

ABSTRAK

King thai tea adalah salah satu dari usaha industri minuman jenis *thai tea*. Masalah yang dihadapi perusahaan tidak tercapainya target (unit) perusahaan, seperti bulan Juni 2012-Desember 2013, Januari 2014- Juni2015 dengan total rata-rata persentase yang tidak mencapai target sebesar 68.07%, 85.26%. Persaingan dengan pesaing juga menjadi penyebab penjualan yang menurun.

Tujuan dari penelitian ini mengidentifikasi faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih minuman *thai tea*, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman *King thai tea*, mengetahui keunggulan dan kelemahan produk *King thai tea* dibandingkan pesaing, menganalisa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (SWOT) perusahaan, mengidentifikasi dan melakukan *Segmentation, Targeting and Positioning* (STP) dari *King thai tea*, dan mengetahui prioritas perbaikan dan upaya yang diperlukan *King thai tea* dalam meningkatkan penjualan.

Variabel-variabel penelitian disusun berdasarkan konsep bauran pemasaran (4P). Untuk wawancara penelitian dibuat dari teori 10 lingkungan organisasi. Penyebaran kuesioner pendahuluan di tiga tempat (*festival citylink*, Graha Widya Maranatha, *Ciwalk*) sebanyak 30 kuesioner, yang kemudian akan dilanjutkan pengolahan data menggunakan uji *cohcran* untuk mendapatkan variabel penelitian yang dipentingkan konsumen membeli minuman jenis *thai tea* dan kompetitor perusahaan, dimana kompetitor perusahaan berdasarkan pemilihan responden terbanyak. Variabel yang dipentingkan konsumen akan dimasukkan pada kuesioner penelitian, dan dilanjutkan penyebaran kuesioner penelitian sebanyak 120 kuesioner di enam tempat (*festival citylink*, Graha Widya Maranatha, Bandung Indah Plaza, Univ. Pendidikan Indonesia, Univ. Parahyangan). Teknik sampling yang dipakai sampling *purposive*, dimana pemilihan responden ini berdasarkan responden yang telah mencoba minuman jenis *thai tea*.

Pengolahan datanya menggunakan uji hipotesis ketidakpuasan, *Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat* (SWOT) dimana bobot dan rating untuk kekuatan, kelemahan berasal dari hasil kepentingan dan performansi (data IPA) untuk peluang, ancaman berasal dari perusahaan, *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP), *Importance Performance Analysis* (IPA), *correspondence analysis* (CA). Langkah pertama menganalisis matriks SWOT yang menghasilkan 4 strategi SO, ST, WO, WT dimana perbaikan prioritas matriks SWOT dari strategi WT, WO, ST dan terakhir SO. Langkah selanjutnya menganalisis hasil *correspondence analysis* yang diperbaiki dimulai dari variabel pernyataan yang tertinggal, kemudian dilanjutkan hasil olah data IPA, dimana kuadran 2,3,1 dan 4 sebagai prioritas perbaikannya, terakhir dari uji hipotesis ketidakpuasan pada setiap variabel pernyataan konsumen tidak puas.

Hasil dari penelitian berupa usulan-usulan perbaikan diantaranya : menjaga standar kualitas produk minuman dengan memperhatikan standar baku pembuatan dan pencampuran bahan *thai tea*, promosi di jejaring sosial *instagram, twitter*, promosi di *event-event* kampus, sekolah, *café*, tempat makan, harga minuman sesuai porsi yang ditawarkan, pemilihan tempat strategis, membuat lambang atau logo yang menarik, mempunyai *cup* yang mudah dipegang dan digenggam, variasi jenis ukuran kemasan botol minuman yang ditawarkan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR & UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-3
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4. Perumusan Masalah	1-4
1.5. Tujuan Penelitian	1-5
1.6. Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran	2-1
2.2. Metode Pengumpulan Data.....	2-3
2.3. Populasi dan Sampel	2-5
2.4. Teknik Sampling	2-5
2.5. Penentuan Ukuran Sampel	2-8
2.6. Tipe Skala Pengukuran	2-8
2.7. Instrumen Pengumpulan Data.....	2-10
2.8. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-13
2.9. <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	2-14
2.10. IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	2-19
2.11. <i>Multi Dimensional Scalling & Correspondence Analysis</i>	2-21
2.12. <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats (SWOT) Analysis</i>	2-21

DAFTAR ISI

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2. Keterangan <i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-4
3.2.1. Penentuan Objek Penelitian	3-4
3.2.2. Identifikasi Masalah	3-4
3.2.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.2.4. Perumusan Masalah	3-5
3.2.5. Tujuan Penelitian	3-5
3.2.6. Studi Pustaka.....	3-6
3.2.7. Penentuan Variabel Penelitian	3-6
3.2.8. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.2.9. Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-7
3.2.10. Penentuan Ukuran Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.2.11. Penentuan Teknik Sampling dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.2.12. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.2.13. Penyusunan Kuesioner Penelitian dan Wawancara Penelitian.....	3-9
3.2.14. Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.2.15. Penentuan Ukuran Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.2.16. Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.2.17. Pengujian Validitas	3-13
3.2.18. Pengujian Realibilitas.....	3-13
3.2.19. Pengolahan Data.....	3-14
3.2.20. Analisis Dari Hasil Pengolahan Data Dan Usulan.....	3-23
3.2.21. Kesimpulan Dan Saran.....	3-25

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan.....	4-1
--------------------------------	-----

