

ABSTRAK

Warung Anyar merupakan salah satu café yang berada di Jl. Astana Anyar No.144, Bandung sejak 2013. Warung Anyar menyuguhkan tempat untuk bermain *Darts* dengan mesin *Darts* yang terbilang paling banyak dalam satu lokasi untuk di Bandung. Sejak mulai dibukanya Warung Anyar pada tahun 2013 dan memiliki fasilitas *darts* yang sedang populer, maka konsumen pun berdatangan untuk mencoba bermain di Warung Anyar dan Warung Anyar memiliki pendapatan sebesar Rp. 204.000.000,-, akan tetapi pada pertengahan tahun 2014 dengan seiringnya waktu berjalan konsumen pun mulai berkurang dan tidak seramai biasanya dengan keadaan seperti ini Warung Anyar mengalami penurunan omset sebesar Rp. 36.000.000,-. Pada tahun 2015 Warung Anyar mengalami penurunan omset baik dari penjualan makanan dan minuman serta penggunaan permainan *darts* menjadi Rp. 228.000.000,-. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi keunggulan dan kelemahan pihak Warung Anyar jika dibanding dengan pesaingnya untuk dapat memenangkan persaingan.

Variabel dalam penelitian ini menggunakan konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) serta bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Pengolahan data yang digunakan adalah *Correspondence Analysis* (CA), *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.

Penelitian ini diawali dengan penyebaran kuesioner pendahuluan untuk menentukan pesaing dan variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen dan disebarkan kepada 30 responden yang menjadi konsumen Warung Anyar. Setelah mendapatkan hasil dari kuesioner pendahuluan maka dilanjutkan menuju kuesioner penelitian yang disebarkan kepada 120 responden menggunakan teknik sampling *Purposive Sampling*. Penyebaran kuesioner dilakukan di Warung Anyar dan pesaing. Kuesioner terdiri dari 3 bagian, bagian 1 untuk menentukan profil dan karakteristik responden yang mendasari *segmentasi, targeting* dan *positioning* dan bagian 2 mengenai ranking untuk setiap atribut menurut konsumen, diolah dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) dan bagian 3 berisi tentang tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Warung Anyar, diolah menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan diuji dengan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, hasil CA yang diperoleh adalah 51 variabel yang unggul dan 14 variabel tertinggal. *Targeting* Warung Anyar adalah konsumen yang berumur 23 – 30 tahun, yang tinggal dikawasan Bandung Barat, Bandung Utara dan Bandung Selatan. Pada bagian 2 didapatkan hasil dari kuesioner dengan menggunakan CA dan pada bagian 3 kuesioner diolah dengan IPA. *Tag line* yang diusulkan kepada Warung Anyar adalah “*Hang out, fun, and play*”.

Dari hasil penelitian yang ada, diberikan usulan strategi untuk Warung Anyar berdasarkan penggabungan usulan perbaikan IPA, CA dan Uji Hipotesis Ketidakpuasaan, yang mana untuk dapat memenangkan persaingan, diantaranya: penyajian minuman sesuai dengan pesanan, kewajiban porsi makanan, kebersihan toilet dan wastafel, kemenarikan promosi pada media cetak dan elektronik, kemenarikan exterior café, pembaruan makanan dan minuman, keunikan minuman, keragaman menu makanan, kecepatan jasa delivery, besarnya potongan harga pada *event* tertentu, kemenarikan spanduk/banner, dan keragaman musik yang diberikan.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
 BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	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 Pengertian Pemasaran.....	2-1
2.2 Konsep Bauran Pemasaran.....	2-3
2.3 Metode Pengumpulan Data.....	2-7
2.4 Sumber Data.....	2-8
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-9
2.6 Teknik Sampling.....	2-9
2.7 Ukuran Sampel.....	2-13
2.8 Data Berskala.....	2-14
2.9 Tipe Skala Pengukuran.....	2-15
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-17

