

ABSTRAK

Indomaret Point adalah usaha retail/minimarket yang menyediakan fasilitas-fasilitas untuk nongkrong. Indomaret Point memiliki cabang di banyak tempat salah satunya di Jln Surya Sumantri no.82,. Indomaret Point ini mulai beroperasi pada tahun 2013. Dalam 1 tahun terakhir Indomaret Point Di Surya Sumantri mengalami penurunan penjualan sebanyak 20%-30%. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hal-hal yang dipentingkan dan mempengaruhi konsumen dalam mengunjungi Indomaret Point, untuk mengetahui target pasar, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi ketidakpuasan konsumen, dan memberikan usulan strategi pemasaran kepada Indomaret Point.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan menyusun variabel-variabel penelitian menjadi kuesioner pendahuluan dan penelitian berdasarkan bauran pemasaran yaitu 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Penyebaran kuesioner pendahuluan diberikan kepada 30 reponden dengan menggunakan teknik aksidental. Kuesioner pendahuluan disebarkan di Indomaret Point, MOR, Circle K, dan Aalfamart. Setelah melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan maka diperoleh hasil hal-hal apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam mengunjungi retail/minimarket dan mengetahui pesaing utama dari Indomaret Point yaitu MOR.

Kuesioner penelitian terdiri dari bagian tingkat kepentingan mengenai atribut-atribut yang dipentingkan konsumen, tingkat kinerja Indomaret Point, dan posisi Indomaret Point terhadap pesaingnya menurut persepsi konsumen. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada pengunjung yang pernah mengunjungi Indomaret Point dan MOR minimal 2 kali karena itu teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah *purposive sampling*. Kuesioner penelitian disebarkan kepada 110 orang. Data yang diperoleh diolah dengan menggunakan metode IPA, CA dan Uji Hipotesis. Bagian Tingkat kepentingan dan kinerja diolah dengan menggunakan metode IPA (*Importance performance Analysis*) untuk mengetahui prioritas perbaikan. Untuk mengetahui posisi Indomaret Point dengan MOR menggunakan metode CA (*Correspondence Analysis*). Sedangkan untuk metode uji hipotesis menggunakan bagian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Indomaret Point untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Analisis dilakukan dengan menggabungkan 3 metode yang digunakan dalam pengolahan data yaitu IPA, CA, dan Uji Hipotesis. Melalui penggabungan 3 metode ini maka akan diperoleh prioritas perbaikan yang akan disarankan oleh peneliti kepada Indomaret Point.

Usulan perbaikan diberikan kepada Indomaret Point dilakukan dengan tujuan agar Indomaret Point dapat bersaing dan meningkatkan kepuasan konsumen. Target pasar yang diusulkan oleh penulis adalah konsumen berusia 18-25 tahun, dengan pemasukan > Rp. 2.000.000, dan konsumen yang senang berbelanja snack. Positioning yang diusulkan Indomaret Point sebaiknya memposisikan diri dengan memberikan fasilitas nongkrong yang nyaman serta lingkungan parkir yang aman.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-2
1.4. Perumusan Masalah.....	1-2
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6. Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian pengecer (<i>Retailing</i>)	2-1
2.2. Jenis-jenis pedagang eceran.....	2-1
2.3. Pemasaran.....	2-5
2.4. <i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i>	2-9
2.5. Teknik Pengumpulan Data	2-11
2.6. Pupulasi dan sampel	2-12
2.7. Menentukan Ukuran Sampel	2-12
2.8. Teknik Sampling.....	2-13
2.9. Data Berskala.....	2-16
2.10. Tipe skala pengukuran.....	2-17
2.12. Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan	2-24
2.13. <i>Correspondence Analysis</i>	2-27

2.14. Uji Hipotesis	2-28
---------------------------	------

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.2. Tinjauan Pustaka.....	3-3
3.3. Identifikasi Masalah	3-4
3.4. Pembatasan Masalah.....	3-4
3.5. Perumusan Masalah.....	3-4
3.6. Tujuan Penelitian	3-5
3.7. Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8. Penentuan Metode Pengumpulan Data.....	3-6
3.9. Pembuatan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.10. Pengujian Konstruksi	3-8
3.11. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.12. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.13. Pembuatan Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.14. Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.15. Pengujian Validitas	3-11
3.16. Pengujian Reliabilitas	3-12
3.17. Pengolahan Data	3-12
3.18. Analisis	3-17
3.19. Usulan	3-17
3.20. Kesimpulan dan Saran	3-17
3.21. Selesai	3-17

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1. Struktur Organisasi	4-2
4.1.2. Deskripsi Pekerjaan	4-3
4.2. Uji Validitas Konstruksi	4-5
4.3. Kuesioner Pendahuluan	4-5

4.4. Kuesioner Penelitian.....	4-7
--------------------------------	-----

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2. Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-6
5.2.1. Profil Konsumen.....	5-6
5.2.2. Uji Validitas.....	5-12
5.2.3. Uji Reabilitas.....	5-16
5.2.4. Uji <i>Correspondence Analysis</i>	5-16
5.2.5. Rangkuman Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	5-20
5.2.6. Uji <i>Importance / Performance Analysis (IPA)</i>	5-25
5.2.7 Rangkuman Uji <i>Importance / Performance Analysis (IPA)</i>	5-27
5.2.8 Uji Hipotesis.....	5-29
5.3. <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-31
5.4. Analisis Gabungan dan Usulan Perbaikan.....	5-34

