

ABSTRAK

CDCmodels merupakan *onlineshop* pakaian yang didirikan pada bulan Desember tahun 2012. Pada awalnya CDCmodels mempunyai target penjualan dalam 1 bulan mampu menjual 1600pcs akan tetapi pada bulan Februari tahun 2014 hingga Maret tahun 2015 CDCmodels mengalami penurunan penjualan hingga 30%. Penurunan penjualan ini disebabkan karena adanya beberapa *onlineshop* yang berjualan sama di media instagram sehingga menimbulkan pengaruh besar terhadap penjualan CDCmodels.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut-atribut yang dipentingkan konsumen ketika hendak memilih *onlineshop*, menentukan *segmentation, targeting, positioning* yang benar, mengetahui tingkat performansi dan kepentingan dari CDCmodels, mengetahui posisi unggul CDCmodels dibanding pesaing, serta dapat memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran kepada pihak CDCmodels.

Variabel penelitian disusun berdasarkan *E-Commerce and E-Business* berdasarkan bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, promotion*. Kemudian dilakukan uji konstruk kepada 3 dosen bidang manajemen. Setelah itu melakukan penyebaran kuesioner penelitian terbagi ke dalam 3 bagian yaitu bagian profil responden, bagian tingkat kepentingan dan performansi CDCmodels, serta *ranking* dari CDCmodels dan *Onlineshop* lain. Kuesioner penelitian disebarkan sebanyak 120 kuesioner, dengan metode *purposive sampling* yaitu responden harus yang sudah berbelanja di CDCmodels maupun *onlineshop* lain.

Metode Pengolahan data menggunakan statistika deskriptif untuk mengetahui segmentasi dari konsumen. *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui perbandingan dari tingkat kepentingan konsumen dengan performansi CDCmodels. *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan antara CDCmodels dengan *Onlineshop* lain. Uji hipotesis untuk mengetahui kepuasan CDCmodels. Kemudian dilakukan 6 prioritas usulan perbaikan berdasarkan hasil gabungan dari IPA, CA, dan Uji Hipotesis, sehingga diketahui atribut mana yang menjadi prioritas perbaikan.

Hasil analisis target pasar untuk CDCmodels adalah konsumen wanita yang berusia 19 tahun – 24 tahun dan 25 tahun – 47 tahun, dapat menggunakan media sosial, menyukai pakaian dengan *fashion* terkini, melihat pakaian dengan mempertimbangkan model dan harga, menyukai semua jenis pakaian yang ada di CDCmodels mulai dari baju atasan, jaket, sweater, dress dengan harga mulai dari dibawah Rp 100.000 dan Rp 100.000 – Rp 150.000 dan membeli pakaian sebanyak 2 kali dalam 1 bulan.

Usulan yang dapat diberikan untuk CDCmodels adalah dengan membuat kelengkapan ukuran pakaian, detail foto yang lebih jelas dari setiap bagian, membuat informasi yang lebih jelas serta memberikan masa garansi 1 minggu terhadap produk yang sudah dibeli sehingga konsumen dapat merasa puas saat berbelanja maupun menerima barang dari CDCmodels.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

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 Perkembangan Konsep Pemasaran	2-1
2.2 Kepuasan Pelanggan	2-2
2.3 Jenis Penelitian	2-3
2.4 Metode Pengumpulan Data	2-4
2.5 Sumber Data dalam Metode Penelitian	2-7
2.6 Populasi Sampel.....	2-8
2.7 Teknik Sampling	2-9
2.8 Ukuran Sampel	2-12
2.9 Skala Pengukuran	2-12
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15

2.11	Pengenalan Program SPSS	2-20
2.12	Bauran Pemasaran.....	2-22
2.13	<i>E-commerce and E-bussiness</i>	2-27
2.14	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-28
2.15	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	2-31
2.16	Uji Hipotesis	2-33
2.17	<i>Segmentation, Targeting, Positioning (STP)</i>	2-35

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-4
3.2.1	Menentukan Objek Penelitian	3-4
3.2.2	Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2.3	Tinjauan Pustaka	3-5
3.2.4	Mengidentifikasi Masalah.....	3-5
3.2.5	Menentukan Pembatasan Masalah	3-5
3.2.6	Menentukan Perumusan Masalah	3-6
3.2.7	Menentukan Tujuan Penelitian	3-6
3.2.8	Menyusun Variabel Penelitian.....	3-7
3.2.8.1	<i>E-Business and E-Commerce</i>	3-7
3.2.8.2	Membagi Segmen	3-8
3.2.8.3	Langkah-langkah Pembuatan Web	3-9
3.2.9	Pembuatan Kuesioner Penelitian	3-9
3.2.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-10
3.2.11	Melakukan Pengujian Validitas Konstruk	3-11
3.2.12	Penyebaran kuesioner Penelitian	3-11
3.2.13	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	3-11
3.2.14	Melakukan Pengolahan Data	3-13
3.2.15	Analisis.....	3-17
3.2.16	Usulan	3-18
3.2.17	Kesimpulan dan Saran	3-18

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2	Kuesioner Penelitian	4-2

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-1
5.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	5-8
5.3	Analisis Kuesioner Penelitian	5-9
5.3.1	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-9
5.4	Perhitungan CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	5-16
5.5	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-24
5.6	Pengolahan Data Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> ..	5-26
5.6.1	Segmentasi.....	5-26
5.6.2	<i>Targeting</i>	5-36
5.6.3	<i>Positioning</i>	5-39
5.7	Penentuan Prioritas IPA, Peringkat dan Uji Hipotesis	5-40
5.8	Usulan Gabungan Peringkat, IPA, Uji Hipotesis.....	5-43
5.9	Usulan Pembuatan Website	5-53
5.9.1	Tampilan <i>Desain</i> Web	5-55
5.9.2	Katalog informasi	5-58
5.9.2.1	Informasi tentang CDCmodels	5-59
5.9.2.2	Informasi belanja	5-59
5.9.2.3	Quick menu → Konfirmasi pembayaran.	5-64
5.9.3	Cara Pembelian.....	5-67
5.9.4	Tampilan untuk Penjualan	5-71

