

ABSTRAK

Bakso Malang Mandeep (Cijambe) berdiri sejak tahun 2014 yang berada di Ruko Madani Regency, Cijambe Bandung. Bakso Malang Mandeep (Cijambe) mengalami penurunan omzet sejak Agustus 2015 yang disebabkan salah satunya oleh belum menetapkan strategi pemasaran yang baik, belum mengetahui faktor yang dianggap penting oleh konsumen, rasa makanan yang tidak konsisten.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh konsumen Bakso Malang Mandeep (Cijambe), mengetahui tingkat performansi Bakso Malang Mandeep (Cijambe), kelemahan dan kelebihan dibanding pesaing, mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sesuai, serta mengetahui strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*) dan STP (*Segmentation, Targeting dan Positioning*).

Ada 2 tahap penyebaran kuesioner. Tahap pertama, penyebaran kuesioner pendahuluan. Tahap kedua, penyebaran kuesioner penelitian. Kedua kuesioner disebarkan dengan teknik *purposive sampling*, dengan syarat responden berusia minimal 15 tahun. Untuk kuesioner pendahuluan disebarkan sebanyak 30 buah kepada responden yang sudah pernah makan Bakso Malang. Untuk kuesioner penelitian disebarkan kepada konsumen di Bakso Mandeep dan pesaing sebanyak 120 buah kepada responden yang sudah pernah makan di Bakso Malang Mandeep (Cijambe) dan pesaing.

Dalam kuesioner pendahuluan, pertanyaan dalam kuesioner berupa faktor yang dianggap penting saat memilih rumah makan bakso malang dan pertanyaan mengenai rumah makan bakso malang lain yang sering dikunjungi selain Bakso Malang Mandeep (Cijambe). Dalam kuesioner penelitian, pertanyaan dalam kuesioner berupa profil responden dan penilaian terhadap tingkat kinerja Bakso Malang Mandeep (Cijambe) dan tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel penelitian. Serta penilaian kelemahan dan kelebihan tiap variabel antara Bakso Malang Mandeep (Cijambe) dengan pesaing.

Ada 3 metode pengolahan yaitu *Importance Perfomance Analysis* untuk menilai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, *Correspondence Analysis* untuk menilai kelebihan dan kelemahan variabel dibanding pesaing, dan Uji Hipotesis untuk menilai tingkat kepuasan konsumen. Dari total 49 variabel, berdasarkan matriks *Importance Performance Analysis*, variabel terbanyak terdapat di kuadran 1 sebanyak 14 variabel. Berdasarkan *Correspondence Analysis* terdapat 22 variabel kelebihan dari Bakso Malang Mandeep (Cijambe). Sedangkan berdasarkan Uji Hipotesis terdapat 8 variabel dimana konsumen merasa puas dengan variabel tersebut.

Berdasarkan hasil *Segmentation, Targeting dan Positioning* didapatkan bahwa yang menjadi target adalah daerah Ujungberung dengan target pendapatan di bawah Rp. 2.6 juta dengan *positioning* “Murah dikantong, pas diperut”. Usulan yang dapat diberikan diantaranya adalah memberikan diskon harga makanan sebesar 25% diatas jam 18.00 – 21.00, menawarkan sistem pesan-antar, menawarkan beli 3 porsi gratis 1 porsi pada hari senin dan selasa, membuat paket hemat untuk keluarga.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 Segmentasi Pasar	2-2
2.4 Segmentasi yang efektif.....	2-5
2.5 Memilih Segmen Pasar	2-5
2.6 Diferensiasi Produk	2-6
2.7 Diferensiasi Pelayanan.....	2-7
2.8 Strategi Penentuan Posisi dan Positioning.....	2-8
2.9 Skala	2-10
2.10 Metode Pengumpulan Data.....	2-12
2.10 Populasi dan Sampel.....	2-13
2.11 Pengambilan Sampel	2-13
2.12 Pengambilan Sampel cara probabilitas dan non probabilitas	2-13
2.13 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	2-15

2.14 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-18
2.15 <i>Correspondence Analysis</i>	2-20
2.16 Uji Hipotesis	2-21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Flowchart Penelitian	3-1
3.2 Menentukan Objek Penelitian.....	3-4
3.3 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.4 Latar Belakang Masalah	3-5
3.5 Identifikasi Masalah.....	3-5
3.6 Menentukan Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.7 Perumusan Masalah.....	3-6
3.8 Membuat Tujuan Penelitian.....	3-6
3.9 Mengidentifikasi dan Menyusun Variabel Penelitian	3-7
3.10 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.11 Validitas Konstruk	3-12
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.14 Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.15 Menentukan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.17 Pengujian Validitas	3-15
3.18 Pengujian Reliabilitas	3-15
3.19 Pengolahan Data	3-16
3.20 Analisis	
3.20.1 Analisis Segmentation, Targeting dan Positioning	3-19
3.20.2 Analisis <i>Correspondence Analysis</i>	3-20
3.20.3 Analisis Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	3-20
3.20.4 Uji Hipotesis	3-21
3.20.5 Tabel Gabungan CA, IPA, dan Uji Hipotesis.....	3-22
3.21 Membuat Usulan.....	3-22
3.22 Kesimpulan dan Saran	3-22

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

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

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Variabel Penelitian yang terpilih	5-3
5.3	Pengujian validitas dan reliabilitas untuk kuesioner	5-7
	Penelitian	
5.4	Hasil Pengolahan Data Profil Responden.....	5-14
5.5	<i>Targetting</i>	5-23
5.6	<i>Positioning</i>	5-24
5.7	<i>Correspondence Analysis</i>	5-24
5.8	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-34
5.9	Uji Hipotesis	5-41
5.10	Analysis Gabungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-44
	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan Uji Hipotesis	
5.11	Usulan Analisis Gabungan	5-46

