

ABSTRAK

Rumah Makan Padang (RMP) Ambagang berdiri pada bulan Januari tahun 2008. Pada tahun 2008 RMP Ambagang memiliki pendapatan Rp. 400 juta/tahun, lalu 2 tahun berikutnya pendapatan RMP ini naik sampai Rp. 485 juta/tahun, namun ditahun-tahun berikutnya pendapatan RMP ini mengalami penurunan sampai tahun 2015 menjadi Rp. 330 juta/tahun. Tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan strategi-strategi dan usulan yang perlu dilakukan guna meningkatkan pendapatan dan dapat bersaing dengan RMP pesaing.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, penyebaran kuesioner pendahuluan dan penyebaran kuesioner penelitian dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner pendahuluan berisi atribut-atribut dalam memilih RMP berdasarkan pada konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Dari hasil kuesioner pendahuluan, didapatkan variabel yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih RMP dan dapat diketahui RMP yang menjadi pesaing utama bagi RMP Ambagang yaitu RMP Bana.

Kuesioner penelitian terdiri dari 3 bagian. Bagian pertama berisi pertanyaan segmentasi untuk mengetahui profil konsumen. Bagian kedua berisi pertanyaan tingkat kepentingan dan kinerja untuk mengetahui atribut yang dipentingkan konsumen dan kinerja dari atribut tersebut pada RMP Ambagang serta mengetahui faktor-faktor yang menjadi kepuasan dan ketidakpuasan dari RMP Ambagang. Bagian ketiga untuk mengetahui faktor mana saja yang menjadi keunggulan dan kelemahan RMP Ambagang dibandingkan dengan pesaingnya. Penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang berumur minimal 17 tahun, sudah pernah makan di RMP Ambagang dan Bana minimal 1 bulan sebanyak 2 kali selama 3 bulan dalam jangka waktu januari 2015 – januari 2016, sudah pernah membungkus untuk dibawa pulang dan membayar makananya sendiri, serta sudah pernah melakukan layanan delivery (pesan-antar).

Kuesioner penelitian bagian pertama diolah dengan menggunakan persentase untuk mengetahui profil konsumen, menentukan target dan *positioning* yang dituju, bagian ketiga diolah dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan dari RMP Ambagang dibanding pesaingnya, dan bagian kedua diolah dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dan kinerja pada RMP Ambagang dan Uji Hipotesis untuk mengetahui faktor-faktor yang puas dan tidak puas dari RMP Ambagang.

Usulan yang diberikan untuk RMP Ambagang agar dapat meningkatkan pendapatan dan dapat bersaing berdasarkan hasil dari pengolahan data menggunakan CA, IPA, dan Uji Hipotesis. Usulan dibagi kedalam 11 prioritas, diantaranya adalah mendekorasi tempat, atau mengganti lantai dengan keramik dan memasang tirai/kanopi pada dinding yang terbuka (pagar), menambah menu makanan seperti sate padang, ikan bakar, ayam goreng sambal hejo, orek tempe, dan melakukan sistem menu yang berbeda-beda setiap hari, juga meningkatkan frekuensi membersihkan lantai, meja, memasang plafon, membungkus alat makan dengan tisu, serta mempromosikan pelayanan pesan antar (*delivery*).

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.3 Konsep <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	2-6
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-9
2.5 Populasi dan Sampel	2-14
2.6 Teknik Sampling.....	2-14
2.7 Penentuan Ukuran sampel.....	2-17
2.8 Skala Pengukuran dan Tipe skala Pengukuran	2-18
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-21
2.10 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-22
2.11 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan	2-26

2.12	<i>Correspondence Analysis</i>	2-28
2.13	Uji Hipotesis	2-29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan Metodologi Penelitian	3-4
3.2.1	Mulai	3-4
3.2.2	Studi Pendahuluan.....	3-4
3.2.3	Identifikasi Masalah	3-4
3.2.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.2.5	Perumusan Masalah	3-5
3.2.6	Tujuan penelitian.....	3-6
3.2.7	Studi Pustaka.....	3-6
3.2.8	Menentukan dan Identifikasi Variabel penelitian	3-7
3.2.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.2.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.2.11	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.12	Penentuan Pesaing.....	3-11
3.2.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-11
3.2.14	Validasi Konstruk	3-13
3.2.15	Menentukan Jumlah Sampling Kuesioner Penelitian	3-13
3.2.16	Penyebaran Kuesioner penelitian.....	3-14
3.2.17	Pengujian Validitas	3-15
3.2.18	Pengujian Reliabilitas.....	3-15
3.2.19	Pengolahan Data.....	3-16
3.2.20	Analisis Hasil Pengolahan data dan Usulan.....	3-26
3.2.21	Kesimpulan dan Saran.....	3-27
3.2.22	Selesai	3-27

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
-----	---------------------------	-----

4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
4.1.3	<i>Job Analysis</i>	4-2
4.2	Kuesioner	4-4
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2.2	Kuesioner Penelitian	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Validitas Konstruk	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3	Variabel Penelitian yang Terpilih	5-4
5.4	Pengujian Validitas dan Reabilitas untuk Kuesioner penelitian	5-6
5.5	Hasil Pengolahan Data Profil Responden	5-12
5.6	<i>Targeting</i>	5-21
5.7	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-21
5.8	<i>Positioning</i>	5-26
5.9	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-27
5.10	Uji Hipotesis	5-32
5.11	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis	5-35
5.12	Analisis dan Usulan	5-41

