

ABSTRAK

Orbit Gym merupakan salah satu tempat *fitness center* di Bandung, yang terletak di Jl. Garuda No.66 lantai 3, sejak bulan Agustus 2015 dibawah kepemilikan ibu Lucyana Permanasari. Pada bulan November 2015 Orbit Gym mampu mencapai 76 member sedangkan pada bulan Desember 2015 hingga Juli 2016 jumlah member Orbit Gym tidak pernah tercapai seperti bulan November 2015. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui *Targeting* dan *Positioning*, untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh member, untuk mengetahui faktor-faktor ketidakpuasan member, untuk mengetahui persaingan Orbit Gym dengan pesaingnya, dan memberikan usulan strategi pemasaran kepada Orbit Gym.

Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner yang disusun menjadi variabel-variabel penelitian berdasarkan dimensi bauran pemasaran yaitu 7P (*Marketing mix*) menjadi kuesioner pendahuluan untuk mengetahui pesaing dari Orbit Gym dan atribut-atribut yang dianggap penting oleh member. Setelah dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan maka dapat diketahui bahwa pesaing utama dari Orbit Gym yaitu Garuda Gym dan atribut apa saja yang dipentingkan oleh responden. Kuesioner penelitian terdiri atas segmentasi dan atribut yang dianggap penting oleh responden berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan, serta perbandingan Orbit Gym dengan pesaingnya.

Kuesioner penelitian terdiri dari 3 bagian yaitu mengenai profil konsumen, tingkat kinerja dari Orbit Gym dan tingkat kepentingan konsumen, dan mengenai peringkat keunggulan dari Orbit Gym dan Garuda Gym menurut konsumen. Penyebaran kuesioner ditujukan kepada konsumen yang pernah menjadi member bulanan di Orbit Gym yang pernah menjadi member dari Garuda Gym. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah *purposive sampling*. Kuesioner penelitian dibagikan kepada 110 orang.

Data hasil penyebaran kuesioner penelitian diolah dengan menggunakan IPA Uji Hipotesis, dan CA (*Correspondence Analysis*). Pengolahan data dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dilakukan untuk membandingkan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan sehingga dapat diketahui atribut yang berada di kuadran I, II, III, IV yaitu pada kuadran II terdapat atribut harga yang bersaing dengan tempat fitness lain, besarnya tulisan pada papan nama, dan lainnya. Selain itu data akan diolah dengan Uji Hipotesis ketidakpuasan untuk mengetahui secara lebih spesifik mengenai atribut-atribut yang menyebabkan ketidakpuasan diantaranya adalah atribut mudah dicapai melalui alat transportasi umum dan atribut lainnya yang menurut persepsi konsumen tidak merasa puas. Untuk pemberian peringkat dari Orbit Gym dan Garuda Gym menggunakan metode CA seperti pada atribut kelengkapan fasilitas alat angkat beban di tempat gym menunjukkan bahwa menurut persepsi konsumen Garuda Gym lebih unggul dibandingkan dengan Orbit Gym. Analisis *Segmentation* dilakukan untuk mengetahui *Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Orbit Gym. Analisis Gabungan dilakukan untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan.

Usulan yang diberikan untuk Orbit Gym berdasarkan prioritas perbaikan dari Analisis Gabungan yang dilakukan. Upaya yang dapat dilakukan oleh Orbit Gym adalah adanya kerjasama dengan Indomaret, Soyjoy, OLX.co.id, Telkomsel. Orbit Gym dapat menggunakan Facebook sebagai salah satu sarana promosi terhadap

konsumen dan juga Orbit Gym dapat melakukan pelatihan terhadap pegawainya sehingga pelayanan yang diberikan akan membuat konsumen merasa puas.



DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Produk	2-1
2.3 Jasa	2-1
2.3.1 Karakteristik Jasa	2-1
2.3.2 Jenis-jenis Jasa	2-2
2.4 Bauran Pemasaran	2-3
2.5 Metode Pengumpulan Data	2-6
2.6 Populasi dan Sampel	2-8
2.6.1 Teknik Sampling	2-8

2.6.2 Ukuran Sampling	2-14
2.7 Skala	2-15
2.7.1 Skala Peringkat	2-16
2.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	2-18
2.8.1 Uji Validitas	2-18
2.8.2 Uji Reliabilitas	2-18
2.9 Tingkat Ketelitian dan Keyakinan	2-18
2.9.1 Ketelitian	2-18
2.9.2 Keyakinan	2-19
2.10 Segmentasi, Targetting, dan Positioning	2-19
2.10.1 Segmentasi Pasar	2-19
2.10.2 Strategi Memilih Pasar Sasara (<i>Target Market</i>)	2-20
2.10.3 Memosisikan Diri (<i>Positioning</i>)	2-21
2.11 Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan	2-22
2.12 <i>Correspondence Analysis</i>	2-24
2.13 Uji Hipotesis	2-25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2 Studi Pustaka	3-4
3.3 Identifikasi Masalah	3-4
3.4 Pembatasan Masalah	3-5
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian(7P).....	3-6
3.8 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-6
3.9 Pengujian Validitas Konstruksi	3-11
3.10 Penentuan Jumlah Sampel & Penyebaran Kuesioner	
Pendahuluan	3-11
3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.12 Revisi Kuesioner Penelitian	3-12

3.13 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-13
3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.15 Uji Validitas	3-15
3.16 Uji Reliabilitas	3-16
3.17 Pengolahan Data dan Analisis	3-16
3.17.1 <i>Segmentation</i>	3-17
3.17.2 Metode IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	3-17
3.17.3 Uji Hipotesis	3-18
3.17.4 Metode <i>Correspondence Analysis</i>	3-19
3.18 Analisis.....	3-20
3.19 Usulan.....	3-21
3.20 Kesimpulan dan Saran.....	3-21

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-1
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-1
4.2 Uji Validitas Konstruksi	4-3
4.3 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.4 Kuesioner Penelitian	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian.....	5-5
5.2.1 Bagian I (Profil Responden)	5-5
5.2.2 Bagian II (Tingkat Kepentingan & Kinerja)	5-16
5.3 <i>Importance-Performance Analysis</i>	5-29
5.3.1 Rangkuman Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	5-34
5.4 Uji Hipotesis	5-39
5.5 Uji <i>Correspondence Analysis</i>	5-42

5.5.1 Rangkuman Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	5-46
5.6 Analisis <i>Segmentation, Targetting</i> , dan <i>Positioning</i>	5-47
5.7 Analisis Gabungan & Usulan Perbaikan	5-54

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-12

DAFTAR PUSTAKA.....xvii

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Tabel Data Jumlah Member Bulanan Orbit Gym	1-2
3.1	Variabel Penelitian 7P	3-7
3.2	Pengelompokan Segmentasi Demografi	3-9
3.3	Pengelompokan Segmentasi Psikografi	3-9
3.4	Syarat Responden Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.5	Data Atribut Untuk Kuesioner Penelitian	3-12
3.6	Data Atribut Dibuang	3-13
3.7	Syarat Responden Kuesioner Penelitian	3-15
3.6	Analisis Gabungan	3-20
4.1	Data Pesaing	4-4
4.2	Data Tingkat Kepentingan	4-4
4.3	Data Jenis Kelamin	4-5
4.4	Data Usia	4-6
4.5	Data Domisili	4-6
4.6	Data Jenis Pekerjaan	4-6
4.7	Data Uang Saku	4-6
4.8	Data Penghasilan	4-7
4.9	Data Jenis Kartu GSM	4-7
4.10	Data Jenis Media Sosial	4-7
4.11	Data Jenis E-Commerce	4-7
4.12	Data Jenis Voucher Kupon	4-8
4.13	Data Jenis Snack Bar	4-8
4.14	Data Jenis Supermarket	4-8
4.15	Data Frekuensi Kedatangan	4-8
4.16	Data Jenis Paket Pembayaran	4-9
4.17	Data Sesi Personal Trainer	4-9
4.18	Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja	4-10

