7 Usulan Prioritas Perbaikan 6	5-46
5.7.8 Usulan Prioritas Perbaikan 7	5-46
5.7.9 Usulan Prioritas Perbaikan 8	5-47
BAB 6 KESIMPULAN	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan	1-2
3.1	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P	3-6
3.2	Variabel Penelitian Berdasarkan Segmentasi	3-7
3.3	Gabungan CA,IPA dan nilai Z	3-22
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
4.3	Hasil Kuesioner Penelitian	4-13
4.4	Hasil Kuesioner Penelitian Peringkat Terbaik	4-14
4.5	Rangkuman Kuesioner Penelitian Peringkat Terbaik	4-15
5.1	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepuasan	5-1
5.2	Perbandingan r Hitung dengan r Kritis	5-2
5.3	Hasil SPSS Pengujian Realibilitas Tingkat Kepuasan	5-3
5.4	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-4
5.5	Perrbandingan r Hitung dengan r Kritis	5-5
5.6	Hasil SPSS Pengujian Realibilitas Tingkat Kepentingan	5-6
5.7	Jumlah Responden Pemilihan Peringkat Tiap Variabel	5-7
5.8	Variabel Keunggulan Zone 235	5-9
5.9	Variabel Kelemahan Zone 235	5-10
5.10	Variabel Bersaing Zone 235	5-10
5.11	Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan	5-11
5.12	Rata-Rata Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan(Lanjutan)	5-12
5.13	Variabel Kuadran 1	5-14
5.14	Variabel Kuadran 2	5-14
5.15	Variabel Kuadran 3	5-15
5.16	Variabel Kuadran 4	5-16
5.17	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan	5-17
5.18	Variabel yang Memberikan Keputusan Tolak Ho	5-19

5.19	Skala Prioritas Perbaikan	5-20
5.20	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-21

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan	1-2
2.1	Diagram Kuadran IPA	2-22
2.2	Grafik Uji Hipotesis	2-24
3.1	Metodologi Penulisan	3-1
3.2	Diagram Kuadran IPA	3-21
3.3	Grafik Uji Hipotesis	3-23
4.1	Foto Aktifitas Paintball (1)	4-3
4.2	Foto Aktifitas Paintball (2)	4-4
4.3	Foto Aktifitas Paintball (3)	4-4
4.4	Pesaing Zone 235	4-5
4.5	<i>Paintball</i> di BPC	4-5
4.6	<i>Paintball</i> di BPC	4-5
5.1	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-8
5.2	Perhitungan <i>Correspondence Analysis</i>	5-9
5.3	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-13
5.4	Wilayah Kritis	5-18
5.5	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-24
5.6	<i>Pie Chart</i> Usia	5-25
5.7	<i>Pie Chart</i> Lokasi Tempat Tinggal	5-26
5.8	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-27
5.9	<i>Pie Chart</i> Budget	5-27
5.10	<i>Pie Chart</i> Frekuensi bermain Paintball	5-28
5.11	<i>Pie Chart</i> Sumber Referensi tempat rekreasi	5-29
5.12	<i>Pie Chart</i> Mengetahui informasi tentang Zone235	5-30