

ABSTRAK

Warung Cepot *Restaurant* didirikan pada tanggal 15 April 2007 di Jalan Dr. Djunjunan (Pasteur) no 155D, Bandung. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari pemilik, mulai tahun 2015 *omzet* penjualan mengalami penurunan sebesar 18,44%. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan usulan strategi pemasaran agar *omzet* penjualan di Warung Cepot *Restaurant* dapat meningkat.

Di dalam penelitian ini digunakan konsep Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*, dengan 3 buah metode pengolahan data, yaitu metode *Importance Performance Analysis* (IPA), metode *Correspondence Analysis* (CA), metode Uji Hipotesis. Variabel penelitian terdiri atas *marketing mix* (bauran pemasaran) dan segmentasi, yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Merry dan Yuliana, dan yang diperoleh dari hasil pemikiran penulis. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan kuesioner dan wawancara.

Kuesioner terdiri atas kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan disebar di mall Bandung Trade Center (BTC) dan Istana Plaza (IP) dengan teknik *purposive*, yaitu responden yang pernah makan di rumah makan Sunda, dengan jumlah sampel 40 buah. Kuesioner penelitian disebar di Warung Cepot *Restaurant* cabang Jl. Dr Djunjunan, dengan teknik *purposive*, yaitu responden yang pernah mengunjungi Warung Cepot *Restaurant* dan rumah makan pesaing (Bumbu Desa), dengan jumlah sampel 120 buah.

Pengolahan data kuesioner pendahuluan bagian 1 adalah membuang atribut dengan persentase dibawah 50%; sedangkan bagian 2 diolah dengan cara menghitung jumlah rumah makan Sunda yang paling banyak dikunjungi oleh responden, rumah makan Sunda yang memiliki persentase terbesar kesatu dijadikan pesaing utama bagi Warung Cepot *Restaurant*. Kuesioner penelitian bagian 1 diolah dengan perhitungan persentase profil konsumen dilihat dari masing-masing atribut segmentasi pasarnya. Persentase terbesar dijadikan sebagai *targeting*. Kuesioner penelitian bagian 2 diolah dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan untuk bagian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja; dan *Correspondence Analysis* (CA) untuk bagian peringkat pesaing.

Penyusunan tabel prioritas perbaikan dilakukan dengan menggabungkan peringkat CA, kuadran IPA, dan nilai Z hitung dari uji hipotesis. Penyusunan prioritas perbaikan seperti diatas dikarenakan ingin melihat perbaikan dari sisi persaingan, kinerja, dan terakhir dari sisi tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya adalah membuat *positioning* usulan bagi Warung Cepot *Restaurant* dengan membuat slogan baru, yaitu “Hemat di kantong, banyak gratisannya”.

Hasil dari penelitian ini adalah membuat usulan bagi Warung Cepot *Restaurant* berupa pemasangan papan di tempat parkir; membuat promosi dengan kartu kredit BCA dan Mandiri, Instagram, Koran Pikiran Rakyat, dan radio Prambors. Lalu selanjutnya adalah mengubah *design interior* menjadi mewah dan modern, mengganti alas makan dengan piring putih dan pemasangan lagu yang populer di rumah makan, menambah pendingin ruangan (AC), menetapkan standarisasi rasa; menambah fasilitas bermain bagi anak-anak, dan membuat menu hemat *9in1*.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan dan Asumsi Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Manajemen Pemasaran.....	2-1
2.2 <i>Marketing Mix</i>	2-1
2.3 Segmentasi Pasar.....	2-2
2.4 Memilih Segmen Pasar	2-4
2.5 Diferensiasi Produk.....	2-5
2.6 Diferensiasi Pelayanan	2-6
2.7 Pengembangan Strategi Penentuan Posisi.....	2-8
2.8 Penentuan Posisi (<i>Positioning</i>)	2-8
2.9 Definisi Masalah	2-8
2.10 Variabel	2-9
2.11 Hipotesis.....	2-9
2.12 Skala.....	2-9

2.13 Populasi dan Sampel	2-10
2.14 Pengambilan Sampel.....	2-10
2.15 Pengambilan Sampel Cara Probabilitas dan Non Probabilitas	2-10
2.16 Pengujian Validitas	2-12
2.17 Pengujian Reliabilitas.....	2-14
2.18 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2-15
2.19 <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	2-17
2.20 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2 Mulai	3-5
3.3 Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-5
3.4 Melakukan Tinjauan Pustaka	3-5
3.5 Mengidentifikasi Masalah.....	3-5
3.6 Membuat Pembatasan Masalah.....	3-6
3.7 Membuat Perumusan Masalah	3-6
3.8 Membuat Tujuan Penelitian	3-7
3.9 Mengidentifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.10 Teknik Pengumpulan Data.....	3-10
3.11 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.12 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.13 Validasi Konstruk	3-10
3.14 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.15 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-11
3.16 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.18 Pengujian Validasi Isi	3-13
3.19 Pengujian Reliabilitas.....	3-14
3.20 Pengolahan Data.....	3-15
3.21 Analisis.....	3-19
3.22 Kesimpulan dan Saran	3-20

