

ABSTRAK

Cawan Kitchen Cafe terletak di Jl Ciumbuleuit No. 85 Bandung. Cafe ini berdiri pada bulan Agustus 2014. Berdasarkan data penjualan yang diperoleh dari pemilik, mulai Bulan Juli tahun 2015 sampai sekarang omset penjualan mengalami penurunan sebesar 29,84%. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan di Cawan Kitchen Cafe agar dapat meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan cafe lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan berisi atribut-atribut yang penting dalam pemilihan sebuah cafe yang disusun berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*). Melalui hasil kuesioner pendahuluan, didapatkan pesaing utama dari Cawan Kitchen Cafe adalah Cabe Rawit Cafe.

Setelah itu dilakukan penyusunan kuesioner penelitian yang diperoleh dari data hasil kuesioner pendahuluan. Kuesioner penelitian terdiri dari 2 bagian, bagian pertama berisi pertanyaan segmentasi untuk mengetahui profil konsumen lalu *targeting* dari hasil segmentasi dan keunggulan Cawan Kitchen Cafe serta *positioning*. Kuesioner penelitian bagian kedua berisi tingkat kepentingan mengenai atribut atau variabel yang dipentingkan konsumen, tingkat kinerja dari Cawan Kitchen Cafe dan keunggulan tiap cafe untuk setiap atribut atau variabel bauran pemasaran. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Penyebaran kuesioner penelitian ditujukan kepada responden yang pernah makan di Cawan Kitchen Cafe minimal 2 kali dan pernah makan di Cabe Rawit Cafe minimal dua kali yang disebar sebanyak 100 buah.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh target pasar adalah wanita berusia 17-23 tahun, yang tinggal di Bandung Utara, pekerjaannya adalah mahasiswa dengan rentang uang saku Rp 1.000.000,00 – Rp 1.500.000,00, menggunakan media sosial instagram, menyukai musik pop, menyukai desain modern bagi interior cafe. Data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA), tujuannya untuk melihat prioritas perbaikan terhadap setiap variabel. Bagian tingkat keunggulan atau pemberian peringkat masing-masing cafe diolah dengan *Correspondence Analysis* (CA), tujuannya untuk melihat tingkat keunggulan dari masing-masing variabel Cawan Kitchen Cafe dan pesaing. Setelah itu, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan metode Uji Hipotesis untuk melihat puas atau tidaknya konsumen. Dari data hasil penelitian, tingkat kepuasan konsumen masih kecil yaitu 23,68%, di mana 9 variabel puas dari 38 variabel. Cawan Kitchen Cafe sudah cukup unggul dari pesaingnya, yaitu 30 variabel yang unggul dari 38 variabel penelitian. Cawan Kitchen Cafe dapat memberikan slogan “*Good Taste, Right Price, Good Place To Hang Out*”.

Usulan dibagi ke dalam 38 prioritas perbaikan. Salah satu usulan yang diberikan adalah membuat menu makan unggulan dengan harga Rp 20.000,00-Rp 28.000,00.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-5
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen dan Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Pengertian Manajemen.....	2-1
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	2-1
2.2 <i>Segmentation, Targetting Positioning</i>	2-6
2.3 Metode & Teknik Pengumpulan Data.....	2-10
2.4 Populasi dan Sampel.....	2-13
2.5 Menentukan Ukuran Sampel.....	2-16
2.6 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-17
2.6.1 Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-17
2.6.2 Tipe Skala Pengukuran.....	2-18
2.7 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-21

2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-21
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.9 <i>Importance-Performance Analysis</i>	2-24
2.10 <i>Correspondence Analysis</i>	2-27
2.11 Uji Z.....	2-28

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flow Chart</i> Penelitian.....	3-1
3.2 Mulai.....	3-4
3.3 Penelitian Pendahuluan.....	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 Studi Pustaka.....	3-6
3.8 Identifikasi Variabel.....	3-6
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.10 Uji Validasi Konstruk.....	3-10
3.11 Menentukan Unit Sampling.....	3-10
3.12 Menentukan Teknik Sampling.....	3-11
3.13 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.14 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.15 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.16 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-13
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.18 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.19 Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.20 Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.21 Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-23
3.22 Memberikan Usulan.....	3-24
3.23 Kesimpulan dan Saran.....	3-25
3.24 Selesai.....	3-25

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2 Kuesioner.....	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian.....	4-4

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian.....	5-3
5.2.1 Profil Konsumen.....	5-3
5.2.2 Uji Validitas.....	5-17
5.2.3 Uji Reliabilitas.....	5-23
5.2.4 Uji IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	5-24
5.2.5 Uji <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-33
5.2.6 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-37
5.2.7 Analisis Gabungan.....	5-39
5.3 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	5-44
5.4 Analisis dan Usulan Prioritas Gabungan.....	5-49

