

ABSTRAK

Redondo Café merupakan salah satu tempat makan di Bandung, yang terletak di Jalan Surya Sumantri No. 72B, sejak bulan April 2016. Sejak awal berdiri Redondo Café belum pernah mencapai target pendapatan, yaitu sebesar Rp 20.000.000/bulan. Tujuan penelitian mengetahui pengaruh kinerja terhadap minat datang kembali konsumen, dapat memberikan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan minat datang kembali agar omzet penjualan meningkat sehingga target dapat terpenuhi.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan juga penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan disebar di sekitar Universitas Kristen Maranatha dengan teknik *purposive*, yaitu responden yang pernah makan di café minimum 1x, dengan jumlah sampel 30 buah. Pengolahan data kuesioner pendahuluan dilakukan dengan membuang atribut dengan persentase < 50%. Dalam kuesioner pendahuluan terdapat 9 variabel yang dibuang dan 1 variabel yang ditambahkan sehingga menjadi 52 variabel yang digunakan pada kuesioner penelitian.

Kuesioner penelitian disebar pada awal bulan Desember 2016 hingga akhir bulan Desember 2016 di Redondo Café dengan teknik *Purposive Sampling*, yaitu responden yang pernah datang ke Redondo Café minimal 1 kali, dengan jumlah sampel 110 buah. Kuesioner bagian pertama berisi pertanyaan mengenai profil konsumen, bagian kedua berisi pernyataan mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Redondo Café, bagian ketiga berisi pernyataan mengenai minat datang kembali konsumen.

Data hasil penyebaran kuesioner penelitian diolah dengan menggunakan Regresi Berganda untuk mengetahui variabel kinerja apa saja yang berpengaruh untuk meningkatkan minat datang kembali konsumen, dan IPA (*Importance Performance Analysis*) dilakukan untuk membandingkan tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Kuesioner mengenai profil konsumen diolah dengan perhitungan persentase profil konsumen dilihat dari segmentasi pasarnya. Persentase yang berpotensi dijadikan sebagai *targeting*, dan membuat *Positioning* berdasarkan target yang sudah ditentukan. Analisis Gabungan dilakukan untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan. Prioritas perbaikan dilihat berdasarkan ada tidaknya pengaruh regresi kemudian melihat kuadran IPA berdasarkan urutannya, jika terdapat lebih dari 1 variabel pada 1 kuadran maka variabel tersebut diprioritaskan berdasarkan nilai koefisien regresi dari yang terbesar sampai yang terkecil.

Dari hasil pengolahan data menggunakan Regresi Berganda didapatkan nilai determinasi sebesar 0.698 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0.835. Persamaan model regresi: $Y = -3.482 + 0.18 X_{20} + 0.35 X_{25} + 0.253 X_{51} + 0.292 X_{38} + 0.242 X_{36} + 0.328 X_{37} + 0.239 X_{21} + 0.215 X_4$. Terdapat 8 variabel yang berpengaruh positif terhadap minat datang kembali konsumen, yaitu frekuensi promosi melalui sosial media, kejelasan daftar menu, kemenarikan bentuk promosi, keramahan pelayan & kasir, kebersihan alat makan, keanekaragaman menu minuman, kualitas musik yang ditawarkan, dan kenyamanan meja. Upaya yang diusulkan antara lain meningkatkan frekuensi dan kemenarikan bentuk promosi agar lebih menarik perhatian konsumen, menerapkan 3S (senyum, salam, dan sapa) untuk meningkatkan keramahan karyawan, membuat daftar menu yang lebih jelas, dan menambahkan variasi jenis minuman. Adapun slogan yang dapat digunakan untuk mewakili Redondo Café adalah "Hemat Harganya, Ramah Pelayanannya, Ya Cuma di Redondo Café".

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	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 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.3 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	2-6
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-6
2.3.2 <i>Targetting</i>	2-8
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-8
2.4 Kepuasan Konsumen	2-9
2.5 Metode Pengumpulan Data	2-11
2.6 Populasi dan Sampel	2-13
2.6.1 Populasi	2-13
2.6.2 Sampel	2-13
2.6.3 Teknik Sampling	2-14

2.6.4	Ukuran Sampel	2-16
2.7	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-17
2.7.1	Skala Pengukuran	2-17
2.7.2	Tipe Skala Pengukuran	2-18
2.7.3	Instrumen Penelitian	2-20
2.8	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.8.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-20
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-21
2.9	Tingkat Ketelitian dan Keyakinan	2-23
2.9.1	Ketelitian	2-23
2.9.2	Keyakinan	2-23
2.10	Regresi Berganda.....	2-24
2.11	<i>Impotance Performance Analysis (IPA)</i>	2-29
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Kerangka Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan Flowchart Penelitian.....	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2	Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.2.3	Identifikasi Masalah.....	3-4
3.2.4	Pembatasan Masalah.....	3-5
3.2.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.6	Tujuan Penelitian.....	3-5
3.2.7	Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.2.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.9	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.10	Uji Validitas Konstruksi	3-10
3.2.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.2.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.2.13	Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.2.14	Menentukan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel	3-12

