

## ***ABSTRACT***

Requirement of prima facie human being and must fulfilled as long as human life that is requirement of food. Food is inseparable matter of everyday life of human being. The increasing of human being essential requirement especially requirement of food will it is of course make the effort restaurant relative have never withdrawn. This effort enthused many because entrepreneur realize that food represent human being essential requirement.

Kantin Sedap represent the effort in the field of food residing in area Taman Kopo Indah 2. To win emulation, marketing mix Kantin Sedap have to earn to gratify customer. To give satisfying service customer, Kantinn Sedapp trying maintain performance assumed gratify of marketing mix and repairing performance marketing mix assumed less is gratifying.

Pursuant to breakdown of above, writer interest to conduct research entitling " Importance - Performance Analysis of Attributes Marketing Mix At Kantin Sedap, Bandung".

Research use descriptive method, that is method collecting, process, analysing, interpreting data and also explain object perceived. Sampel the taken is 100 people because pursuant to information of owner of canteen, consumer which almost routinely use service of Kantin Sedap amount to more or less 100 people. Technique which used in collecting data is interview, observation and kuesioner .

Result of research indicate that level importance of marketing mix according consumer equal to 4.28 from scale 5 meaning variables used writer to assess performance of marketing mix important to be paid attention in order to improving performance of marketing mix able to gratify customer. While felt performance level consumer to performance of marketing mix Kantin Sedap equal to 4.00 from scale 5 meaning most consumer feel enough satisfy with performance of marketing mix Kantin Sedap, but there are some matter of performance of marketing mix dissatisfactory assumed. As a whole can be taken conclusion that importance level according to consumer of performance marketing mix high good enough and performance which during the time by Kantin Sedap felt good enough consumer. Thereby writer suggest shall Kantin Sedap do repair continually to increase performance of its marketing mix.

## ABSTRAK

Kebutuhan manusia yang utama dan yang harus selalu dipenuhi sepanjang hidup manusia yaitu kebutuhan akan makanan. Makanan adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia. Meningkatnya kebutuhan utama manusia terutama kebutuhan akan makanan tentunya membuat usaha rumah makan relatif tidak pernah surut. Usaha ini banyak diminati karena pengusaha menyadari bahwa makanan merupakan kebutuhan utama manusia.

Kantin Sedap merupakan usaha dalam bidang makanan yang berada di daerah Taman Kopo Indah 2. Untuk memenangkan persaingan, *marketing mix* Kantin Sedap harus dapat memuaskan pelanggan. Untuk memberikan pelayanan yang memuaskan pelanggannya, Kantin Sedap berusaha untuk mempertahankan kinerja *marketing mix* yang dianggap memuaskan dan memperbaiki kinerja *marketing mix* yang dianggap kurang memuaskan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "**Importance – Performance Analysis atas Atribut-Atribut Marketing Mix Pada Kantin Sedap, Bandung**"

Penelitian menggunakan metode deskriptif, yaitu metode yang mengumpulkan, mengolah, menganalisis, menginterpretasikan data serta memaparkan objek yang diamati. Sampel yang diambil adalah 100 orang karena berdasarkan informasi dari pemilik kantin, konsumen yang hampir secara rutin menggunakan jasa Kantin Sedap berjumlah kurang lebih 100 orang. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi dan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepentingan *marketing mix* menurut konsumen adalah sebesar 4.28 dari skala 5 yang berarti variabel-variabel yang digunakan penulis untuk menilai kinerja *marketing mix* penting untuk diperhatikan dalam rangka meningkatkan kinerja *marketing mix* yang dapat memuaskan pelanggan. Sedangkan tingkat kinerja yang dirasakan konsumen terhadap kinerja *marketing mix* Kantin Sedap adalah sebesar 4.00 dari skala 5 yang berarti sebagian besar konsumen merasa cukup puas dengan kinerja *marketing mix* Kantin Sedap, namun ada beberapa hal dari kinerja *marketing mix* yang dianggap tidak memuaskan. Secara keseluruhan dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kepentingan menurut konsumen atas kinerja *marketing mix* yang baik cukup tinggi dan kinerja yang selama ini dilakukan oleh Kantin Sedap dirasakan konsumen cukup baik. Dengan demikian penulis menyarankan hendaknya Kantin Sedap melakukan perbaikan secara terus menerus untuk meningkatkan kinerja *marketing mix*-nya.

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Kegunaan Penelitian .....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka .....	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	7

2.1.2 Pengertian <i>Marketing Management</i> .....	12
2.1.3 Pengertian <i>Marketing Mix</i> .....	14
2.1.4 Pengertian Jasa .....	35
2.1.5 Konsep Kepuasan Konsumen .....	38
2.2 Kerangka Pemikiran .....	47

### BAB III METODE PENELITIAN

3.1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	51
3.1.2 Jenis Penelitian .....	52
3.1.3 Definisi Operasionalisasi Variabel .....	53
3.1.4 Populasi dan Sampel .....	54
3.1.5 Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.1.7 Teknik Pengolahan Data .....	57

### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Tingkat Kepentingan Menurut Konsumen Atas Kinerja <i>Marketing Mix</i> Kantin Sedap.....	64
4.1.1 <i>Product</i> .....	64
4.1.2 <i>Price</i> .....	67
4.1.3 <i>Place</i> .....	69
4.1.4 <i>Promotion</i> .....	71
4.1.5 <i>People</i> .....	73

