

ABSTRAK

Penelitian dilakukan di Salon Strawberry Gardujati. Salon tersebut sudah berdiri sejak pertengahan tahun 2013. Masalah yang dihadapi oleh Salon Strawberry cabang Gardujati adalah omset pendapatan yang rendah bila dibandingkan dengan cabang lainnya di kota Bandung. Adapun tujuan penelitian adalah mengidentifikasi faktor – faktor apa sajakah yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih salon, memberikan target pasar potensial, mengidentifikasi tingkat performansi dan kinerja yang dimiliki oleh salon, mengetahui tingkat kepuasan dan memberikan usulan prioritas perbaikan yang perlu diperhatikan oleh Salon Strawberry agar dapat meningkatkan penjualan.

Atribut penelitian peneliti kembangkan dengan menggunakan pendekatan *critical incident*. Berdasarkan hasil *critical incident* didapati 66 atribut yang kemudian dijadikan acuan dalam pembuatan kuesioner pendahuluan dan penelitian. Kuesioner pendahuluan tersebut dibuat dengan tujuan untuk mendapatkan daftar nama salon yang menjadi pesaing Salon Strawberry dan mengetahui atribut mana sajakah dari ke-60 atribut yang dinyatakan penting oleh konsumen. Kemudian hasil dari kuesioner pendahuluan tersebut dijadikan acuan dalam pembuatan kuesioner penelitian. Dimana kuesioner penelitian tersebut dibuat dengan tujuan untuk mengetahui target pasar potensial yang dimiliki oleh Salon Strawberry, sehingga pihak salon dapat menetapkan target pasar dan membangun citra yang tepat di mata konsumen melalui *positioning*. Adapun tujuan lain disusunnya kuesioner penelitian tersebut yaitu untuk mendapatkan data yang nantinya akan dijadikan input dalam pengolahan data dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA) dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan. Hasil pengolahan tersebut digabungkan untuk mendapatkan prioritas-prioritas perbaikan yang perlu dilakukan dan diperbaiki oleh pihak Salon Strawberry Gardujati sehingga dapat bersaing dengan pesaingnya saat ini.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Salon Strawberry memiliki pasar potensial pada wanita berumur ≤ 21 tahun hingga 30 tahun dan memiliki harga yang terjangkau. Sehingga peneliti mengusulkan slogan yaitu : “*Beauty is Easy to Get*”. Adapun konsumen masih belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Salon Strawberry, hal ini terlihat setelah data yang dimiliki diolah dengan menggunakan Uji Hipotesis Ketidakpuasan dimana dari ke-29 atribut yang ada, tidak ada satupun atribut yang dinyatakan puas oleh konsumen. Berdasarkan hasil pengolahan dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) pun konsumen menyatakan Salon Strawberry hanya unggul dalam 6 atribut dari ke-29 atribut yang ada. Untuk menanggulangi hal tersebut, peneliti mengusulkan 7 buah prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak Salon Strawberry Gardujati, diantaranya adalah dengan melakukan seleksi yang ketat dalam proses rekrutmen kapster, membagi fasilitas salon menjadi 2 ruangan dimana 1 ruangan *smooking area* dan 1 ruangan *no smooking area*, memfasilitasi setiap kapsternya dengan *barber pouch* untuk menyimpan peralatan salon, dan lain-lain.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	
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 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i> Pasar	2-3
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-5
2.5 Populasi Dan Sampel	2-8
2.5.1 Populasi	2-8
2.5.2 Sample	2-8
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-9
2.7 Teknik Sampling	2-9
2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2-10
2.7.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	2-11
2.8 Tipe Data Berskala	2-12
2.9 Skala Pengukuran	2-13

2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.11 Pengujian Validitas Instrumen	2-17
2.11.1 Pengujian Validitas Internal	2-17
2.11.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-18
2.12 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-19
2.13 Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan	2-20
2.14 <i>Correspondence Analysis</i>	2-23
2.15 Uji Hipotesis	2-24
2.15.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-25
2.16 <i>Critical Incident Approach</i>	2-26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2 Menentukan Latar Belakang Masalah	3-5
3.3 Mengidentifikasi Masalah	3-5
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-6
3.5 Merumuskan Masalah	3-6
3.6 Menentukan Tujuan Penelitian	3-6
3.7 Melakukan Studi Pustaka	3-7
3.8 Menentukan Model Penelitian	3-7
3.9 Mengembangkan Atribut Penelitian	3-9
3.10 Pengolahan Atribut Penelitian	3-10
3.11 Menyusun Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.12 Mengembangkan Variabel Segmentasi	3-12
3.13 Menyusun Kuesioner Penelitian	3-13
3.14 Menguji Validitas Konstruk	3-13
3.15 Menentukan Unit Sampling	3-14
3.16 Menentukan Teknik Sampling	3-14
3.17 Menyebarkan Kuesioner Pendahuluan	3-14
3.18 Mengolah Data Kuesioner Pendahuluan	3-15
3.19 Memperbaiki Kuesioner Penelitian	3-16