3.23 Selesai	3-20
BAB IV PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.3 Kuesioner Penelitian	4-5
BAB V PENGOLAHAN DATA	
5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian	5-5
5.3 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-35
5.4 Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-38
5.5 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-41
5.6 Prioritas Perbaikan	5-43
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-14
DAFTAR PUSTAKA	xv
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Omzet</i> Penjualan Warung Cepot <i>Restaurant</i>	1-2
Tabel 3.1 Bauran Pemasaran	3-8
Tabel 3.2 Segmentasi Pasar	3-9
Tabel 3.3 Usulan Prioritas Perbaikan.....	
Tabel 4.1 Pesaing	4-3
Tabel 4.2 Atribut yang Dianggap Penting Oleh Konsumen Dalam Memilih Rumah Makan Sunda	4-4
Tabel 4.3 Daerah Tempat Tinggal	4-5
Tabel 4.4 Jumlah Pendapatan.....	4-5
Tabel 4.5 Pekerjaan.....	4-5
Tabel 4.6 <i>Budget</i> yang dikeluarkan untuk membeli makanan di rumah makan Sunda (per orang).....	4-6
Tabel 4.7 <i>Budget</i> yang dikeluarkan untuk membeli minuman di rumah makan Sunda (per orang).....	4-6
Tabel 4.8 Frekuensi Makan di Warung Cepot <i>Restaurant</i> dalam 3 Bulan	4-6
Tabel 4.9 Sumber Tahu Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-7
Tabel 4.10 Bersama Siapa Pergi ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-7
Tabel 4.11 Tujuan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-7
Tabel 4.12 Hari Kedatangan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-8
Tabel 4.13 Jam Kedatangan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-8
Tabel 4.14 Jenis Transaksi	4-8
Tabel 4.15 Menu Makanan yang Paling Sering Dipesan di Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-9
Tabel 4.16 Alasan Memesan Menu Makanan.....	4-9
Tabel 4.17 Menu Minuman yang Paling Sering Dipesan di Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-10
Tabel 4.18 Alasan Memesan Menu Minuman	4-10
Tabel 4.19 Menggunakan Wifi Ketika Makan Di Rumah Makan	4-11

Tabel 4.20 Suka Memesan Makanan Via Gojek.....	4-11
Tabel 4.21 Kartu Kredit yang Digunakan	4-11
Tabel 4.22 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan.....	4-11
Tabel 4.23 Media Cetak yang Paling Sering Dibaca	4-12
Tabel 4.24 Saluran Radio yang Paling Sering Didengar.....	4-12
Tabel 4.25 Alas Makan yang Paling Nyaman Ketika Makan Makanan Sunda.	4-12
Tabel 4.26 Lagu yang Paling Disukai Ketika Berada di Rumah Makan Sunda.	4-13
Tabel 4.27 Design Interior Rumah Makan Sunda yang Disukai	4-13
Tabel 4.28 Jenis Pelayanan Rumah Makan Sunda yang Paling Disukai	4-13
Tabel 4.29 Jenis Paket Makanan yang Paling Disukai	4-14
Tabel 4.30 Porsi Nasi yang Biasanya Dipesan Ketika Makan di Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-14
Tabel 4.31 Pernah/Tidak Pernah Tidak Jadi Makan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i> Karena Parkirannya yang Penuh	4-14
Tabel 4.32 Tidak Pernah Tidak Jadi Makan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i> Karena Papan Nama Rumah Makan yang Tidak Jelas Sehingga Terlewat.....	4-15
Tabel 4.33 Rasa Sayur Asem	4-15
Tabel 4.34 Rasa Kerupuk Banjur	4-15
Tabel 4.35 Kelebihan Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-15
Tabel 4.36 Kelemahan Warung Cepot <i>Restaurant</i>	4-16
Tabel 4.37 Rangkuman Tingkat Kepentingan	4-17
Tabel 4.38 Rangkuman Tingkat Kinerja.....	4-18
Tabel 4.39 Peringkat	4-19
Tabel 5.1 Perhitungan Persentase Pesaing	5-1
Tabel 5.2 Pengolahan Atribut Dengan Metode Persentase	5-3
Tabel 5.3 Variabel Penelitian.....	5-4
Tabel 5.4 Rangkuman Tingkat Kepentingan	5-27
Tabel 5.5 Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis Tingkat Kepentingan.....	5-29
Tabel 5.7 Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis Tingkat Kinerja	5-32
Tabel 5.8 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-34
Tabel 5.9 Peringkat Unggul dan Tertinggal	5-40