4.1.6 <i>Physical Evidence</i> .....	76
4.1.7 <i>Process</i> .....	78
4.2 Analisis Kenyataan yang Dirasakan Konsumen Atas Kinerja	
<i>Marketing Mix</i> Kantin Sedap .....	83
4.1.1 <i>Product</i> .....	83
4.1.2 <i>Price</i> .....	86
4.1.3 <i>Place</i> .....	88
4.1.4 <i>Promotion</i> .....	90
4.1.5 <i>People</i> .....	93
4.1.6 <i>Physical Evidence</i> .....	95
4.1.7 <i>Process</i> .....	98
4.3 Analisis Kepuasan Kinerja <i>Marketing Mix</i> .....	103
4.3.1 Analisis Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> .....	105
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan .....	112
5.2. Saran .....	116

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Tabel 2.1 Konsep-konsep Inti Pemasaran .....	9
Tabel 2.2 Elemen Bauran Promosi.....	31
Tabel 3.1 Importance – Performance Matrix .....	61
Tabel 4.1 Peta Posisi <i>Importance-Performance</i> .....	107

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	53
Tabel 4.1 Ada Banyak Pilihan Menu .....	64
Tabel 4.2 Hidangan yang Disediakan Dalam Keadaan Bersih .....	65
Tabel 4.3 Mutu dan Citarasa Hidangan yang Lezat .....	66
Tabel 4.4 Penyajian Hidangan yang Menarik .....	66
Tabel 4.5 Harga Cukup Terjangkau .....	67
Tabel 4.6 Harga Yang Sesuai dengan Kualitas .....	68
Tabel 4.7 Harga yang Tidak Berbeda Jauh dengan Tempat Lain .....	69
Tabel 4.8 Lokasi Mudah Ditemukan .....	70
Tabel 4.9 Kemudahan untuk Mencapai Lokasi .....	70
Tabel 4.10 Spanduk Nama Kantin Sedap Mudah Dilihat dan Jelas.....	71
Tabel 4.11 Perkataan dari Orang Lain Bahwa Makanan di Kantin Sedap Enak Dan Bersih .....	72
Tabel 4.12 Perkataan dari Orang Lain Bahwa Harga Makanan di Kantin Sedap Murah dan Terjangkau .....	73
Tabel 4.13 Keramahan dalam Melayani Pelanggan .....	74
Tabel 4.14 Kecepatan dalam Melayani Pelanggan .....	75
Tabel 4.15 Tanggap Atas Keluhan yang Disampaikan .....	75
Tabel 4.16 Peralatan yang Digunakan dalam Keadaan Bersih .....	76
Tabel 4.17 Kebersihan Ruangan .....	77

Tabel 4.18 Plastik dan Kertas Pembungkus Makanan dalam Keadaan Bersih dan Baru .....	78
Tabel 4.19 Tidak Perlu Lama Menunggu untuk Dilayani.....	79
Tabel 4.20 Proses Pelayanan Cepat .....	80
Tabel 4.21 Proses Pembayaran Cepat .....	80
Tabel 4.22 Makanan yang Diterima Sesuai Pesanan .....	81
Tabel 4.23 Ukuran Variabel Tingkat Kepentingan menurut Konsumen .....	82
Tabel 4.24 Ada Banyak Pilihan Menu .....	83
Tabel 4.25 Hidangan yang Disediakan Dalam Keadaan Bersih .....	84
Tabel 4.26 Mutu dan Citarasa Hidangan yang Lezat .....	85
Tabel 4.27 Penyajian Hidangan yang Menarik .....	85
Tabel 4.28 Harga Cukup Terjangkau .....	86
Tabel 4.29 Harga Yang Sesuai dengan Kualitas.....	87
Tabel 4.30 Harga yang Tidak Berbeda Jauh dengan Tempat Lain .....	88
Tabel 4.31 Lokasi Mudah Ditemukan .....	89
Tabel 4.32 Kemudahan untuk Mencapai Lokasi .....	90
Tabel 4.33 Spanduk Nama Kantin Sedap Mudah Dilihat dan Jelas.....	91
Tabel 4.34 Perkataan dari Orang Lain Bahwa Makanan di Kantin Sedap Enak Dan Bersih .....	92
Tabel 4.35 Perkataan dari Orang Lain Bahwa Harga Makanan di Kantin Sedap Murah dan Terjangkau .....	92
Tabel 4.36 Keramahan dalam Melayani Pelanggan .....	93
Tabel 4.37 Kecepatan dalam Melayani Pelanggan .....	94



Tabel 4.38 Tanggap Atas Keluhan yang Disampaikan .....	95
Tabel 4.39 Peralatan yang Digunakan dalam Keadaan Bersih .....	96
Tabel 4.40 Kebersihan Ruangan .....	97
Tabel 4.41 Plastik dan Kertas Pembungkus Makanan dalam Keadaan Bersih dan Baru .....	97
Tabel 4.42 Tidak Perlu Lama Menunggu untuk Dilayani .....	98
Tabel 4.43 Proses Pelayanan Cepat .....	99
Tabel 4.44 Proses Pembayaran Cepat .....	100
Tabel 4.45 Makanan yang Diterima Sesuai Pesanan .....	101
Tabel 4.46 Ukuran Variabel Kenyataan yang di Rasakan oleh Konsumen .....	102
Tabel 4.47 Ukuran Variabel Kepuasan yang di Rasakan oleh Konsumen Kantin Sedap .....	104
Tabel 4.48 Variabel-variabel yang Terletak di Kuadran A .....	108
Tabel 4.49 Variabel-variabel yang Terletak di Kuadran B .....	109
Tabel 4.50 Variabel-variabel yang Terletak di Kuadran C .....	110
Tabel 4.51 Variabel-variabel yang Terletak di Kuadran D .....	111