

ABSTRAK

Museum Pos Indonesia adalah museum yang mengoleksi berbagai jenis alat dan benda koleksi pos yang ada di Indonesia dari zaman Hindia-Belanda hingga sekarang. Museum Pos Indonesia terletak dibagian sayap kanan bawah Gedung Kantor Pusat PTT Jalan Cilaki No.73 Bandung 40115. Pada segmen anak sekolah (Taman Kanak-Kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama dan Sekolah Menengah Atas) mengalami penurunan jumlah pengunjung sebesar rata-rata 10% tiap tahun. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengidentifikasi variabel bauran pemasaran yang dianggap penting oleh pengunjung, mengetahui tingkat kinerja Museum Pos Indonesia, mengetahui variabel bauran pemasaran yang harus diperbaiki dan ditingkatkan, mengetahui *Segmentation, Targetting*, dan *Positioning* Museum Pos Indonesia dan memberikan usulan peningkatan loyalitas pengunjung.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan menyusun kuesioner penelitian berdasarkan variabel-variabel penelitian pada dimensi bauran pemasaran yaitu 7P (*Product, Price, Promotion, Place, People, Process* dan *Physical Evidence*) dan Loyalitas konsumen.

Kuesioner penelitian terdiri dari bagian tingkat kepentingan mengenai atribut-atribut yang dipentingkan pengunjung, tingkat kinerja mengenai atribut-atribut seberapa baik kinerja Museum Pos Indonesia dan tingkat loyalitas mengenai seberapa loyal seorang pengunjung terhadap Museum Pos Indonesia. Penyebaran kuesioner penelitian diberikan kepada para guru TK, SD, SMP dan SMA karena itu teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian ini adalah teknik *purposive sampling*. Data yang diperoleh dari kuesioner penelitian kemudian diolah dengan menggunakan STP (*Segmentation, Targeting*, dan *Positioning*), Regresi Linier Berganda untuk mengetahui variabel-variabel kinerja apa saja yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas ke Museum Pos Indonesia dan IPA (*Importance performance Analysis*) untuk mengetahui variabel apa saja yang masuk dalam kuadran yang akan menjadi prioritas perbaikan. Dari analisis gabungan ketiga metode pengolahan data diatas yaitu STP, IPA dan Regresi Linier berganda akan didapatkan prioritas perbaikan yang akan dijadikan usulan kepada Museum Pos Indonesia.

Berdasarkan pengolahan data berdasarkan metode Regresi Linier Berganda didapatkan nilai $R=0,733$ dimana artinya 73,3% dari variabel bauran pemasaran mempengaruhi variabel loyalitas. Sehingga usulan perbaikan yang diberikan kepada Museum Pos Indonesia agar dapat meningkatkan loyalitas pengunjung yaitu memperbaiki desain interior museum yang menarik dan unik, melakukan promosi melalui *event*, menambahkan alat-alat sirkulasi udara sehingga kelembaban udara di museum menjadi lebih baik, membuat nyaman area parkir dengan lebih berkoordinasi dengan pihak *security*, melakukan pelatihan dan membuat standar *standard operating procedure* (SOP) dalam melayani pengunjung, menonjolkan nilai history benda koleksi yang dipamerkan, membuat sistem pembelian secara *online*, memudahkan sistem *booking* atau reservasi dengan membuat *online booking system*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-4
1.4. Perumusan Masalah	1-5
1.5. Tujuan Penelitian	1-5
1.6. Sistematika Penulisan	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Museum.....	2-1
2.1.1. Definisi Museum.....	2-1
2.1.2. Fungsi Museum.....	2-1
2.1.3. Tugas Museum.....	2-2
2.2. Barang dan Jasa.....	2-4
2.2.1. Pengertian Barang	2-4
2.2.2. Pengertian Jasa.....	2-4

2.2.3. Karakteristik Jasa	2-4
2.2.4. Klasifikasi Jasa.....	2-5
2.3. Pemasaran	2-7
2.3.1. Definisi Pemasaran	2-7
2.3.2. Strategi Pemasaran.....	2-7
2.3.3. Riset Pemasaran	2-8
2.3.4. Bauran Pemasaran.....	2-8
2.4. Loyalitas.....	2-13
2.4.1. Loyalitas Konsumen	2-13
2.4.2. Tahapan Loyalitas.....	2-14
2.5. Konsep <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-15
2.6. Jenis Penelitian.....	2-17
2.7. Metode Pengumpulan Data.....	2-18
2.8. Sumber Data.....	2-20
2.9. Populasi dan Sampel	2-21
2.10 Teknik Sampling.....	2-21
2.11. Ukuran Sampel.....	2-24
2.12. Skala Pengukuran.....	2-25
2.13. Validitas dan Realibilitas Instrumen	2-27
2.14. Regresi Linier Berganda	2-31
2.15. <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-34