Tabel 5.10 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-41
Tabel 5.11 Prioritas Perbaikan	5-43
Tabel 6.1 Atribut yang Dianggap Penting oleh Konsumen Dalam Memilih Rumah Makan Sunda	6-1
Tabel 6.2 Konsumen Puas.....	6-4
Tabel 6.3 Konsumen Tidak Puas	6-5
Tabel 6.4 Peringkat Unggul	6-6
Tabel 6.5 Peringkat Tertinggal.....	6-7



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penurunan <i>Omzet</i> di Warung Cepot <i>Restaurant</i> Jl. Dr. Djunjunan 155D Bandung	1-3
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2 Diagram Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-16
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
Gambar 5.2 Daerah Tempat Tinggal.....	5-5
Gambar 5.3 Jumlah Pendapatan.....	5-5
Gambar 5.4 Pekerjaan	5-6
Gambar 5.5 <i>Budget</i> yang dikeluarkan untuk membeli makanan di rumah makan Sunda (per orang).....	5-6
Gambar 5.6 <i>Budget</i> yang dikeluarkan untuk membeli minuman di rumah makan Sunda (per orang).....	5-7
Gambar 5.7 Frekuensi Makan di Warung Cepot <i>Restaurant</i> dalam 3 Bulan... ..	5-7
Gambar 5.8 Sumber Tahu Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-8
Gambar 5.9 Bersama Siapa Pergi ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-8
Gambar 5.10 Tujuan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-9
Gambar 5.11 Hari Kedatangan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-9
Gambar 5.12 Jam Kedatangan ke Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-10
Gambar 5.13 Jenis Transaksi	5-10
Gambar 5.14 Menu Makanan yang Paling Sering Dipesan di Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-11
Gambar 5.15 Alasan Memesan Menu Makanan	5-11
Gambar 5.16 Menu Minuman yang Paling Sering Dipesan di Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-12
Gambar 5.17 Alasan Memesan Menu Minuman	5-12
Gambar 5.18 Menggunakan Wifi Ketika Makan Di Rumah Makan	5-13
Gambar 5.19 Suka Memesan Makanan Via Gojek.....	5-13
Gambar 5.20 Kartu Kredit yang Digunakan	5-14
Gambar 5.21 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan.....	5-14

Gambar 5.22 Media Cetak yang Paling Sering Dibaca.....	5-15
Gambar 5.23 Saluran Radio yang Paling Sering Didengar.....	5-15
Gambar 5.24 Alas Makan yang Paling Nyaman Ketika Makan Makanan Sunda.....	5-16
Gambar 5.25 Lagu yang Paling Disukai Ketika Berada di Rumah Makan Sunda.....	5-16
Gambar 5.26 Design Interior Rumah Makan Sunda yang Disukai	5-17
Gambar 5.27 Jenis Pelayanan Rumah Makan Sunda yang Paling Disukai	5-18
Gambar 5.28 Jenis Paket Makanan yang Paling Disukai.....	5-18
Gambar 5.29 Porsi Nasi yang Biasanya Dipesan Ketika Makan di Warung Cepot Restaurant	5-19
Gambar 5.30 Pernah/Tidak Pernah Tidak Jadi Makan ke Warung Cepot Restaurant Karena Parkirannya yang Penuh.....	5-19
Gambar 5.31 Tidak Pernah Tidak Jadi Makan ke Warung Cepot Restaurant Karena Papan Nama Rumah Makan yang Tidak Jelas Sehingga Terlewat	5-20
Gambar 5.32 Rasa Sayur Asem	5-20
Gambar 5.33 Rasa Kerupuk Banjar	5-21
Gambar 5.34 Kelebihan Warung Cepot Restaurant	5-21
Gambar 5.35 Kelemahan Warung Cepot Restaurant.....	5-22
Gambar 5.36 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	5-29
Gambar 5.37 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-30
Gambar 5.38 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-31
Gambar 5.39 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-33
Gambar 5.40 Kuadran IPA.....	5-37
Gambar 5.42 Output CA	5-39
Gambar 5.43 Kondisi Tempat Parkir Saat Ini	5-46
Gambar 5.44 Foto Kondisi Tempat Parkir Saat Ini	5-46
Gambar 5.45 <i>Design Interior</i>	5-49
Gambar 5.46 Penyajian Menu.....	5-50
Gambar 5.47 Kesejukan Udara Saat Ini.....	5-51
Gambar 5.48 Fasilitas Bermain Bagi Anak-anak.....	5-52

Gambar 5.49 Menu Warung Cepot <i>Restaurant</i>	5-54
Gambar 5.50 Usulan Menu Hemat	5-55
Gambar 5.51 Free Menu	5-55