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-12

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Laporan Penjualan	1-3
4.1	Jenis Kelamin	4-2
4.2	Usia	4-3
4.3	Sumber Mengetahui CDCmodels	4-3
4.4	Media Online yang Sering Dikunjungi	4-3
4.5	Alasan Membeli Pakaian	4-4
4.6	Hal Utama yang Menjadi Pertimbangan dalam Membeli Pakaian	4-4
4.7	Jenis Pakaian yang Sering Dibeli di CDCmodels	4-4
4.8	Pembelian Pakaian dalam 1 Bulan	4-5
4.9	Kisaran Harga Pakaian yang Sering Dibeli	4-5
4.10	Kategori Responden	4-5
4.11	Minat untuk Memesan Pakaian Kembali di CDCmodels	4-6
4.12	Merekomendasikan CDCmodels Kepada Orang Lain	4-6
4.13	Rangkuman Jumlah Responden untuk Tingkat Kepentingan	4-7
4.14	Rangkuman Jumlah Responden untuk Tingkat Performansi	4-8
4.15	Rangkuman Jumlah Responden untuk Tingkat Persaingan	4-9
5.1	Variabel yang Digunakan dalam Penelitian	5-2
5.2	Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS	5-4
5.3	Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan	5-5
5.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Dalam SPSS	5-6
5.5	Hasil Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r dengan Nilai Tabel r	5-7
5.6	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS	5-8
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kinerja Dalam SPSS	5-9
5.8	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-10
5.9	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kinerja	5-11
5.10	Jumlah Responden dalam Pemilihan Peringkat	5-16
5.11	Jarak Persaingan Perusahaan	5-18

5.12	Keunggulan CDCmodels dan <i>Onlineshop</i> lain dalam bersaing	5-19
5.13	Tabel Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-25
5.14	Ringkasan Hasil Kuesioner Segmentasi	5-27
5.15	Prioritas Perbaikan	5-41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.4	Tingkat Penjualan Tahun 2014-2015	1-4
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-30
2.3	Wilayah Kritis	2-35
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Peta Posisi <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-14
3.3	Grafik Wilayah Kritis	3-17
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Grafik IPA	5-12
5.2	<i>Row and Column Scores</i>	5-17
5.3	Wilayah Kritis	5-26
5.4	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-28
5.5	<i>Pie Chart</i> Usia	5-29
5.6	<i>Pie Chart</i> Sumber Mengetahui CDCmodels	5-29
5.7	<i>Pie Chart</i> Media Online yang Sering Dikunjungi	5-30
5.8	<i>Pie Chart</i> Alasan Membeli Pakaian	5-31
5.9	<i>Pie Chart</i> Pertimbangan dalam Membeli Pakaian	5-31
5.10	<i>Pie Chart</i> Jenis Pakaian	5-32
5.11	<i>Pie Chart</i> Pembelian Pakaian dalam 1 Bulan	5-33
5.12	<i>Pie Chart</i> Kisaran Harga	5-33
5.13	<i>Pie Chart</i> Kategori	5-35
5.14	<i>Pie Chart</i> Perminatan	5-35
5.15	<i>Pie Chart</i> Rekomendasi	5-36
5.16	Tampilan Web	5-55
5.17	Katalog Pakaian Perempuan	5-57
5.18	Katalog Pakaian Pria	5-57
5.19	Katalog Pakaian Couple	5-58

5.20	Katalog Informasi	5-58
5.21	Testimonial Konsumen	5-59
5.22	Informasi Cara Pembayaran	5-59
5.23	Informasi Syarat dan Ketentuan	5-60
5.24	Informasi Cara Belanja	5-60
5.25	Informasi Ongkos Kirim	5-62
5.26	Informasi FAQ	5-63
5.27	Informasi <i>Dashboard</i>	5-65
5.28	Informasi untuk Status Order	5-65
5.29	Informasi untuk Konfirmasi Pembayaran	5-65
5.30	Informasi untuk Melihat Data Diri	5-66
5.31	Informasi untuk Melihat Alamat	5-66
5.32	Katalog Wanita	5-67
5.33	Detail Produk	5-67
5.34	Detail Foto Produk5	5-68
5.35	Beli Produk	5-68
5.36	Keterangan Harga Pembelian Produk	5-69
5.37	Memasukan ID Member	5-69
5.38	Pemilihan Ekspedisi Pengiriman dan Total Belanja	5-70
5.39	Selesai Berbelanja	5-71
5.40	Orderan yang Masuk	5-71
5.41	Detail Status	5-72
5.42	Layanan CDCmodels	5-73
5.43	Data Statistik Penjualan	5-73
5.44	Rangkuman Penjualan	5-74
5.45	Rangkuman Bulanan	5-75
5.46	Member Paling Banyak Belanja	5-75
5.47	Produk Paling Banyak Dilihat	5-75
5.48	Produk Terlaris	5-76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. Kuesioner Penelitian	1
2. Data Mentah Tingkat Kepentingan Onlineshop	5
3. Data Mentah Tingkat Performansi CDCmodels	7
4. Tabel <i>Chi-Square</i>	9
5. Tabel Normal	9
6. Tabel R Produk Momen	10
7. Output SPSS (Tingkat Kepentingan)	11
8. Output SPSS (Tingkat Performansi)	12
9. Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	13
10. Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	13