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-9

DAFTAR PUSTAKA

xviii

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Pendapatan 2010-2015	1-2
Tabel 3.1	Contoh Perhitungan CA 1	3-19
Tabel 3.2	Contoh Perhitungan CA 2 (<i>Rowprofiles</i>)	3-19
Tabel 3.3	Contoh Perhitungan CA 3 (<i>Columnprofiles</i>)	3-20
Tabel 3.4	Usulan Prioritas Perbaikan Kerja	3-27
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-5
Tabel 4.3	Ringkasan Hasil Penentuan Pesaing	4-5
Tabel 4.4	Usia	4-5
Tabel 4.5	Pekerjaan	4-6
Tabel 4.6	Uang Saku Per Bulan (Siswa/Mahasiswa)	4-6
Tabel 4.7	Pendapatan Per Bulan (Non Siswa/Mahasiswa)	4-6
Tabel 4.8	Pengeluaran perorang ke RMP Ambagang	4-6
Tabel 4.9	Lokasi Tempat Tinggal	4-7
Tabel 4.10	Pengetahuan Keberadaan RMP Ambagang	4-7
Tabel 4.11	Makanan Sering di Beli di RMP Ambagang	4-7
Tabel 4.12	Berapa Kali Dalam Sebulan Makan di RMP Ambagang	4-7
Tabel 4.13	Datang Ke RMP Ambagang Bersama	4-8
Tabel 4.14	Alasan Utama Memilih RMP Ambagang	4-8
Tabel 4.15	Hari Kunjungan ke RMP Ambagang	4-8
Tabel 4.16	Jumlah Orang Dalam 1 Kali Datang Ke RMP Ambagang	4-8
Tabel 4.17	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Kedua	4-9
Tabel 4.18	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Kedua (Lanjutan)	4-10
Tabel 4.19	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Ketiga	4-10
Tabel 4.20	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Ketiga (Lanjutan)	4-11
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan yang diterima	5-3
Tabel 5.3	Rumah Makan yang Paling Sering Dikunjungi	5-6

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-7
Tabel 5.5	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-8
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-9
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-9
Tabel 5.8	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-10
Tabel 5.9	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-10
Tabel 5.10	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-11
Tabel 5.11	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-11
Tabel 5.12	Rangkuman Frekuensi Skor Keunggulan	5-22
Tabel 5.13	Rangkuman Hasil CA	5-24
Tabel 5.14	Rangkuman Hasil CA	5-25
Tabel 5.15	Keunggulan Rumah Makan Padang Ambagang	5-25
Tabel 5.16	Ketidak Unggulan Rumah Makan Padang Ambagang	5-26
Tabel 5.17	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-27
Tabel 5.18	Uji Hipotesis	5-33
Tabel 5.19	Uji Hipotesis (lanjutan)	5-34
Tabel 5.20	Skala Prioritas Perbaikan	5-36
Tabel 5.21	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-36
Tabel 5.22	Variabel Skala Prioritas Perbaikan (lanjutan)	5-37
Tabel 5.23	Daftar menu makanan (usulan)	5-51
Tabel 5.24	Daftar menu minuman (usulan)	5-52
Tabel 6.1	Kelebihan Rumah Makan Padang Ambagang	6-3
Tabel 6.2	Kelemahan Rumah Makan Padang Ambagang	6-4
Tabel 6.3	Kelebihan Rumah Makan Padang Bana	6-4
Tabel 6.4	Kelemahan Rumah Makan Padang Bana	6-5
Tabel 6.5	Usulan strategi pemasaran	6-7
Tabel 6.6	Usulan strategi pemasaran (lanjutan 1)	6-8

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 6.7	Usulan strategi pemasaran (lanjutan 2)	6-9



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Diagram Penurunan Pendapatan	1-2
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-15
Gambar 2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-27
Gambar 2.3	Wilayah Kritis Uji Z	2-30
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
Gambar 3.4	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 3)	3-4
Gambar 3.5	<i>Flowchart</i> Pengolahan Data	3-16
Gambar 3.6	<i>Flowchart</i> Pengolahan Data (Lanjutan)	3-17
Gambar 3.7	Diagram Kartesius	3-21
Gambar 3.8	Wilayah Kritis Uji Z	3-25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-2
Gambar 5.1	Persentase Usia	5-12
Gambar 5.2	Persentase Pekerjaan	5-12
Gambar 5.3	Persentase Uang Saku Per Bulan (Siswa/Mahasiswa)	5-13
Gambar 5.4	Persentase Pendapatan Per Bulan (Non Siswa/Mahasiswa)	5-14
Gambar 5.5	Persentase Pengeluaran per orang ke Rumah Makan Padang Ambagang	5-15
Gambar 5.6	Persentase Lokasi Tempat Tinggal	5-15
Gambar 5.7	Persentase Pengetahuan Keberadaan Rumah Makan Padang Ambagang	5-16
Gambar 5.8	Persentase Makanan Sering di Beli di RMP Ambagang	5-17
Gambar 5.9	Persentase Berapa Kali Dalam Sebulan Makan di RMP Ambagang	5-18
Gambar 5.10	Persentase Datang ke RMP Ambagang Bersama	5-18
Gambar 5.11	Persentase Alasan Utama Memilih RMP Ambagang	5-19
Gambar 5.12	Persentase Hari Kunjungan ke RMP Ambagang	5-20

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.13	Persentase Jumlah Orang Dalam 1 Kali Datang ke RMP Ambagang	5-20
Gambar 5.14	Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis</i> (CA)	5-23
Gambar 5.15	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-28
Gambar 5.16	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-35
Gambar 5.17	Palang	5-48
Gambar 5.18	Denah RMP Ambagang dan Palang	5-48
Gambar 5.19	Layout Aktual	5-50
Gambar 5.20	Layout Usulan	5-50



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	1
2	Kuesioner Pendahuluan	2
3	Kuesioner Penelitian	3
4	Tabel-tabel	4
5	Berita Acara	5