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2. Studi Pustaka	3-5
3.3. Identifikasi Masalah	3-5
3.4. Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-6
3.5. Perumusan Masalah.....	3-6

3.6. Tujuan Penelitian.....	3-6
3.7. Membuat Rancangan Penelitian	3-7
3.8. Identifikasi Variabel	3-7
3.9. Penentuan Metode Pengumpulan Data.....	3-10
3.10. Penyusunan kuesioner Penelitian	3-10
3.11. Pengujian Validitas Konstruksi	3-11
3.12. Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel.....	3-12
3.13. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.14. Pengumpulan Data.....	3-13
3.15. Pengolahan Data dan Analisis	3-13
3.16. Usulan.....	3-22
3.17. Kesimpulan dan Saran	3-23

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Museum Pos Indonesia	4-1
4.1.1. Sejarah Singkat Museum Pos Indonesia.....	4-1
4.1.2. Visi dan Misi Museum Pos Indonesia	4-3
4.1.3. Benda Koleksi Museum Pos Indonesia	4-4
4.2. Uji Validitas Konstruksi	4-7
4.3. Kuesioner Penelitian.....	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengujian Validitas dan Realibitas Intrumen	5-1
5.1.1. Uji Validitas Internal	5-1
5.1.2. Uji Validitas Eksternal	5-1
5.1.3. Uji Realibilitas	5-6
5.2. Uji Regresi Linier Berganda.....	5-6
5.2.1. Uji Asumsi Klasik	5-6

5.2.2. Statistika Deskriptif	5-11
5.2.3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	5-14
5.2.4. Uji F	5-17
5.2.5. Uji t	5-19
5.3. Uji <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-21
5.4. <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-26
5.4.1. Analisis Segmentasi	5-26
5.4.2. Analisis <i>Targeting</i>	5-28
5.4.3. Analisis <i>Positioning</i>	5-28
5.5. Analisis Gabungan dan Usulan Perbaikan.....	5-31
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.2. Saran	6-7
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Pengunjung Museum Pos Indonesia Tahun 2012	1-2
Tabel 1.2	Data Pengunjung Museum Pos Indonesia Tahun 2013	1-2
Tabel 1.3	Data Pengunjung Museum Pos Indonesia Tahun 2014	1-3
Tabel 3.1	Variabel Penelitian Kuesioner (Bauran Pemasaran)	3-9
Tabel 3.2	Variabel Penelitian Kuesioner (Loyalitas)	3-9
Tabel 3.3	Segmentasi Demografis	3-14
Tabel 3.4	Segmentasi Psikografis	3-15
Tabel 3.5	Prioritas Perbaikan	3-23
Tabel 4.1	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4-7
Tabel 4.2	Profil Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Kelas yang Dibawa berkunjung	4-8
Tabel 4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Perolehan Informasi	4-8
Tabel 4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi Mengunjungi Museum	4-9
Tabel 4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Tujuan Berkunjung ke Museum	4-9
Tabel 4.6	Variabel Kuesioner Penelitian Bagian II	4-10
Tabel 4.7	Rangkuman Jawaban Tingkat Kepentingan Pengunjung	4-11
Tabel 4.8	Rangkuman Jawaban Tingkat Kinerja Pengunjung	4-12
Tabel 4.9	Variabel Kuesioner Penelitian Bagian III	4-13
Tabel 4.10	Rangkuman Jawaban Tingkat Loyalitas Pengunjung	4-13
Tabel 5.1	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Pertama	5-2