DAFTAR ISI

4.2. Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
4.3. Kuesioner	4-4
4.3.1. Kuesioner Pendahuluan.....	4-4
4.3.2. Kuesioner Penelitian	4-6
4.4. Wawancara.....	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1. Penentuan Pemilihan Kompetitor	5-1
5.1.2. Pengolahan Data Uji Cochran.....	5-3
5.2. Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-6
5.2.1. Bagian 1 (Data Pribadi Responden).....	5-6
5.2.2. Bagian 2 (Tingkat Kepentingan & Tingkat Performansi).....	5-17
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	5-20
5.3. Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-23
5.4. Matriks SWOT	5-25
5.5. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	5-29
5.6. <i>IPA (Importance Performance Analysis)</i>	5-33
5.3. <i>Correspondence Analysis</i>	5-38
5.4. Analisis Gabungan	5-45
5.5. Usulan	5-53

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran.....	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Target Dan Pencapaian Penjualan Di Wilayah Bandung Tahun 2012-2014	1-2
3.1	Tabel Variabel Penelitian	3-6
3.2	Kisi-kisi wawancara	3-11
3.3	Prioritas Perbaikan	3-24
4.1	Produk minuman <i>thai tea</i> yang sering dibeli	4-4
4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3	Ringkasan Data Pribadi Responden	4-6
4.4	Ringkasan Tingkat Kepentingan Responden	4-7
4.5	Ringkasan Tingkat Performansi Responden	4-8
4.6	Ringkasan Peringkat Ranking Untuk <i>King thai tea</i>	4-9
4.7	Ringkasan Peringkat Ranking Untuk <i>Addictea</i>	4-10
5.1	Ringkasan Hasil Uji <i>Cochran</i> Kuesioner Pendahuluan	5-4
5.2	Variabel yang Dianggap Penting	5-5
5.3	Variabel yang Dianggap Tidak Penting	5-6
5.4	Variabel Kuesioner Penelitian	5-17
5.5	Ringkasan Hasil Perhitungan Rata-rata & Standar Deviasi Tingkat Kepentingan	5-18
5.6	Ringkasan Hasil Perhitungan Rata-rata & Standar Deviasi Tingkat Performansi	5-19
5.7	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-23
5.8	Variabel Pernyataan yang Dinyatakan Tidak Puas	5-24
5.9	IFE Matriks	5-25
5.10	EFE Matriks	5-26

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.11	Matriks SWOT	5-28
5.12	Ringkasan Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan & Tingkat Performansi	5-34
5.13	IPA Kuadran Berdasarkan Variabel penelitian	5-36
5.14	Ringkasan Jumlah Bobot Ranking dan Hasil Ranking	5-43
5.15	Ringkasan Prioritas Perbaikan	5-46
6.1	Faktor Internal Perusahaan	6-4
6.2	Faktor Eksternal Perusahaan	6-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Data Target Dan Pencapaian Penjualan Tahun 2012-2014	1-3
2.1	Skema Teknik Sampling	2-5
2.2	Kuadran IPA	2-20
2.3	10 Sektor Lingkungan Organisasi	2-24
2.4	Contoh Matriks Intenal - Eksternal	2-26
2.5	Contoh Matriks SWOT	2-27
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.4	Grafik <i>chi square</i>	3-8
3.5	Wilayah Kritis Uji Z	3-15
3.6	Matriks Internal – Eksternal	3-19
3.7	Matriks SWOT	3-20
3.8	Kuadran IPA	3-21
4.1	Struktur Organisasi <i>King thai tea</i>	4-2
5.1	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Minuman <i>thai tea</i>	5-1
5.2	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Menyukai Minuman Jenis <i>thai tea</i>	5-2
5.3	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan –Mengetahui <i>King thai tea</i>	5-3
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 8	5-5
5.5	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pekerjaan	5-7

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.6	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Rata-rata Uang Saku per Bulan (untuk pelajar / mahasiswa)	5-8
5.7	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Rata-Rata Penghasilan per Bulan (untuk pegawai/ karyawan, wirausaha, lainnya)	5-9
5.8	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Tempat Tinggal	5-10
5.9	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Menyukai <i>thai tea</i>	5-11
5.10	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Suka Mendengar Radio	5-11
5.11	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pengguna Media Sosial	5-12
5.12	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Sumber Informasi	5-13
5.13	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – minuman <i>King thai tea</i> yang dijual	5-14
5.14	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Frekuensi membeli <i>King thai tea</i>	5-15
5.15	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Jumlah minuman <i>King thai tea</i> yang dibeli	5-15
5.16	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Alasan Mengunjungi	5-16
5.17	Wilayah Kritis Uji Gap Variabel 21	5-24
5.18	Matriks Internal -Eksternal	5-27
5.19	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-35
5.20	Hasil Output Sebaran Variabel <i>Correspondence Analysis</i> 1	5-40
5.21	Hasil Output Sebaran Variabel <i>Correspondence Analysis</i> 2	5-41
5.22	Hasil Output Sebaran Variabel <i>Correspondence Analysis</i> 3	5-42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	L1-3
1	Kuesioner Penelitian Bagian 2	L1-5
1	Kuesioner Penelitian Bagian 3	L1-5
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Data Mentah Uji <i>Cochran</i>	L2-2
2	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L2-10
2	Data Mentah Tingkat Performansi	L2-12
2	Data Mentah Peringkat <i>King thai tea</i>	L2-14
2	Data Mentah Peringkat <i>Addictea</i>	L2-16
3	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i>	L3-1
4	Tabel <i>r</i> krtik	L4-1
4	Tabel <i>Chi Square</i>	L4-2
4	Tabel Z	L4-3
5	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir	L5-1