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-15

DAFTAR PUSTAKA

xvii

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Tabel Omzet Cabang Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	1-2
3.2	Tabel Gabungan CA, IPA, Uji Hipotesis	3-22
4.1	Pesaing	4-2
4.2	Atribut Kepentingan dalam memilih rumah makan Bakso Malang	4-3
4.3	Usia	4-4
4.4	Jenis Kelamin	4-4
4.5	Pekerjaan	4-4
4.6	Pendapatan per bulan (bekerja)	4-5
4.7	Uang Saku per bulan (belum bekerja)	4-5
4.8	Pengeluaran makan bakso secara umum	4-5
4.9	Pengeluaran makan bakso secara (di Mandeep)	4-6
4.10	Daerah tempat tinggal	4-6
4.11	Alasan Datang ke Bakso Malang Mandeep	4-6
4.12	Frekuensi mendatangi Bakso Malang Mandeep dalam 1 bln	4-7
4.13	Sumber Mengetahui Bakso Malang Mandeep	4-7
4.14	Media sosial yang sering digunakan	4-7
4.15	Saluran radio yang sering didengar	4-8
4.16	Dengan siapa ke Bakso Malang Mandeep	4-8
4.17	Hari Kunjungan ke Bakso Malang Mandeep	4-8
4.18	Jam Kunjungan ke Bakso Malang Mandeep	4-9
4.19	Kelebihan Utama Bakso Malang Mandeep	4-9
4.20	Kekurangan Bakso Malang Mandeep	4-10
4.22	Rangkuman Kuesioner Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	4-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
4.23	Rangkuman Kuesioner Peringkat Keunggulan tidak (CA)	4-12
5.1	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan yang diterima	5-3
5.3	Pesaing	5-6
5.4	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.4	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	5-8
5.5	Perbandingan nilai r dengan nilai r tabel TingkatKepentingan	5-9
5.5	Perbandingan nilai r dengan nilai r tabel TingkatKepentingan (Lanjutan)	5-10
5.6	Hasil Uji Reliabel SPSS Tingkat Kepentingan	5-10
5.7	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-11
5.7	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-12
5.8	Perbandingan nilai r dengan nilai r tabel TingkatKinerja	5-12
5.8	Perbandingan nilai r dengan nilai r tabel TingkatKinerja (Lanjutan)	5-13
5.9	Hasil Uji Reliabel SPSS Tingkat Kinerja	5-13
5.10	Rangkuman tabel skor keunggulan	5-26
5.11	Rangkuman hasil CA	5-29
5.12	Keunggulan Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-30
5.13	Kelemahan Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-30
5.14	Nilai rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-36
5.15	Uji Hipotesis	5-43
5.16	Skala Prioritas Perbaikan	5-44
5.16	Skala Prioritas Perbaikan (lanjutan)	5-45
6.1	Tabel Keunggulan Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	6-7
6.2	Tabel Kelemahan Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	6-7
6.3	Tabel Usulan strategi bauran pemasaran	6-10

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Hal
1.1	Grafik Omset Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	1-3
3.1	Flowchart penelitian	3-1
3.1	Flowchart penelitian (lanjutan)	3-2
3.1	Flowchart penelitian (lanjutan)	3-3
3.1	Flowchart penelitian (lanjutan)	3-4
3.1	Grafik kuadran matriks IPA	3-17
3.2	Kuadran matriks IPA	3-20
3.3	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Usia	5-14
5.2	Jenis Kelamin	5-14
5.3	Pekerjaan	5-15
5.4	Pendapatan per bulan (bekerja)	5-15
5.5	Uang saku per bulan (belum bekerja)	5-16
5.6	Pengeluaran per orang makan bakso (umum)	5-16
5.7	Pengeluaran per orang makan bakso (Mandeep)	5-16
5.8	Daerah tempat tinggal	5-17
5.9	Alasan datang ke Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-18
5.10	Frekuensi mendatangi Bakso Malang Mandeep (Cijambe) 1 bulan	5-18
5.11	Sumber mengetahui Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-19
5.12	Media social yang sering digunakan	5-19
5.13	Saluran radio yang sering didengar	5-20
5.14	Dengan siapa ke Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-20
5.15	Hari kunjungan ke Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-20
5.16	Jam kunjungan ke Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-21
5.17	Kelebihan utama Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-22
5.18	Kekurangan Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-22

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Hal
5.19	Tempat kuliner bakso yang sering dikunjungi selain Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-23
5.20	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-28
5.21	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-37
5.22	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-15
5.23	Kuah Bakso Berminyak	5-47
5.24	Kelengkapan Makan Goreng	5-49
5.25	Area Parkir	5-50
5.25	Area Parkir (Lanjutan)	5-51
5.26	Contoh Usulan Menu Makanan	5-55
5.27	Jenis Bakso Halus dan Bakso Urat	5-56
5.28	Keadaan Lantai 1 Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-57
5.29	Keadaan Lantai 2 Bakso Malang Mandeep (Cijambe)	5-57
5.30	Kebersihan Bahan Pelengkap	5-58
5.31	Contoh Usulan papan nama	5-59
5.32	Jenis makanan kukus	5-62
5.33	Contoh Usulan penempatan plang nama	5-65
5.34	Contoh plang nama	5-65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
3	Validitas Konstruksi	L1-1
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-4
1	Kuesioner Penelitian	L1-6
1	Tabel Nilai-Nilai R <i>Product Moment</i>	L1-11