3.20 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-17
3.21 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-18
3.22 Menguji Validitas Kuesioner Penelitian	3-18
3.23 Menguji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-19
3.24 Mengolah Kuesioner Penelitian	3-20
3.25 Analisis	3-27
3.26 Usulan	3-28
3.27 Kesimpulan dan Saran	3-28

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner	4-1
4.2.1 Kuesioner <i>Critical Incident</i>	4-1
4.2.2 Kuesioner Pendahuluan	4-23
4.2.3 Kuesioner Penelitian	4-25

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Pengolahan Data Kuesioner <i>Critical Incident</i>	5-1
5.2 Hasil Uji Validitas Konstruk	5-2
5.3 Nama Salon Pesaing	5-4
5.4 Pengolahan Atribut Kuesioner Pendahuluan	5-5
5.5 Pengujian Validitas & Reliabilitas	5-25
5.5.1 Tingkat Kepentingan	5-26
5.5.2 Tingkat Kinerja	5-29
5.6 Pengolahan Atribut Kuesioner Penelitian	5-31
5.6.1 Bagian 1	5-31
5.6.2 Bagian 2	5-50
5.6.2.1 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-50
5.6.2.2 <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-57
5.6.2.3 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-63
5.7 Analisis Gabungan <i>Correpondence Analysis</i> (CA), dan	

<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-65
5.8 Analisis Target Pasar Salon Strawberry	5-67
5.8.1 Target Pasar	5-67
5.8.2 Positioning Salon Strawberry	5-69
5.9 Usulan	5-70

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-11

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Variabel Sementasi	3-12
Tabel 4.1	Pernyataan Positif & Negatif Responden 1	4-2
Tabel 4.2	Pernyataan Positif & Negatif Responden 2	4-2
Tabel 4.3	Pernyataan Positif & Negatif Responden 3	4-2
Tabel 4.4	Pernyataan Positif & Negatif Responden 4	4-3
Tabel 4.5	Pernyataan Positif & Negatif Responden 5	4-3
Tabel 4.6	Pernyataan Positif & Negatif Responden 6	4-3
Tabel 4.7	Pernyataan Positif & Negatif Responden 7	4-3
Tabel 4.8	Pernyataan Positif & Negatif Responden 8	4-4
Tabel 4.9	Pernyataan Positif & Negatif Responden 9	4-4
Tabel 4.10	Pernyataan Positif & Negatif Responden 10	4-4
Tabel 4.11	Pernyataan Positif & Negatif Responden 11	4-4
Tabel 4.12	Pernyataan Positif & Negatif Responden 12	4-5
Tabel 4.13	Pernyataan Positif & Negatif Responden 13	4-5
Tabel 4.14	Pernyataan Positif & Negatif Responden 14	4-5
Tabel 4.15	Pernyataan Positif & Negatif Responden 15	4-5
Tabel 4.16	Pernyataan Positif & Negatif Responden 16	4-6
Tabel 4.17	Pernyataan Positif & Negatif Responden 17	4-6
Tabel 4.18	Pernyataan Positif & Negatif Responden 18	4-6
Tabel 4.19	Pernyataan Positif & Negatif Responden 19	4-7
Tabel 4.20	Pernyataan Positif & Negatif Responden 20	4-7
Tabel 4.21	Pengelompokan Kemiripan Pernyataan	4-8
Tabel 4.22	Atribut Pernyataan	4-10
Tabel 4.23	<i>Satisfaction Item</i>	4-12
Tabel 4.24	<i>Customer Requirement</i>	4-12
Tabel 4.25	Penjurian oleh Juri 1	4-13

