

ABSTRAK

Rumah makan Ramen AA yang berlokasi di jalan Gergerkalong Girang No. 83 berdiri sejak Mei 2013. Masalah-masalah yang dihadapi oleh rumah makan Ramen AA (Gerlong) saat ini adalah penurunan omzet penjualan sehingga target penjualan rumah makan Ramen AA (Gerlong) sebesar Rp. 85.000.000 tidak pernah tercapai sejak Maret 2015. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan Ramen, dapat menganalisis tingkat kepuasan konsumen terhadap rumah makan Ramen AA (Gerlong), mengetahui dan mengusulkan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* dari rumah makan Ramen AA (Gerlong) dan mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan pada rumah makan Ramen AA (Gerlong) untuk dapat memenangkan persaingan dan memberikan perubahan yang lebih baik untuk masa mendatang.

Dalam penyusunan kuesioner, variabel penelitian di bagi menjadi 2 bagian, yaitu menggunakan STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) dan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*)

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan juga penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Pembagian kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui pesaing dari rumah makan Ramen AA (Gerlong) serta mengetahui penting atau tidak pentingnya atribut kuesioner yang akan diteliti. Kuesioner pendahuluan disebarkan sebanyak 30 buah kepada responden yang sudah pernah makan ramen, dari hasil kuesioner didapatkan pesaing rumah makan Ramen AA (Gerlong) adalah Nobu Ramen dan Udin Ramen. Kuesioner penelitian disebarkan sebanyak 120 buah di Nobu Ramen, Udin Ramen dan Ramen AA (Gerlong), teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dimana penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang pernah mengkonsumsi Ramen minimal dua kali di Nobu Ramen, dua kali di Udin Ramen dan dua kali di Ramen AA (Gerlong).

Metode pengolahan data yang digunakan adalah *Correspondence Analysis* (CA) yang bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan pesaing pada rumah makan Ramen berdasarkan persepsi konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA) yang bertujuan untuk mengetahui prioritas perbaikan rumah makan Ramen AA (Gerlong), Uji Hipotesis Ketidakpuasan yang bertujuan untuk mengetahui apakah konsumen merasa puas terhadap rumah makan Ramen AA (Gerlong). Untuk memberikan usulan peneliti melakukan penggabungan ketiga metode tersebut dengan menggunakan tabel prioritas perbaikan.

Usulan diberikan untuk rumah makan Ramen AA (Gerlong) agar dapat bersaing didasarkan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA), *Importance Performance Analysis* (IPA), Uji Hipotesis Ketidakpuasan. Usulan dibagi kedalam 10 prioritas, prioritas pertama untuk rumah makan Ramen AA (Gerlong) adalah mengadakan pelatihan serta syarat minimal pendidikan untuk para pelayan/pegawai, menambahkan ornamen khas Jepang seperti lampion, membuat lukisan sakura yang dapat dijadikan wallpaper dinding, menambah lukisan-lukisan anime yang dapat menggambarkan ciri khas dari Ramen AA yaitu seperti gambar menu makanan yang bervariasi, kenikmatan rasa makanannya serta gambar mengenai tingkat kepedasan yang bervariasi, membuat minuman dengan harga yang lebih terjangkau dan membuat minuman dengan porsi jumbo .

DAFTAR ISI

COVER.....	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR & UCAPAN TERIMA KASIH.....	v-vi
DAFTAR ISI.....	vii-x
DAFTAR TABEL.....	xi-xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
 BAB 2 STUDI PUSTAKA	
2.1 Perkembangan Konsep Pemasaran.....	2-1
2.2 Penelitian Pemasaran.....	2-2
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	2-4
2.4 Barang dan Jasa.....	2-5
2.4.1 Pengertian Barang.....	2-5
2.4.2 Lima Tingkatan Produk.....	2-5
2.4.3 Pengertian Jasa.....	2-5
2.4.4 Karakteristik Jasa.....	2-6
2.4.5 Klasifikasi Jasa.....	2-7
2.5 Teknik dan Pengumpulan Data.....	2-8
2.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	2-11