Tabel	Judul	Hal
4.19	Data Kuesioner Peringkat Keunggulan	4-12
5.1	Data Tingkat Kepentingan	5-2
5.2	Data Atribut Penting	5-4
5.3	Data Atribut Tidak Penting	5-5
5.4	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Pertama	5-17
5.5	Uji Validitas Tingkat Kinerja Pertama	5-19
5.6	Kesimpulan Validasi Pertama	5-21
5.7	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Kedua	5-22
5.8	Uji Validitas Tingkat Kinerja Kedua	5-23
5.9	Kesimpulan Validasi Kedua	5-25
5.10	Uji Validasi Tingkat Kepentingan Ketiga	5-26
5.11	Uji Validasi Tingkat Kinerja Ketiga	5-27
5.12	Kesimpulan Validasi Ketiga	5-28
5.13	Data Rangkuman Hasil Kuesioner	5-30
5.14	Data Metode IPA	5-31
5.15	Input Data	5-33
5.16	Rangkuman Metode IPA	5-35
5.17	Kuadran II Metode IPA	5-36
5.18	Kuadran I Metode IPA	5-36
5.19	Kuadran III Metode IPA	5-37
5.20	Kuadran IV Metode IPA	5-38
5.21	Uji Hipotesis	5-39
5.22	Data <i>Correspondence Analysis</i>	5-42
5.23	Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	5-46
5.24	Hasil <i>Targetting</i>	5-50

Tabel	Judul	Hal
5.25	Analisis Gabungan	5-55
5.26	Data Perlengkapan Alat Mandi	5-57
5.27	Data Informasi Membership	5-58
5.28	Data Ketanggapan Receptionist	5-59
5.29	Data Informasi Fasilitas	5-63
5.30	Data Pola Latihan	5-71
6.1	Hasil <i>Targetting</i>	6-1
6.2	Kesimpulan Atribut Penting	6-2



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Data Jumlah Member Bulanan Orbit Gym	1-2
2.1	Diagram <i>Kartesian</i>	2-23
2.2	Grafik Wilayah Kritis	2-26
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Diagram Kuadran IPA	3-17
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-18
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Pie Chart Pesaing	5-1
5.2	Jenis Kelamin	5-6
5.3	Usia	5-6
5.4	Domisili	5-7
5.5	Pekerjaan	5-7
5.6	Uang Saku	5-8
5.7	Penghasilan Perbulan	5-9
5.8	Kartu GSM	5-10
5.9	Media Sosial	5-10
5.10	E-Commerce	5-11
5.11	Voucher Kupon	5-12
5.12	Snack Bar	5-12
5.13	Supermarket	5-13
5.14	Frekuensi Kedatangan Perminggu	5-14
5.15	Paket Pembayaran	5-15
5.16	Sesi Personal Trainer	5-15
5.17	Matrix IPA	5-34

Gambar	Judul	Hal
5.18	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-40
5.19	Grafik <i>row score</i> metode CA	5-44
5.20	Grafik <i>column score</i> metode CA	5-44
5.21	Grafik <i>row & column score</i> metode CA	5-45
5.22	Pintu Orbit Gym	5-51
5.23	Plang Orbit Gym	5-51
5.24	Tulisan pada Pintu Orbit Gym	5-52
5.25	Dispenser Sabun dan Shampo	5-57
5.26	Kemasan Alat Mandi	5-58
5.27	ABS Crunch	5-62
5.28	Kettlebells	5-62
5.29	Pull Up Bars	5-62
5.30	Treadmill	5-63

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-1
3	Validitas Konstuksi	L3-1
4	Kuesioner Penelitian – Tingkat Kepentingan	L4-1
5	Kuesioner Penelitian – Tingkat Kinerja	L5-1
6	Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	L6-1
7	Tabel Normal	L7-1
8	Lembar Komentar Dosen Penguji	L8-1