2.10.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-18
2.10.1.1 Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-18
2.10.1.2 Pengujian Validitas Isi.....	2-18
2.10.1.3 Pengujian Validitas Eksternal.....	2-19
2.10.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.11 Pengenalan Program SPSS.....	2-21
2.12 <i>Segmentation, Targeting, Positiong</i>	2-23
2.13 <i>Correspondence Analysis</i>	2-25
2.14 Matriks <i>IMPORTANT & PERFORMANCE ANALYSIS</i>	2-26
2.15 Uji Hipotesis.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sistematika Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-1
3.3 Identifikasi Masalah	3-1
3.4 Pembatasan Masalah	3-2
3.5 Perumusan Masalah	3-2
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.7 Studi Pustaka.....	3-6
3.8 Penyusunan Variabel Penelitian.....	3-8
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.10 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.12 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.13 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.14 Validasi Konstruk.....	3-13
3.15 Revisi Kuesioner.....	3-14
3.16 Penyebaran Kues Penelitian.....	3-14
3.17 Pengujian Validitas.....	3-14
3.18 Pengujian Reliabilitas.....	3-15

3.19 Pengolahan Data.....	3-16
3.19.1 Profil Responden.....	3-16
3.19.2 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	3-16
3.19.3 Matriks <i>Importance and Performance Analysis</i> (IPA).....	3-17
3.19.4 <i>Correspondance Analysis</i>	3-19
3.19.5 Penentuan Peringkat Keunggulan.....	3-20
3.19.6 Tabel Prioritas Perbaikan.....	3-21
3.20 Analisis.....	3-22
3.21 Usulan.....	3-23
3.22 Kesimpulan dan Saran.....	3-23
 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 Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-5
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Hasil Uji Validitas Konstruksi.....	5-2
5.3 Pengujian Validitas & Reliabilitas.....	5-4
5.4 Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> , & <i>Positioning</i>	5-11
5.4.1 Segmentasi.....	5-17
5.4.2 <i>Targeting</i>	5-18
5.5 Perhitungan Rangking.....	5-19
5.6 Analisis <i>Positioning</i>	5-26
5.7 Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	5-27
5.8 Perhitungan Tingkat Kinerja.....	5-29
5.9 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-32
5.10 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-38

5.11 Analisis Gabungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), Pembobotan Ranking dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-41
5.12 Usulan.....	5-55

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

<u>Tabel</u>		<u>Judul</u>
<u>Halaman</u>		
Tabel 2.1	Definisi Pemasaran	2-1
Tabel 3.1	Variabel Penelitian (profil responden)	3-8
Table 3.2	Variabel Penelitian	3-9
Table 3.2	Variabel Penelitian (lanjutan)	3-10
Tabel 3.3	Tabel Gabungan Prioritas	3-22
Tabel 4.1	Data Pesaing	4-3
Tabel 4.2	Kepentingan Konsumen	4-3
Table 4.2	Kepentingan Konsumen (lanjutan)	4-4
Tabel 4.3	Faktor-Faktor Lain Yang Menurut Konsumen Penting	4-5
Tabel 4.4	Daerah Tempat Tinggal	4-6
Tabel 4.5	Pekerjaan	4-6
Tabel 4.6	Jenis Kelamin	4-6
Tabel 4.7	Usia	4-7
Tabel 4.8	Penghasilan	4-7
Tabel 4.9	Uang Saku	4-7
Tabel 4.10	Tujuan Ke Warung Anyar	4-8
Tabel 4.11	Pengeluaran Di Warung Anyar	4-8
Tabel 4.12	Faktor Utama Berkunjung Ke Warung Anyar	4-8
Tabel 4.13	Mengetahui Warung Anyar	4-9
Tabel 4.14	Kebiasaan Datang Ke Warung Anyar	4-9
Tabel 4.15	Media Sosial Yang Sering Digunakan	4-9
Tabel 4.16	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Pertama	4-10
Tabel 4.16	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Pertama (lanjutan)	4-11
Tabel 4.17	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Kedua	4-12
Tabel 4.17	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Kedua (lanjutan)	4-13
Tabel 5.1	Pernyataan Tambahan Untuk Kuesioner Penelitian	5-1
Tabel 5.1	Pernyaan Tambahan Untuk Kuesioner Penelitian (lanjutan)	5-2