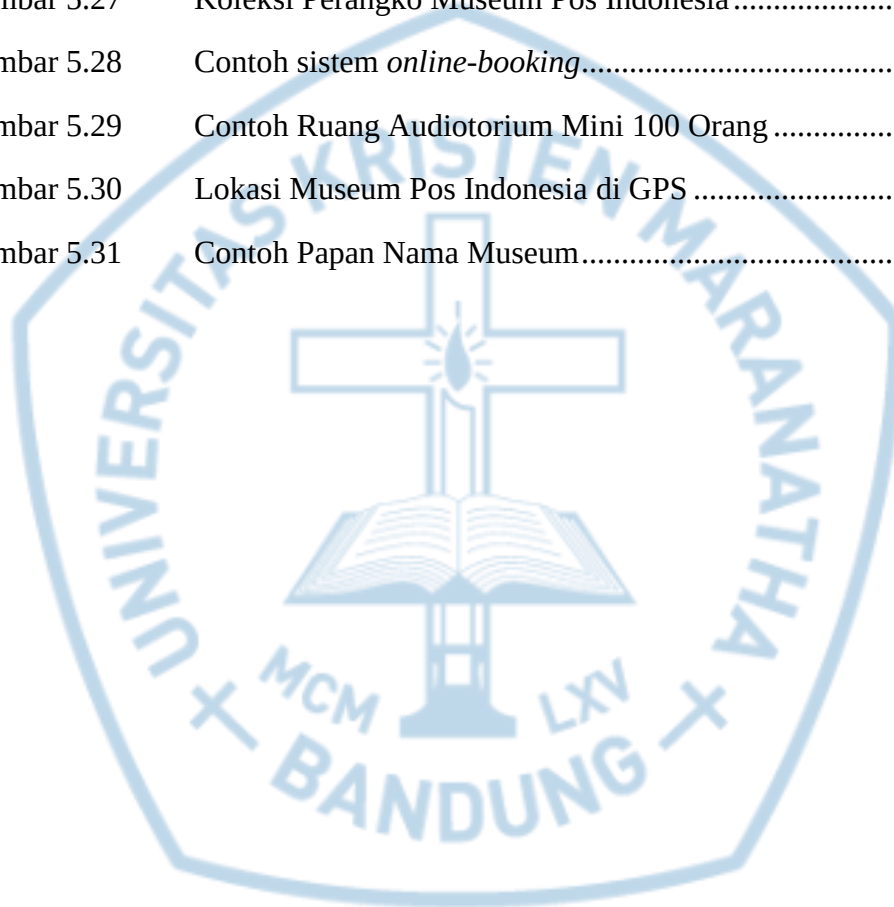
Tabel 5.2	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Pertama (Lanjutan)	5-3
Tabel 5.3	Uji Validitas Tingkat Kepentingan kedua.....	5-3
Tabel 5.4	Uji Validitas Tingkat Kepentingan kedua (Lanjutan).....	5-4
Tabel 5.5	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Ketiga.....	5-5
Tabel 5.6	Uji Realiabilitas.....	5-6
Tabel 5.7	<i>Coefficients</i> Uji Multikolinieritas.....	5-6
Tabel 5.8	<i>Model Summary</i>	5-8
Tabel 5.9	Statistika Deskriptif.....	5-11
Tabel 5.10	Variabel <i>Entered/Remove</i>	5-12
Tabel 5.11	<i>Model Summary</i>	5-13
Tabel 5.12	Koefisien Korelasi dan Taksirannya	5-13
Tabel 5.13	<i>Coefficients</i> Regresi Linier Berganda	5-15
Tabel 5.14	<i>Coefficients</i> Regresi Linier Berganda (Lanjutan)	5-16
Tabel 5.15	Anova	5-17
Tabel 5.16	Hasil Uji t (Signifikasn Parsial)	5-19
Tabel 5.17	Rata-rata Kinerja dan Kepentingan.....	5-21
Tabel 5.18	Kuadran 1 Metode IPA	5-23
Tabel 5.19	Kuadran 2 Metode IPA	5-24
Tabel 5.20	Kuadran 3 Metode IPA	5-24
Tabel 5.21	Kuadran 4 Metode IPA	5-24
Tabel 5.22	Rangkuman Segmentasi Untuk Targeting	5-29
Tabel 5.23	Prioritas Perbaikan	5-32

