

ABSTRAK

OLD BIKE *Coffee and Eatery* merupakan salah satu *café* di Bandung yang dibuka mulai dari Juni tahun 2016. Permasalahan yang terjadi di *café* ini adalah omzet belum mencapai target yang diinginkan pemilik yaitu sebesar Rp.150.000.000,-/bulan.

Konsep yang digunakan untuk mengidentifikasi variabel penelitian adalah konsep *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang diintegrasikan dengan konsep bauran pemasaran 7P (*Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process* dan *Physical Evidence*). Data diperoleh berdasarkan wawancara dengan pemilik *café* dan dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner yang disebarkan terdiri atas dua kuesioner, yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan dibuat dan disebarkan sebanyak 30 buah dengan tujuan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *café*, dan mengetahui pesaing dari *café*. Untuk kuesioner penelitian disebarkan dengan tujuan untuk mengetahui karakteristik konsumen, mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari *café* dan peringkat antara OLD BIKE *café* dengan pesaingnya yaitu *Yellow Truck café*. Kuesioner penelitian yang disebarkan sebanyak 110 buah.

Kuesioner pendahuluan diolah dengan menggunakan metode statistika deskriptif (persentase) dengan menggunakan data variabel yang dianggap penting oleh konsumen.

Untuk kuesioner penelitian bagian I dilakukan *Segmentation* yang terdiri atas empat bagian, yaitu berdasarkan demografi, geografi, psikografi dan perilaku konsumen. Selanjutnya dilakukan *Targeting* yaitu mahasiswa dengan uang saku perbulan Rp. 500.000 ≤ Uang saku < Rp.1.500.000, dan pegawai dengan penghasilan perbulan Rp.2.700.000 ≤ Penghasilan < Rp. 10.000.000 yang bertempat tinggal di Bandung Barat dan tujuan datang ke OLD BIKE *café* untuk *hangout* bersama teman, kemudian dilakukan *Positioning* untuk OLD BIKE *café* yaitu suatu *café* yang menyediakan makanan dan minuman yang enak serta pelayanan yang baik dengan harga terjangkau oleh mahasiswa dan pegawai.

Untuk kuesioner penelitian bagian II data peringkat *café* diolah dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis*, untuk data tingkat kinerja dan kepentingan diolah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, dan Uji Hipotesis. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan metode *Correspondence Analysis*, OLD BIKE *café* unggul dalam 27 variabel dari 45 variabel dibandingkan dengan pesaing, kemudian dengan metode *Importance Performance Analysis* variabel – variabel dikelompokkan ke dalam 4 kuadran, dan dengan metode Uji Hipotesis terdapat 14 variabel dari 45 variabel yang dinyatakan puas oleh konsumen. Selanjutnya, ketiga metode tersebut digabung untuk mendapatkan prioritas perbaikan kemudian dianalisis dan dibuat usulannya. Beberapa usulan perbaikan utama yang dapat dilakukan yaitu mengganti kursi atau meja, meningkatkan frekuensi penawaran diskon pada waktu tertentu, membuat menu untuk paket hemat, dan lainnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
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
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-4
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-6
2.5 Populasi dan Sampel	2-8
2.5.1 Populasi	2-8
2.5.2 Sampel.....	2-8
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-9
2.7 Teknik Sampling	2-9
2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2-9

2.7.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-10
2.8	Tipe Data Berskala	2-11
2.9	Skala Pengukuran	2-12
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.10.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-15
2.10.2	Pengujian Reabilitas Instrumen	2-16
2.11	<i>Correspondence Analysis</i>	2-18
2.12	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-19
2.13	Uji Hipotesis	2-22
2.13.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		3-1
3.1	Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2	Menentukan Latar Belakang Masalah	3-5
3.3	Mengidentifikasi Masalah	3-5
3.4	Pembatasan Masalah	3-5
3.5	Merumuskan Masalah	3-6
3.6	Menentukan Tujuan Penelitian	3-6
3.7	Melakukan Studi Pustaka	3-7
3.8	Menentukan Model Penelitian	3-7
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-16
3.10	Uji Validitas Konstruk	3-17
3.11	Menentukan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-18
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-19
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-19
3.14	Menentukan Jumlah Sampel Penelitian	3-21
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-22
3.16	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	3-22
3.17	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-23
3.18	Pengolahan Kuesioner Penelitian	3-24

3.19	Analisis Pengolahan Data.....	3-29
3.20	Usulan.....	3-30
3.21	Kesimpulan dan Saran.....	3-30
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		4-1
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.2	Struktur Organisasi.....	4-1
4.3	Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.4	Kuesioner Penelitian.....	4-6
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		5-1
5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-5
5.3.1	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-5
5.3.2	Uji Reabilitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.3.3	Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-8
5.3.4	Uji Reabilitas Tingkat Kinerja	5-10
5.4	<i>Segmentation</i>	5-10
5.5	<i>Targeting</i>	5-28
5.6	<i>Correspondence Analysis</i>	5-28
5.7	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-35
5.8	Uji Hipotesis.....	5-42
5.9	<i>Positioning</i>	5-44
5.10	Analisis dan Usulan dari Gabungan Metode <i>Correspondence Analysis</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> , dan Uji Hipotesis	5-46
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....		6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.1.1	<i>Segmentation, Positioning, dan Targeting</i> dari OLD BIKE <i>Café</i>	6-1