3.2.15	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.16	Menyebarkan Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.2.17	Pengujian Validitas Instrumen.....	3-14
3.2.18	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	3-15
3.2.19	Pengolahan Data.....	3-16
3.2.20	Analisis.....	3-22
3.2.21	Usulan.....	3-24
3.2.22	Kesimpulan dan Saran.....	3-24
3.2.23	Selesai.....	3-24

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Profil Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-1
4.1.3	<i>Job Description</i>	4-2
4.2	Validitas Konstruk.....	4-4
4.3	Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.4	Kuesioner Penelitian.....	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Kuesioner Penelitian.....	5-3
5.2.1	Bagian I (Profil Responden).....	5-3
5.2.2	Bagian II (Tingkat Kepentingan & Kinerja).....	5-17
5.2.3	Bagian III (Minat Datang Kembali).....	5-24
5.3	Pengolahan Data Dengan Metode Regresi Berganda.....	5-24
5.3.1	Uji Normalitas.....	5-27
5.3.2	Uji Autokorelasi.....	5-28
5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	5-29
5.3.4	Uji Multikolinearitas.....	5-31
5.3.5	Analisis Determinasi.....	5-33

5.3.6	Analisis Korelasi.....	5-33
5.3.7	Uji F.....	5-34
5.3.8	Analisis Uji T.....	5-35
5.4	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-37
5.5	<i>Targetting</i>	5-44
5.6	Analisis Gabungan Regresi Berganda dan IPA	5-44
5.7	<i>Positioning</i>	5-77

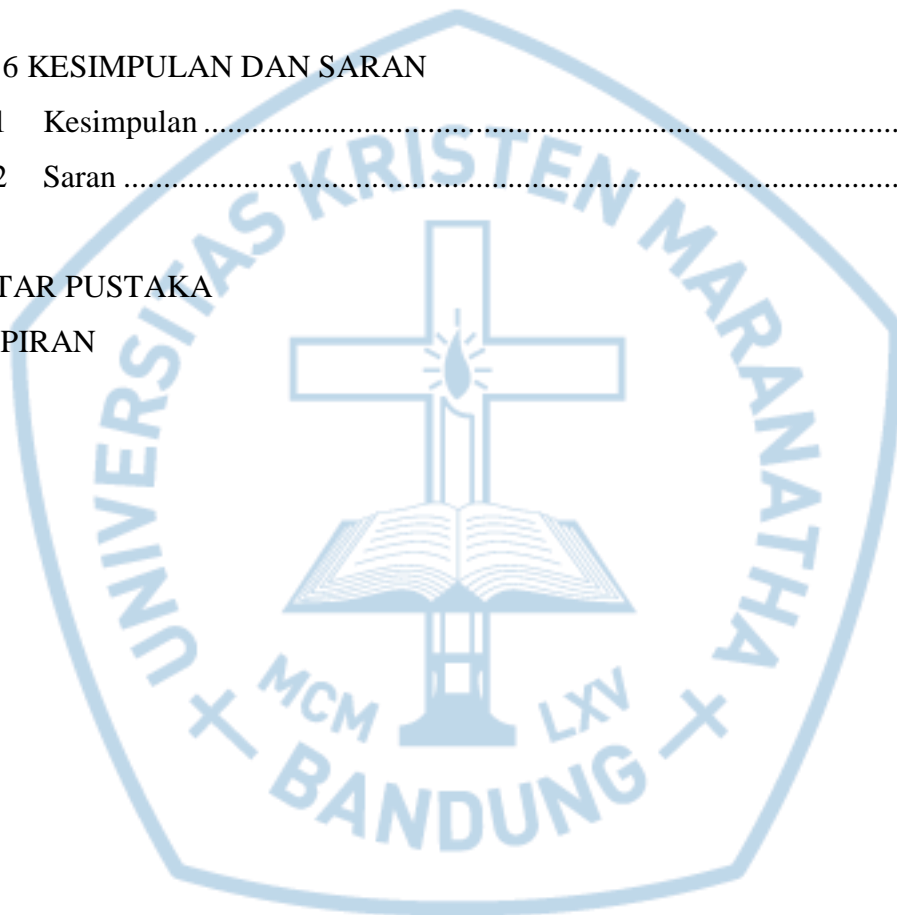
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-6