2.7 Teknik Sampling.....	2-12
2.8 Skala Pengukuran.....	2-13
2.9 Sampel.....	2-15
2.10 Bauran Pemasaran.....	2-16
2.11 Uji Validitas Kuesioner.....	2-18
2.12 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	2-19
2.13 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	2-21
2.13.1 <i>Segmentation</i>	2-21
2.13.1.1 Definisi Segmentasi Pasar.....	2-21
2.13.1.2 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-21
2.13.1.3 Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-23
2.13.1.4 Kategori Variabel Segmentasi Pasar.....	2-24
2.13.1.5 Variabel Basis Untuk Segmentasi Pasar.....	2-25
2.13.2 <i>Targeting</i>	2-25
2.13.3 <i>Positioning</i>	2-26
2.13.3.1 Konsep <i>Positioning</i>	2-26
2.13.3.2 Strategi <i>Positioning</i>	2-27
2.13.3.3 Faktor yang Mempengaruhi Strategi <i>Positioning</i>	2-29
2.14 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-29
2.15 <i>Correspondence Analysis</i>	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.2 Penelitian Penahuluan.....	3-4
3.3 Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.4 Latar Belakang Masalah.....	3-4
3.5 Identifikasi Masalah.....	3-5
3.6 Pembatasan Masalah.....	3-5
3.7 Perumusan Masalah.....	3-5
3.8 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.9 Studi Pustaka.....	3-6
3.10 Penyusunan Model Penelitian.....	3-7
3.11 Penyusunan Variabel-Variabel Penelitian.....	3-8
3.12 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11

3.13 Pengujian Validitas Konstruk.....	3-11
3.14 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.15 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.16 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.17 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-14
3.18 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.19 Pengujian Validitas Eksternal.....	3-15
3.20 Uji Reliabilitas.....	3-16
3.21 Pengumpulan Data.....	3-17
3.22 Pengolahan Data.....	3-17
3.23 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-22
3.24 Usulan.....	3-22
3.25 Kesimpulan dan Saran.....	3-23

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-1
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-3
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4-6
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-6
4.4 Hasil Rekapitulasi Data Mentah.....	4-12

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS

5.1 Penentuan Pesaing.....	5-1
5.2 Pembuatan Kuesioner Penelitian.....	5-2
5.3 Hasil Uji Validitas Konstruksi.....	5-3
5.4 Pengujian Validitas & Reliabilitas.....	5-3
5.5 Rangkuman Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	5-8
5.6 <i>Importance / Performance Analysis</i> (IPA).....	5-19
5.7 <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-26
5.8 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-41
5.9 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	5-44
5.10 Analisis Gabungan.....	5-48

5.11 Usulan.....	5-55
------------------	------

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Table Omzet	1-2
Tabel 3.1	Variabel Penelitian Berdasarkan Segmentasi	3-8
Tabel 3.2	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P	3-9
Tabel 3.3	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P (Lanjutan)	3-10
Tabel 3.4	Usulan Prioritas Perbaikan Kerja	3-23
Tabel 4.1	Data Pesaing	4-6
Tabel 4.2	Status Pekerjaan	4-7
Tabel 4.3	Rata-rata Uang Saku Perbulan Untuk Pelajar/Mahasiswa	4-7
Tabel 4.4	Rata-rata Penghasilan Perbulan	4-7
Tabel 4.5	Daerah Tempat Tinggal	4-7
Tabel 4.6	Responden yang Menyukai Makanan Pedas	4-8
Tabel 4.7	Responden yang Membeli Makanan Untuk dibawa Pulang	4-8
Tabel 4.8	Delivery Service	4-8
Tabel 4.9	Pengguna Radio	4-8
Tabel 4.10	Sumber Informasi Tentang Ramen AA	4-8
Tabel 4.11	Intensitas Kedatangan ke Ramen AA Dalam 2 Bulan Terakhir	4-9
Tabel 4.12	Waktu yang dihabiskan di Ramen AA	4-9
Tabel 4.13	Menu yang Biasa di Pesan	4-9
Tabel 4.14	Biaya yang dikeluarkan	4-9
Tabel 4.15	Jam Kunjungan ke Ramen AA	4-10
Tabel 4.16	Bersama Siapa Biasanya Anda Mengunjungi Ramen AA	4-10
Tabel 4.17	Alasan Mengunjungi Ramen AA	4-10
Tabel 4.18	Genre Musik yang disukai	4-10
Tabel 4.19	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-11
Tabel 4.20	Hasil Kuesioner Bagian Kedua	4-12
Tabel 4.21	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Peringkat RM Ramen)	4-13
Tabel 5.1	Hasil Persentase Kuesioner Pendahuluan	5-1
Tabel 5.2	Hasil Persentase Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	5-2