6.1.2 Faktor – Faktor yang Dianggap Penting oleh Konsumen	
Dalam memilih <i>Café</i>	6-2
6.1.3 Keunggulan dan Kelemahan yang Dimiliki oleh OLDBIKE	
<i>Café</i> Dibandingkan Pesaingnya.....	6-3
6.1.4 Tingkat Ketidakpuasan Konsumen Terhadap OLDBIKE	
<i>Café</i>	6-5
6.1.5 Strategi Pemasaran yang Sebaiknya Dilakukan oleh OLD	
BIKE <i>Café</i>	6-6
6.2 Saran.....	6-9
6.2.1 Saran Untuk Pihak <i>Café</i>	6-9
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	6-9
DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
LAMPIRAN	xviii



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Hal
3.1	Segmentasi Demografi	3-10
3.1	Segmentasi Demografi (Lanjutan)	3-11
3.2	Segmentasi Geografi	3-11
3.3	Segmentasi Psikografi	3-12
3.3	Segmentasi Psikografi (Lanjutan)	3-13
3.4	Segmentasi Perilaku	3-12
3.4	Segmentasi Perilaku (Lanjutan-1)	3-13
3.4	Segmentasi Perilaku (Lanjutan-2)	3-14
3.4	Segmentasi Perilaku (Lanjutan-3)	3-15
3.5	Variabel Yang Diolah Lebih Lanjut Ke Dalam Kuisiонер Penelitian	3-20
3.6	Variabel Yang Tidak Diolah Lebih Lanjut Ke Dalam Kuisiонер Penelitian	3-21
3.7	Rangkuman Prioritas Perbaikan Berdasarkan CA, IPA, Dan Uji Hipotesis	3-29
4.1	Kuesiонер Pendahuluan	4-4
4.2	Variabel Penting yang Belum Disebutkan	4-5
4.3	Pesaing	4-5
4.4	Jenis Kelamin	4-6
4.5	Usia	4-6
4.6	Pekerjaan	4-6
4.7	Penghasilan (Perbulan)	4-7
4.8	Uang Saku (Perbulan)	4-7
4.9	Tempat Tinggal Saat Ini	4-7
4.10	Pengeluaran Perorangan	4-7
4.11	Sarana transportasi yang Digunakan Untuk Pergi ke OLD BIKE Café	4-8

4.12	Mengetahui OLD BIKE <i>Café</i> Dari	4-8
4.13	Media Sosial yang Paling Sering Digunakan	4-8
4.14	Status Konsumen di OLD BIKE <i>Café</i>	4-8
4.15	Tujuan Datang ke OLD BIKE <i>Café</i>	4-9
4.16	Hari Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i>	4-9
4.17	Jam Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i>	4-9
4.18	Frekuensi Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i> Dalam Sebulan	4-9
4.19	Datang ke OLD BIKE <i>Café</i> Dengan	4-10
4.20	Jenis Promosi yang Diminati	4-10
4.21	Hal yang Paling Disukai dari OLD BIKE <i>Café</i>	4-10
4.22	Makanan yang Paling Disukai dari OLD BIKE <i>Café</i>	4-11
4.23	Minuman yang Paling Disukai dari OLD BIKE <i>Café</i>	4-11
4.24	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja)	4-12
4.25	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Peringkat)	4-13
5.1	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Variabel Yang Diolah Lebih Lanjut Ke Dalam Kuisisioner Penelitian	5-3
5.3	Variabel Yang Tidak Diolah Lebih Lanjut Ke Dalam Kuisisioner Penelitian	5-4
5.4	Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan ke -1	5-5
5.4	Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan ke -1(Lanjutan)	5-6
5.5	Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan ke -2	5-7
5.6	Pengujian Reabilitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.7	Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-9
5.8	Pengujian Reabilitas Tingkat Kinerja	5-10
5.9	Rangkuman Penilaian Keunggulan <i>Café</i>	5-29
5.10	Peringkat CA	5-33
5.11	Variabel keunggulan OLD BIKE <i>Café</i>	5-34
5.12	Variabel kelemahan OLD BIKE <i>Café</i>	5-34