Tabel 4.26	Penjurian oleh Juri 2	4-15
Tabel 4.27	Penggabungan Hasil Penjurian Juri 1 dan Juri 2	4-17
Tabel 4.28	Penggabungan Hasil Penjurian Juri 1 dan Juri 2 (revisi)	4-19
Tabel 4.29	Penjurian oleh Juri 3	4-21
Tabel 4.30	Daftar Nama Salon Pesaing	4-23
Tabel 4.31	Frekuensi Jawaban Responden	4-24
Tabel 4.32	Jenis Kelamin Responden	4-25
Tabel 4.33	Umur Responden	4-25
Tabel 4.34	Jumlah Responden Yang Pernah Mengunjungi Anata Salon	4-25
Tabel 4.35	Variasi Pekerjaan Responden	4-26
Tabel 4.36	Uang Saku Per Bulan Responden	4-26
Tabel 4.37	Pendapatan Per Bulan Responden	4-26
Tabel 4.38	Frekuensi Penggunaan Jasa Salon	4-27
Tabel 4.39	Jasa Salon Yang Diminati Responden	4-27
Tabel 4.40	Sumber Informasi Mengenai Salon	4-27
Tabel 4.41	Surat Kabar Yang Sering Dibaca Responden	4-28
Tabel 4.42	Jenis Majalah Yang Disukai Responden	4-28
Tabel 4.43	Jenis Minuman Yang Disukai Responden Saat Menunggu Di Salon	4-28
Tabel 4.44	Suhu Air yang Disukai Responden Saat Mencuci Rambut ...	4-29
Tabel 4.45	Wangi Sampo Yang Disukai Responden	4-29
Tabel 4.46	Wangi Buah Yang Disukai Responden	4-29
Tabel 4.47	Merek Shampo Yang Disukai Responden	4-29
Tabel 4.48	Aktifitas Yang Disukai Responden Saat Terhubung Dengan Wi-Fi	4-30
Tabel 4.49	Frekuensi Penggunaan Kartu Kredit	4-30
Tabel 4.50	Kartu Debit/Kredit Yang Sering Digunakan Oleh Responden	4-30
Tabel 4.51	Jenis Lagu Yang Disukai Responden	4-31
Tabel 4.52	Rangkuman Jumlah Responden (Tingkat Kepentingan)	4-32
Tabel 4.53	Rangkuman Jumlah Responden (Tingkat Kinerja)	4-33
Tabel 4.54	Rangkuman Jumlah Responden (Peringkat Keunggulan)	4-34

Tabel 5.1	Ringkasan Penjurian Gabungan	5-1
Tabel 5.2	Atribut Berdasarkan Hasil Validitas Konstruk	5-3
Tabel 5.3	Daftar Nama Salon Pesaing	5-4
Tabel 5.4	Atribut Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen	5-25
Tabel 5.5	Nilai r Hitung Tingkat Kepentingan	5-26
Tabel 5.6	Perbandingan Nilai r Hitung Dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-27
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-28
Tabel 5.8	Nilai r Hitung Tingkat Kinerja	5-29
Tabel 5.9	Perbandingan Nilai r Hitung Dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-30
Tabel 5.10	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-31
Tabel 5.11	Hasil Penyebaran Kuesioner	5-31
Tabel 5.12	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kepentingan	5-50
Tabel 5.13	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kinerja	5-51
Tabel 5.14	Rangkuman Rata – Rata Tingkat Performansi dan Kepentingan	5-52
Tabel 5.15	Rangkuman Penilaian Keunggulan	5-58
Tabel 5.16	Peringkat CA	5-61
Tabel 5.17	Atribut Keunggulan Salon Strawberry	5-62
Tabel 5.18	Atribut Keunggulan Anata Salon	5-63
Tabel 5.19	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis	5-64
Tabel 5.20	Prioritas Perbaikan	5-66
Tabel 5.21	Pernyataan Atribut Berdasarkan Skala Prioritas Perbaikan	5-67
Tabel 5.22	Atribut Keunggulan Salon Strawberry	5-69
Tabel 6.1	Faktor-Faktor Konsumen Dalam Memilih Salon	6-1
Tabel 6.2	Tabel IPA Salon Strawberry	6-3
Tabel 6.3	Atribut Kepuasan dan Ketidakpuasan Konsumen	6-4