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.1.1. Hal-hal Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen Dalam Mengunjungi Retail/Minimarket.....	6-1
6.1.2. Faktor-Faktor yang mempengaruhi konsumen untuk mengunjungi Indomaret Point Agar Dapat Bersaing Dari Mor.....	6-2
6.1.3. Target Pasar Yang Tepat Untuk Indomaret Point.....	6-3
6.1.4. Hal-hal yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen.....	6-6
6.1.4. Usulan Strategi Pemasaran Untuk Indomaret Point.....	6-7
6.2. Saran.....	6-9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
2.1	Teknik Sampling	2-13
2.2	Diagram Kartesius	2-25
2.3	Grafik Wilayah kritis	2-28
3.1	Pertanyaan Kuesioner	3-7
3.1	Pertanyaan Kuesioner (lanjutan)	3-8
3.2	Keterkaitan Antara CA, IPA, dan Uji Hipotesis	3-16
4.7	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.8	Kuesioner Penelitian Bagian II	4-7
5.1	Retail/minimarket yang sering dikunjungi	5-1
5.2	Alasan utama mengunjungi retail/minimarket	5-2
5.3	Jenis kelamin	5-2
5.4	Usia	5-3
5.5	Pemasukan karyawan	5-3
5.6	Pemasukan mahasiswa	5-4
5.7	Tabel rangkuman kuesioner pendahuluan	5-4
5.7	Tabel rangkuman kuesioner pendahuluan (lanjutan)	5-5
5.8	Atribut yang dianggap tidak penting oleh responden	5-5
5.9	Jenis kelamin responden	5-6
5.10	Usia responden	5-6
5.11	Pekerjaan responden	5-7
5.12	Jarak tempat tinggal responden	5-7
5.13	Status konsumen	5-8
5.14	Pemasukan karyawan responden	5-8
5.15	Pemasukan mahasiswa responden	5-9
5.16	Tujuan mengunjungi Indomaret point	5-9
5.17	Frekuensi mengunjungi Indomaret Point	5-10
5.18	Waktu mengunjungi Indomaret Point	5-10

5.19	Lama waktu mengunjungi Indomaret Point	5-11
5.20	Produk yang dibeli di Indomaret Point	5-11
5.21	Data metode CA	5-17
5.22	Tabel jarak CA	5-20
5.23	Rangkuman hasil CA	5-21
5.24	Data metode IPA	5-22
5.25	Rangkuman metode IPA	5-24
5.26	Kuadran I metode IPA	5-25
5.27	Kuadran II metode IPA	5-25
5.28	Kuadran III metode IPA	5-26
5.29	Kuadran IV metode IPA	5-26
5.30	Uji hipotesis	5-27
5.31	Rangkuman segmentasi untuk targeting	5-31
5.32	Gabungan 3 metode	5-33
6.1	Targeting konsumen Indomaret Point	6-4

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Teknik Sampling	2-14
2.2	Diagram Kartesius	2-26
2.3	Grafik Wilayah kritis	2-29
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (1)	3-2
3.3	Diagram Kuadran IPA	3-13
3.4	Grafik Uji Hipotesis	3-15
4.1	Struktur Organisasi Toko Indomaret Point	4-2
5.1	Pie chart retail/minimarket yang sering dikunjungi	5-1
5.2	Pie chart alasan utama mengunjungi retail/minimarket	5-2
5.3	Pie chart jenis kelamin	5-2
5.4	Pie chart Usia	5-3
5.5	Pie chart pemasukan karyawan	5-3
5.6	Pie chart pemasukan mahasiswa	5-4
5.7	Jenis kelamin responden	5-6
5.8	Usia responden	5-6
5.9	Pekerjaan responden	5-7
5.10	Jarak tempat tinggal responden	5-7
5.11	Status konsumen	5-8
5.12	Pemasukan Karyawan	5-8
5.13	Pemasukan Mahasiswa	5-9
5.14	Tujuan mengunjungi Indomaret point	5-9
5.15	Frekuensi mengunjungi Indomaret point	5-10
5.16	Waktu Kunjungan	5-10
5.17	Lama waktu kunjungan	5-11
5.18	Produk yang dibeli di Indomaret point	5-11
5.19	Grafik <i>row and column score</i> metode CA	5-17

5.20	Matrix metode IPA	5-25
5.21	Wilayah kritis kurva normal	5-30
5.22	Kecepatan jaringan wi-fi Indomaret Point	5-36
5.23	Kecepatan jaringan wi-fi MOR	5-36
5.24	Kursi Indomaret Point	5-38
5.25	Usulan meja dan kursi	5-38
5.26	Usulan variasi promosi	5-40
5.27	Usulan variasi menu cepat saji	5-42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Lembar Komentar	L1-1
2	Lembar Bimbingan	L2-1
3	Data Kuesioner	L3-1
4	Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	L4-1
5	Tabel Statistik	L5-1