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Segmentasi Pengunjung Museum Pos Indonesia	1-3
Gambar 2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-22
Gambar 2.2	<i>Matrix</i> IPA.....	2-35
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-3
Gambar 3.4	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-4
Gambar 3.5	Diagram Rancangan Penelitian	3-7
Gambar 3.6	<i>Matrix</i> IPA (<i>Importance Perfomance Analysis</i>).....	3-21
Gambar 4.1	Peta Lokasi Museum Pos Indonesia.....	4-2
Gambar 4.2	Museum Pos Indonesia.....	4-2
Gambar 4.3	Surat Emas Raja-Raja “ <i>Golden Letter</i> ”	4-4
Gambar 4.4	Gambaran Pelayanan Pos keliling Desa (PKD)	4-4
Gambar 4.5	Peta Negara Anggota Uni Pos Sedunia	4-5
Gambar 4.6	Ruangan koleksi Perangko Museum	4-5
Gambar 4.7	Koleksi Cap Tanggal, Cap Rumah Pos dan lain-lain	4-6
Gambar 4.8	Koleksi Jenis Kantong.....	4-6
Gambar 4.9	Persentase Jenis Kelamin	4-7
Gambar 4.10	Persentase Tingkat Pendidikan dan Kelas yang Dibawa Berkunjung	4-8
Gambar 4.11	Persentase Perolehan Informasi	4-8
Gambar 4.12	Persentase Frekuensi Mengunjungi Museum.....	4-9

Gambar 4.13	Persentase Tujuan Berkunjung ke Museum	4-9
Gambar 5.1	Heteroskedastisitas	5-9
Gambar 5.2	Normalitas	5-10
Gambar 5.3	Distribusi F	5-18
Gambar 5.4	<i>Matrix Importance Perfomance Analysis</i>	5-22
Gambar 5.5	Persentase Jenis Kelamin	5-26
Gambar 5.6	Persentase Tingkat Pendidikan dan Kelas yang Dibawa Berkunjung	5-26
Gambar 5.7	Persentase Perolehan Informasi	5-27
Gambar 5.8	Persentase Frekuensi Mengunjungi Museum.....	5-27
Gambar 5.9	Persentase Tujuan Berkunjung ke Museum	5-28
Gambar 5.10	Desain Interior Museum Pos Indonesia Bandung	5-33
Gambar 5.11	Desain Interior Museum Pos Indonesia Bandung	5-34
Gambar 5.12	Contoh Desain Interior <i>Art Institute of Chicago, Chicago</i>	5-35
Gambar 5.13	Contoh Desain Interior <i>Vasa Museum Stockholm, Sweden</i> ...	5-35
Gambar 5.14	Contoh Desain Interior <i>Philatelic Museum Singapore</i>	5-36
Gambar 5.15	Contoh Desain Interior <i>Philatelic Museum Singapore</i>	5-36
Gambar 5.16	Contoh Desain Interior <i>Philatelic Museum Washington DC</i>	5-37
Gambar 5.17	Contoh Desain Interior <i>Philatelic Museum London</i>	5-37
Gambar 5.18	Contoh <i>Event Modern and Art Contemporary Art</i> dari <i>The Metropolitan Museum Art</i>	5-39
Gambar 5.19	Contoh Event Promosi Museum di Mall.....	5-40
Gambar 5.20	Contoh Event Promosi Edukasi Menjadi Tukang Pos di <i>Communication Museum Of Tokyo</i>	5-42
Gambar 5.21	Contoh <i>American Museum Natural History</i> yang menjadi sponsor acara pameran	5-41

Gambar 5.22	Kipas Angin Basement.....	5-43
Gambar 5.23	<i>Dehumidifier</i> Basement.....	5-43
Gambar 5.24	<i>Baseboard Heater</i> Basement.....	5-44
Gambar 5.25	Kondisi Area Parkir Museum Pos Indonesia yang menyatu dengan PT Pos Indonesia Bandung.....	5-45
Gambar 5.26	Koleksi <i>Golden Letters</i> Museum Pos Indonesia	5-47
Gambar 5.27	Koleksi Perangko Museum Pos Indonesia	5-47
Gambar 5.28	Contoh sistem <i>online-booking</i>	5-50
Gambar 5.29	Contoh Ruang Auditorium Mini 100 Orang	5-53
Gambar 5.30	Lokasi Museum Pos Indonesia di GPS	5-55
Gambar 5.31	Contoh Papan Nama Museum.....	5-56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran A	Validitas Konstruk	LA-1
Lampiran B	Kuesioner Penelitian	LB-4
Lampiran C	Data Mentah Tingkat Kepentingan	LC-8
Lampiran D	Data Mentah Tingkat Kinerja	LD-9
Lampiran E	Tabel Statistik	LE-10