Tabel 5.3	Jumlah Kuesioner Sah dan Tidak Sah	5-3
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-5
Tabel 5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-6
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Performansi	5-7
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Performansi	5-8
Tabel 5.8	Hasil Rangkuman Rata-Rata Tingkat Kepentingan	5-20
Tabel 5.9	Hasil Rangkuman Rata-Rata Tingkat Performansi	5-21
Tabel 5.10	Hasil CA Rumah Makan Ramen	5-30
Tabel 5.11	Tabel Keunggulan Setiap Rumah Makan Ramen	5-31
Tabel 5.12	Tabel Peringkat Setiap Atribut RM Ramen AA (Gerlong)	5-32
Tabel 5.13	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis	5-33
Tabel 5.14	Ringkasan Variabel Dengan Kesimpulan Konsumen Puas	5-35
Tabel 5.15	Ringkasan Variabel Dengan Kesimpulan Konsumen Tidak Puas	5-35
Tabel 5.16	Ringkasan Prioritas Perbaikan	5-41
Tabel 5.17	Pernyataan Variabel Berdasarkan Skala Prioritas Perbaikan	5-61
Tabel 6.1	Keunggulan Rumah Makan Ramen AA (Gerlong)	6-2
Tabel 6.2	Kelemahan Rumah Makan Ramen AA (Gerlong)	6-3
Tabel 6.3	Usulan Strategi Persaingan	6-5
Tabel 6.4	Usulan Strategi Persaingan (Lanjutan)	6-6
Tabel 6.5	Usulan Strategi Persaingan (Lanjutan)	6-7
Tabel 6.6	Usulan Strategi Persaingan (Lanjutan)	6-8

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Fluktuasi Omzet	1-3
Gambar 2.1	Diagram Kartesius	2-23
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	Model Penelitian	3-7
Gambar 3.5	Diagram Kuadran IPA	3-17
Gambar 3.6	Grafik Uji Hipotesis	3-20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Ramen AA (Gerlong)	4-2
Gambar 5.1	Status Pekerjaan Responden	5-8
Gambar 5.2	Uang Saku Untuk Responden Pelajar/Mahasiswa	5-9
Gambar 5.3	Penghasilan Untuk Responden Karyawan/Pegawai	5-9
Gambar 5.4	Daerah Tempat Tinggal Responden	5-10
Gambar 5.5	Responden yang Menyukai Makanan Pedas	5-11
Gambar 5.6	Alasan Responden Membeli makanan Untuk dibungkus	5-11
Gambar 5.7	Alasan Untuk Delivery Service	5-12
Gambar 5.8	Kebiasaan Responden Mendengarkan Radio	5-13
Gambar 5.9	Informasi Responden Mengenai Ramen AA (Gerlong)	5-13
Gambar 5.10	Intensitas Kunjungan Responden Dalam 2 Bulan Terakhir	5-14
Gambar 5.11	Lama Waktu Kunjungan Responden di Ramen AA (Gerlong)	5-15
Gambar 5.12	Menu yang Biasa dipesan Responden	5-15
Gambar 5.13	Biaya yang dikeluarkan Responden Untuk Makan di Ramen AA	5-16
Gambar 5.14	Jam Kunjungan Responden di Ramen AA (Gerlong)	5-17
Gambar 5.15	Responden Datang ke Ramen AA (Gerlong)	5-17
Gambar 5.16	Alasan Responden Mengunjungi Ramen AA (Gerlong)	5-18
Gambar 5.17	Genre Musik yang Responden Sukai	5-19
Gambar 5.18	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-22
Gambar 5.19	<i>Correspondence Analysis</i> Variabel 1	5-27
Gambar 5.20	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-34

Gambar 5.21	Desain Interior Ketiga Rumah Makan Ramen	5-43
Gambar 5.22	Porsi Makanan yang ditawarkan Ketiga Rumah Makan Ramen	5-43
Gambar 5.23	Meja dan Kursi yang tersedia di ketiga Rumah Makan Ramen	5-46
Gambar 5.24	Tempat Parkir yang tersedia di ketiga Rumah Makan Ramen	5-47
Gambar 5.25	Menu Minuman yang tersedia di Ramen AA (Gerlong)	5-52
Gambar 5.26	Menu Minuman yang tersedia di Nobu Ramen	5-52
Gambar 5.27	Menu Minuman yang tersedia di Udin Ramen	5-52
Gambar 5.28	Pilihan Kuah Ramen yang tersedia di Ramen AA (Gerlong)	5-54
Gambar 5.29	Pilihan Kuah Ramen yang tersedia di Nobu Ramen	5-55
Gambar 5.30	Menu Ramen di Ramen AA (Gerlong)	5-56
Gambar 5.31	Menu Ramen di Nobu Ramen	5-57
Gambar 5.32	Menu Ramen di Udin Ramen	5-57
Gambar 5.33	Menu Makanan Lain yang ditawarkan Ramen AA (Gerlong)	5-58
Gambar 5.34	Menu Makanan Lain yang ditawarkan Nobu Ramen	5-58
Gambar 5.35	Menu Makanan Lain yang ditawarkan Udin Ramen	5-58
Gambar 5.36	Tingkat Kepedasan yang tersedia di Ramen AA (Gerlong)	5-60
Gambar 5.37	Tingkat Kepedasan yang tersedia di Nobu Ramen	5-60

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
1	Validitas Konstruk	1
2	Kuesioner Pendahuluan	1
3	Kuesioner Penelitian	1
4	Tabel-tabel	1
5	Berita Acara	1