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-10

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Tabel Pendapatan <i>Cawan Kitchen Cafe</i> Pada Tahun 2015	1-2
1.3	Tabel Pendapatan <i>Cawan Kitchen Cafe</i> Pada Tahun 2016	1-3
3.1	Prioritas Perbaikan Kerja	3-24
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2	Data Pesaing	4-4
4.3	Lokasi Tempat Tinggal	4-4
4.3	Tabel Data Jenis Kelamin	4-5
4.4	Tabel Data Usia	4-5
4.5	Tabel Data Pekerjaan Responden	4-5
4.6	Tabel Uang saku per bulan	4-6
4.7	Tabel Penghasilan per bulan	4-6
4.8	Tabel Media Sosial yang sering digunakan	4-6
4.9	Tabel Desain Interior Cafe	4-7
4.10	Tabel Alunan Musik	4-7
4.11	Tabel Desain menu makanan cafe	4-7
4.12	Tabel Frekuensi Kunjungan	4-8
4.13	Tabel Informasi	4-8
4.14	Tabel Kedatangan	4-8
4.15	Tabel Hari Berkunjung	4-9
4.16	Tabel Tujuan Berkunjung	4-9
4.17	Tabel Jam Kunjungan	4-9
4.18	Tabel Rangkuman Jumlah Tingkat Kepentingan	4-10
4.19	Tabel Rangkuman Jumlah Tingkat Performansi	4-11
4.21	Rangkuman Hasil Kuesioner Peringkat Keunggulan	4-12
5.1	Hasil Pengolahan Persentase Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-19
5.3	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-22

5.4	Rangkuman Rataan Tingkat Kepentingan	5-25
5.5	Rangkuman Rataan Tingkat Kinerja	5-26
5.6	Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-27
5.7	Jumlah Responden Unggul Tiap Variabel	5-33
5.8	Peringkat 1 dan 2 berdasarkan <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-35
5.9	Hipotesis Ketidakpuasan	5-37
5.10	Prioritas Perbaikan	5-39



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	<i>Chart</i> Pendapatan <i>Cawan Kitchen Cafe</i> Tahun 2015	1-2
1.2	<i>Chart</i> Pendapatan <i>Cawan Kitchen Cafe</i> Tahun 2016	1-3
2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-13
2.2	Diagram Kartesius	2-16
2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-28
3.1	<i>Flow Chart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flow Chart</i> Penelitian (lanjutan 1)	3-2
3.3	<i>Flow Chart</i> Penelitian (lanjutan 1)	3-3
3.5	Diagram Kuadran IPA	3-19
3.6	Grafik Uji Hipotesis	3-22
4.1	Struktur Organisasi <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	4-1
5.1	Lokasi Tempat Tinggal responden	5-3
5.2	Jenis Kelamin responden	5-4
5.3	Usia responden	5-4
5.4	Jenis pekerjaan responden	5-5
5.5	Uang saku per bulan responden	5-5
5.6	Penghasilan per bulan responden	5-6
5.7	Media sosial yang sering digunakan responden	5-7
5.8	Desain interior <i>cafe</i> yang paling disukai responden	5-8
5.9	Alunan Musik yang disukai responden	5-8
5.10	Desain menu makanan <i>cafe</i>	5-9
5.11	Kunjungan ke <i>Cawan Kitchen Cafe</i> dalam sebulan	5-10
5.12	Informasi mengenai <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	5-10
5.13	Dengan siapa berkunjung ke <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	5-11
5.14	Hari berkunjung ke <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	5-11
5.15	Tujuan berkunjung ke <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	5-12
5.16	Jam Kunjungan ke <i>Cawan Kitchen Cafe</i>	5-13

5.17	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-28
5.18	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-34
5.19	Wilayah Kritis Variabel 1	5-38
5.20	Toilet Cawan Kitchen	5-50
5.21	Toilet Cabe Rawit	5-50
5.22	Nasi Goreng Cawan dan Cawit	5-51
5.23	Usulan cemilan pisang goreng keju	5-53
5.24	Parkiran Cawan Kitchen	5-56
5.25	Parkiran Cabe Rawit	5-56
5.26	Tampak tengah Cawan Kitchen	5-59
5.27	Tampak tengah Cabe Rawit	5-59
5.28	Depan Cawan Kitchen	5-60
5.29	Tampak Ruangan Kiri Bawah Cawan Kitchen	5-62
5.30	Penataan makanan Cawan Kitchen Cafe	5-64
5.31	Penataan makanan Cabe Rawit Cafe	5-65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
3	Kuesioner Penelitian	L3-1
8	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L8-1
9	Data Mentah Tingkat Kinerja	L9-1
10	Validasi Konstruk	L10-1
11	Validasi Konstruk	L11-1
12	Validasi Konstruk	L12-1
13	Lembar Komentar Hasil Seminar Isi	L13-1
14	Lembar Komentar Hasil Seminar Isi	L14-1
15	Lembar Komentar Hasil Seminar Isi	L15-1
16	Tabel Uji Z	L16-1