5.13	Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-35
5.13	Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	5-36
5.14	Uji Hipotesis	5-42
5.15	Prioritas Perbaikan	5-46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Hal
1.1	Data Omzet OLD BIKE tahun 2016	1-2
2.1	Diagram Kartesius	2-20
3.1	Flowchart Penelitian	3-1
3.1	Flowchart Penelitian (Lanjutan-1)	3-2
3.1	Flowchart Penelitian (Lanjutan-2)	3-3
3.1	Flowchart Penelitian (Lanjutan-3)	3-4
3.2	Diagram Kartesius	3-26
3.3	Grafik Uji Hipotesis	3-28
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Pesaing OLD BIKE <i>Café</i>	5-4
5.2	Jenis Kelamin	5-10
5.3	Usia	5-11
5.4	Pekerjaan	5-11
5.5	Penghasilan (Perbulan)	5-12
5.6	Uang Saku (Perbulan)	5-13
5.7	Tempat Tinggal Saat Ini	5-14
5.8	Pengeluaran Perorangan Setiap Datang ke OLD BIKE <i>Café</i>	5-15
5-9	Sarana Transportasi yang Digunakan Untuk Pergi ke OLD BIKE <i>Café</i>	5-16
5.10	Mengetahui OLD BIKE <i>Café</i> Dari	5-17
5.11	Media Sosial yang Paling Sering Digunakan	5-18
5.12	Status Konsumen di OLD BIKE <i>Café</i>	5-19
5.13	Tujuan Datang ke OLD BIKE <i>Café</i>	5-19
5.14	Hari Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i>	5-20
5.15	Jam Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i>	5-21
5.16	Frekuensi Kedatangan ke OLD BIKE <i>Café</i> Dalam Sebulan	5-22
5.17	Datang ke OLD BIKE <i>Café</i> Dengan	5-23

5.18	Jenis Promosi yang Diminati	5-24
5.19	Hal yang Paling Disukai Dari OLD BIKE <i>Café</i>	5-25
5.20	Makanan yang Paling Disukai di OLD BIKE <i>Café</i>	5-26
5.21	Minuman yang Paling Disukai di OLD BIKE <i>Café</i>	5-27
5.22	Grafik <i>Row Scores Correspondence Analysis</i>	5-30
5.23	Grafik <i>Column Scores Correspondence Analysis</i>	5-31
5.24	Grafik <i>Rows and Column Scores Correspondence Analysis</i>	5-32
5.25	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-37
5.26	Grafik Wilayah Kritis Ho	5-43
5.27	Kondisi Kursi Dan Meja OLD BIKE <i>Café</i>	5-47
5.28	Kondisi Kursi Dan Meja Yellow Truck <i>Café</i>	5-48
5.29	Usulan Kursi Dan Meja	5-48
5.30	Lahan Parkir OLD BIKE <i>Café</i>	5-48
5.31	Lahan Parkir Dengan <i>Space</i> Untuk Pengunjung	5-50
5.32	Usulan Penawaran Diskon Waktu – Waktu Tertentu	5-52
5.33	Tampilan Luar OLD BIKE <i>Café</i>	5-52
5.34	Tampilan Luar Yellow Truck <i>Café</i>	5-53
5.35	Contoh Usulan <i>Wall Art</i> Dengan <i>Tagline</i> Pada Tembok <i>Café</i>	5-53
5.36	Usulan Tampilan Luar	5-54
5.37	Promosi <i>Buy One Get One</i> OLD BIKE <i>Café</i>	5-55
5.38	Promosi <i>Buy One Get One</i> Yellow Truck <i>Café</i>	5-55
5.39	<i>Sticker</i> Wilayah Wajib Senyum	5-56
5.40	Penyajian Makanan di OLD BIKE <i>Café</i>	5-57
5.41	Penyajian Makanan di Yellow Truck <i>Café</i>	5-57
5.42	Usulan Kemenarikan Penyajian Makanan	5-58
5.43	Promosi Melalui Media Sosial Yellow Truck	5-59
5.44	Usulan Promosi Melalui Media Sosial	5-59
5.45	Kondisi Sirkulasi Udara OLD BIKE <i>Café</i>	5-60
5.46	Usulan <i>Exhaust Fan</i>	5-60
5.47	Usulan Iklan Bersponsor	5-62
5.48	<i>Joy Muffler</i> Yellow Truck	5-63

5.49	Dekorasi Interior OLD BIKE <i>Café</i>	5-65
5.50	Dekorasi Interior Yellow Truck <i>Café</i>	5-65
5.51	Usulan Dekorasi Interior	5-66
5.52	Penyajian minuman OLD BIKE <i>Café</i>	5-67
5.53	Penyajian minuman Yellow Truck <i>Café</i>	5-67
5.54	Usulan Penyajian minuman	5-68
5.55	Cara Pembayaran di OLD BIKE <i>Café</i>	5-69
5.56	Kondisi Papan nama OLD BIKE <i>Café</i>	5-81
5.57	<i>Air Conditioner</i> di OLD BIKE <i>Café</i>	5-82



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L-2
2	Kuesioner Penelitian	L-5
3	Data Tingkat Kinerja	L-9
4	Data Tingkat Kepentingan	L-11
5	Tabel r Produk Moment	L-13
6	Tabel Distribusi Normal	L-14