Tabel 5.2	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan Validitas Konstruk	5-2
Tabel 5.2	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan Validitas Konstruk (lanjutan)	5-3
Tabel 5.2	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan Validitas Konstruk (lanjutan)	5-4
Tabel 5.3	Jumlah Kuesioner Sah Dan Tidak Sah	5-5
Tabel 5.4	Hasil Validitas & Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-6
Tabel 5.4	Hasil Validitas & Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan (lanjutan)	5-7
Tabel 5.5	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-8
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja (lanjutan)	5-9
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja (lanjutan)	5-10
Tabel 5.7	Jumlah Skala	5-19
Tabel 5.7	Jumlah Skala (lanjutan)	5-20
Tabel 5.7	Jumlah Skala (lanjutan)	5-21
Tabel 5.8	Perhitungan Jarak Grafik <i>Row and Columns Score</i>	5-22
Tabel 5.8	Perhitungan Jarak Grafik <i>Row and Columns Score</i> (lanjutan)	5-23
Tabel 5.9	Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-24
Tabel 5.9	Peringkat Keunggulan Tiap Variabel (lanjutan)	5-25
Tabel 5.10	Rekapitulasi Variabel Warung Anyar Yang Berada Pada Peringkat Tertinggal	5-26
Tabel 5.10	Rekapitulasi Variabel Warung Anyar Yang Berada Pada Peringkat Tertinggal (lanjutan)	5-26
Tabel 5.11	Data Tingkat Kepentingan	5-27
Tabel 5.11	Data Tingkat Kepentingan (lanjutan)	5-28
Tabel 5.11	Data Tingkat Kepentingan (lanjutan)	5-29
Tabel 5.12	Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-29
Tabel 5.13	Data Persentase Tingkat Kinerja	5-30
Tabel 5.13	Data Persentase Tingkat Kinerja (lanjutan)	5-31
Tabel 5.14	Perhitungan Tingkat Kinerja	5-31
Tabel 5.15	Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-33
Tabel 5.15	Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan (lanjutan)	5-34

Tabel 5.16	Variabel Pada Kuadran 1	5-36
Tabel 5.17	Variabel Pada Kuadran 2	5-37
Tabel 5.18	Variabel Pada Kuadran 3	5-37
Tabel 5.19	Variabel Pada Kuadran 4	5-38
Tabel 5.20	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis	5-39
Tabel 5.20	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis (lanjutan)	5-40
Tabel 5.21	Tabel Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan	5-42
Tabel 5.21	Tabel Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan (lanjutan)	5-43
Tabel 5.22	Tabel Rangkuman Usulan Berdasarkan 7P	5-53
Tabel 5.22	Tabel Rangkuman Usulan Berdasarkan 7P (lanjutan)	5-54



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Omset Per Tahun	1-2
2.1	Teknik Sampling	2-10
3.1	<i>Flowchart</i>	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 1)	3-4
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 2)	3-5
3.2	Wilayah Kritis	3-17
3.3	Matriks IPA	3-18
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-8
5.2	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-10
5.3	<i>Pie Chart</i> Daerah Tempat Tinggal	5-11
5.4	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-12
5.5	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-12
5.6	<i>Pie Chart</i> Usia	5-13
5.7	<i>Pie Chart</i> Penghasilan	5-13
5.8	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-14
5.9	<i>Pie Chart</i> Tujuan ke Warung Anyar	5-14
5.10	<i>Pie Chart</i> Pengeluaran di Warung Anyar	5-15
5.11	<i>Pie Chart</i> Faktor Utama Berkunjung	5-15
5.12	<i>Pie Chart</i> Mengetahui Warung Anyar	5-16
5.13	<i>Pie Chart</i> Bersama Siapa Datang ke Warung Anyar	5-16
5.14	<i>Pie Chart</i> Media Sosial Yang Digunakan	5-17
5.15	<i>Grafik Row & Column Score</i>	5-21
5.16	<i>Grafik Importance Performance Analysis</i>	5-35
5.17	Gambar Toilet dan Wastafel Warung Anyar	5-55
5.18	Gambar Toilet dan Wastafel Riverside	5-55
5.19	Gambar Exterior Warung Anyar	5-56



DAFTAR GAMBAR

LAMPIRAN	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-1
3	Pengukuran <i>Row Column Scores</i>	L3-1
4	Tabel z	L4-1