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-8
Gambar 2.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	2-20
Gambar 2.3	Hubungan Hierarki antara <i>Critical Incident</i> , <i>Satisfaction item</i> , dan <i>Customer Relationship</i>	2-24
Gambar 3.1	<i>Flow Chart</i>	3-1
Gambar 3.2	Grafik <i>Chi-Square</i>	3-16
Gambar 3.3	Diagram <i>Kartesianus</i>	3-25
Gambar 5.1	Pie Chart Pesaing	5-4
Gambar 5.2	Chi-Square Pengujian I	5-6
Gambar 5.3	Chi-Square Pengujian II	5-7
Gambar 5.4	Chi-Square Pengujian III	5-8
Gambar 5.5	Chi-Square Pengujian IV	5-9
Gambar 5.6	Chi-Square Pengujian V	5-11
Gambar 5.7	Chi-Square Pengujian VI	5-12
Gambar 5.8	Chi-Square Pengujian VII	5-13
Gambar 5.9	Chi-Square Pengujian VIII	5-14
Gambar 5.10	Chi-Square Pengujian IX	5-15
Gambar 5.11	Chi-Square Pengujian X	5-17
Gambar 5.12	Chi-Square Pengujian XI	5-18
Gambar 5.13	Chi-Square Pengujian XII	5-19
Gambar 5.14	Chi-Square Pengujian XIII	5-20
Gambar 5.15	Chi-Square Pengujian XIV	5-21
Gambar 5.16	Chi-Square Pengujian XV	5-23
Gambar 5.17	Chi-Square Pengujian XVI	5-24
Gambar 5.18	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	5-31

Gambar 5.19	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin Responden	5-32
Gambar 5.20	<i>Pie Chart</i> Responden Yang Pernah Mengunjungi Anata Salon	5-33
Gambar 5.21	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responden	5-34
Gambar 5.22	<i>Pie Chart</i> Uang Saku Responden	5-35
Gambar 5.23	<i>Pie Chart</i> Pendapatan Responden	5-36
Gambar 5.24	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Penggunaan Jasa Salon	5-37
Gambar 5.25	<i>Pie Chart</i> Jasa Salon Yang Sering Digunakan	5-38
Gambar 5.26	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi Mengenai Salon	5-39
Gambar 5.27	<i>Pie Chart</i> Surat Kabar	5-40
Gambar 5.28	<i>Pie Chart</i> Jenis Majalah	5-41
Gambar 5.29	<i>Pie Chart</i> Jenis Minuman Yang Digemari	5-42
Gambar 5.30	<i>Pie Chart</i> Suhu Air Yang Digemari	5-43
Gambar 5.31	<i>Pie Chart</i> Wangi Shampo Yang Disukai	5-44
Gambar 5.32	<i>Pie Chart</i> Wangi Buah Yang Disukai	5-44
Gambar 5.33	<i>Pie Chart</i> Merek Shampo Yang Disukai	5-45
Gambar 5.34	<i>Pie Chart</i> Aktivitas Saat Menggunakan Wi-Fi	5-46
Gambar 5.35	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Penggunaan Kartu Kredit	5-47
Gambar 5.36	<i>Pie Chart</i> Kartu Debit/Kredit Yang Sering Digunakan	5-48
Gambar 5.37	<i>Pie Chart</i> Jenis Lagu Yang Disukai	5-49
Gambar 5.38	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-53
Gambar 5.39	Grafik <i>Row Scores</i>	5-59
Gambar 5.40	Grafik <i>Column Scores</i>	5-60
Gambar 5.41	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-60
Gambar 5.42	Contoh Perhitungan Jarak Atribut No. 4	5-62
Gambar 5.43	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-65
Gambar 5.44	<i>Air Conditioner</i>	5-71
Gambar 5.45	<i>Air Curtain</i>	5-71
Gambar 5.46	<i>Ceiling Fan</i>	5-71
Gambar 5.47	Tempat Sampah	5-73
Gambar 5.48	Pengharum Ruangan Otomatis	5-74

Gambar 5.49	Kapur Barus	5-74
Gambar 5.50	<i>Exhaust Fan</i>	5-77
Gambar 5.51	Kursi Tunggu	5-78
Gambar 5.52	Lemari Dorong	5-79
Gambar 5.53	<i>Barber Pouch</i>	5-80
Gambar 5.54	<i>Barber Pouch</i>	5-85

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Komentar Seminar Proposal
2. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
3. Kuesioner Pendahuluan
4. Kuesioner Penelitian
5. Tabel Normal / Z
6. Tabel Khi-Kuadrat
7. Lembar Komentar Validitas Konstruk
8. Tabel Data *Cochran Q Test*