DAFTAR PUSTAKA

xv

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Pendapatan Redondo Café	1-2
3.1	Variabel Bauran Pemasaran	3-7
3.1	Variabel Bauran Pemasaran (Lanjutan)	3-8
3.2	Variabel Segmentasi Pasar	3-9
3.3	Identifikasi Variabel Penelitian Minat Konsumen	3-9
3.4	Tabel Urutan Prioritas	3-23
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-6
4.2	Pernyataan Lain yang Dianggap Penting	4-6
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4-7
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	4-7
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal	4-7
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4-8
4.7	Profil Konsumen Berdasarkan Uang Saku	4-8
4.8	Profil Konsumen Berdasarkan Penghasilan	4-8
4.9	Profil Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi	4-8
4.10	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	4-9
4.11	Profil Konsumen Berdasarkan Waktu Kedatangan	4-9
4.12	Profil Konsumen Berdasarkan Pengeluaran	4-9
4.13	Profil Konsumen Berdasarkan Kedatangan Bersama	4-9
4.14	Profil Konsumen Berdasarkan Tujuan Kedatangan	4-10
4.15	Profil Konsumen Berdasarkan Menu yang Biasa Dipesan	4-10
4.16	Media Sosial yang Sering Digunakan	4-10
4.17	Saluran Radio yang Sering Didengar	4-10
4.18	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Musik Favorit	4-11
4.19	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Makanan Favorit	4-11
4.20	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Minuman Favorit	4-11

4.21	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Hiburan yang disukai	4-11
4.22	Hasil Kuesioner Bagian Kedua	4-12
4.23	Hasil Kuesioner Bagian Ketiga	4-13
5.1	Data Atribut Penting	5-2
5.2	Data Atribut Tidak Penting	5-3
5.3	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-18
5.4	Perbandingan Nilai r dan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-19
5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-20
5.6	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-21
5.7	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-22
5.8	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-23
5.9	Variabel Tingkat Performansi dan Minat Datang Kembali	5-25
5.10	Variabel Entered Removed	5-26
5.11	Hasil Uji Statistik Normalitas	5-27
5.12	Hasil Uji <i>Run Test</i>	5-28
5.13	Hasil Uji Statistik Heteroskedastisitas	5-30
5.14	Multikolinearitas	5-32
5.15	Model Summary	5-33
5.16	Hasil Output Anova	5-34
5.17	Hasil Coefficients	5-35
5.18	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-37
5.19	Rangkuman Hasil Targetting	5-44
5.20	Hasil Gabungan Prioritas Perbaikan	5-45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan Redondo Café	1-2
2.1	Tahapan <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	2-6
2.2	Teknik Sampling	2-14
2.3	<i>Peta Importance-Performance Analysis</i>	2-31
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.2	<i>Peta Importance-Performance Analysis</i>	3-21
4.1	Redondo Café Bagian Luar	4-1
4.2	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Persentase Jenis Kelamin	5-3
5.2	Persentase Usia	5-4
5.3	Persentase Domisili	5-5
5.4	Persentase Pekerjaan	5-5
5.5	Persentase Uang Saku	5-6
5.6	Persentase Penghasilan	5-7
5.7	Persentase Sumber Informasi	5-7
5.8	Persentase Frekuensi Kedatangan dalam Sebulan Terakhir	5-8
5.9	Persentase Waktu Kedatangan	5-9
5.10	Persentase Biaya yang dikeluarkan	5-9
5.11	Persentase Datang Bersama	5-10
5.12	Persentase Tujuan Kedatangan	5-11
5.13	Persentase Menu yang biasa dipesan	5-12
5.14	Persentase Sosial Media yang Sering Digunakan	5-13
5.15	Saluran Radio yang Sering Didengar	5-13
5.16	Persentase Jenis Musik Favorit	5-14
5.17	Persentase Jenis Makanan Favorit	5-15

5.18	Persentase Jenis Minuman Favorit	5-15
5.19	Persentase Jenis Hiburan	5-16
5.20	Persentase Minat Datang Kembali	5-24
5.21	Plot Kenormalan Data	5-27
5.22	Homogenitas Variansi	5-29
5.23	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	5-39
5.24	Instagram Redondo Café	5-46
5.25	Daftar Menu Redondo Café	5-47
5.26	Daftar Menu Usulan Redondo Café	5-48
5.27	Bentuk Promosi Redondo Café	5-49
5.28	Usulan Bentuk Promosi	5-49
5.29	Menu Minuman Redondo Café	5-51
5.30	Meja dan Kursi Redondo Café	5-51
5.31	Penyajian Makanan Redondo Café	5-53
5.32	Lokasi Redondo Café	5-55
5.33	Usulan Papan Nama Redondo Café	5-56
5.34	Usulan Poster Dilarang Merokok	5-58
5.35	Menu Makanan Redondo Café	5-58
5.36	Usulan Kemanarikan Penyajian Minuman	5-59
5.37	Desain Redondo Café	5-70
5.38	Usulan Meja dan Kursi Café	5-75
5.39	Wastafel Redondo Café	5-75
5.40	Usulan Lampu Café	5-77
5.41	Pengaturan Tata Letak Lahan Parkir	5-78

DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	L-1
2	Kuesioner Pendahuluan	L-2
3	Kuesioner Penelitian	L-3
4	Tabel-tabel	L-4

