

## ABSTRAK

Kedai X merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang kuliner *chinese food* (nasi babi dan sate babi). Kedai X terletak di Sudirman *Street Day & Night Market*, Jalan Jenderal Sudirman No.107, Bandung, berdiri sejak tahun 2015. Berdasarkan data yang didapatkan, terjadi penurunan pendapatan, tahun 2015 omset kedai ini bisa mencapai  $\pm$  Rp.7.500.000 perhari, awal hingga pertengahan tahun 2016 menurun 26,67% atau  $\pm$  Rp.2.000.000 perhari dari tahun sebelumnya 2015, pertengahan sampai akhir tahun 2016 menurun kembali 18,18% atau  $\pm$  Rp.1.000.000 perhari dari periode sebelumnya, dan pada awal sampai pertengahan tahun 2017 menurun kembali 22,22% atau  $\pm$  Rp.1.000.000 perhari dari periode sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang sesuai untuk diterapkan di Kedai X dengan melihat hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen, mengetahui keunggulan dan kelemahan, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, dan usulan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat sehingga dapat bersaing dengan Kedai lainnya.

Kuesioner pendahuluan dan penelitian berisikan variabel penelitian yang disusun dengan menggunakan bauran pemasaran 7P (*product, place, price, promotion, physical evidence, people, dan process*) dan STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*) untuk profil responden. Kemudian dilakukan pengujian validitas konstruksi pada 3 dosen KBK Manajemen mengenai kesesuaian instrumen bauran pemasaran. Setelah itu kuesioner pendahuluan disebar kepada 30 responden yang pernah makan di kedai sate dan nasi babi di Sudirman *Street* dan didapatkan variabel yang dianggap penting oleh konsumen, serta didapatkan pesaing dari Kedai X, yaitu Kedai Kunkun dan Kedai Kencana. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner penelitian kepada 110 responden di sekitar tempat penelitian kepada responden yang pernah makan di Kedai X, Kedai Kunkun, dan Kedai Kencana dalam 2 bulan terakhir. Kuesioner penelitian ini berisikan 2 bagian dan memiliki tujuan; (bagian 1) mengetahui profil konsumen; (bagian 2) mengetahui tingkat kepentingan konsumen, performansi, dan peringkat Kedai X dibanding pesaing.

Data diolah dengan metode *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui posisi keunggulan Kedai X dibandingkan dengan pesaing, metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk menentukan prioritas perbaikan berdasarkan posisi setiap variabel berdasarkan kuadran, dan Uji Hipotesis kepuasan untuk mengetahui tingkat kepuasan setiap variabel penelitian. Kemudian dilakukan analisis penggabungan 3 metode yang digunakan dalam pengolahan data yaitu CA, IPA, dan Uji Hipotesis untuk menentukan urutan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan.

Pada pengolahan data CA diketahui Kedai X memiliki keunggulan sebanyak 15 variabel. Pada pengolahan data IPA diketahui bahwa 12 variabel masuk kuadran 2 (fokus perbaikan ke-1), 9 variabel masuk ke dalam kuadran 3 (fokus perbaikan ke-2), 11 variabel masuk ke dalam kuadran 1 (fokus perbaikan ke-3), dan 4 variabel masuk ke dalam kuadran 4 (fokus perbaikan ke-4). Pada uji hipotesis kepuasan diketahui bahwa konsumen belum puas terhadap 26 variabel dan telah puas pada 10 variabel. Target pasar yang diusulkan untuk Kedai X adalah konsumen yang berusia 26–40 tahun, seorang pegawai swasta, bertempat tinggal di Bandung Selatan, pengeluaran yang dikeluarkan untuk makan sebesar Rp.50.000,00 – Rp.100.000,00 per orang.

Beberapa usulan prioritas utama untuk Kedai X adalah slogan “Kedai Sate X, Jumbo dan Maknyuss!”, menggunakan berbagai media sosial untuk promosi seperti *instagram, facebook, line*, dan lainnya, wadah penyajian dibuat menarik dengan menggunakan corak pada wadah atau dengan menggunakan piring melamin yang lebih keras dan menarik, meningkatkan kuantitas makanan yang didapat konsumen, meningkatkan frekuensi promosi di media sosial, memberikan potongan harga pada *event* tertentu seperti tahun baru maupun tahun baru Cina (imlek), mengevaluasi jam tutup kedai, menata makanan lebih menarik lagi, mengganti bungkus *takeaway* dengan *box* kardus atau wadah plastik tahan panas, dan memperbaiki penerangan kedai dengan mengadakan lampu gantung atau sorot untuk mempermudah menemukan kedai.

# DAFTAR ISI

## COVER

LEMBAR PENGESAHAN..... ii

PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI ..... iii

PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN ..... iv

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR ..... vi

DAFTAR ISI ..... viii

DAFTAR TABEL ..... xi

DAFTAR GAMBAR ..... xiii

DAFTAR LAMPIRAN ..... xvi

## BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang ..... 1-1

1.2 Identifikasi Masalah ..... 1-2

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi ..... 1-2

1.4 Perumusan Masalah ..... 1-3

1.5 Tujuan Penelitian ..... 1-3

1.6 Sistematika Penulisan ..... 1-4

## BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran ..... 2-1

2.2 Bauran Pemasaran ..... 2-1

2.3 *Segmentation, Targeting, dan Positioning* ..... 2-3

2.4 Teknik Pengumpulan Data ..... 2-5

2.5 Populasi dan Sampel ..... 2-9

2.5.1 Populasi ..... 2-9

2.5.2 Sampel ..... 2-9

2.6 Teknik *Sampling* ..... 2-11

2.6.1 *Probability Sampling* ..... 2-12

2.6.2 *Nonprobability Sampling* ..... 2-12

2.7	Menentukan Ukuran Sampel .....	2-14
2.8	Skala Pengukuran .....	2-14
2.9	Validitas dan Reliabilitas .....	2-16
2.9.1.	Validitas .....	2-17
2.9.2.	Realibilitas.....	2-19
2.10	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-21
2.11	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-22
2.12	Uji Hipotesis .....	2-25

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	<i>Flowchart</i> .....	3-1
3.2	Keterangan Metodologi Penelitian.....	3-5
3.2.1	Penelitian Pendahuluan .....	3-5
3.2.2	Identifikasi Masalah .....	3-5
3.2.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-5
3.2.4	Perumusan Masalah.....	3-6
3.2.5	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.6	Studi Pustaka .....	3-7
3.2.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.2.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	3-10
3.2.9	Pengujian Validitas Konstruk.....	3-11
3.2.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.2.11	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.2.12	Revisi Kuesioner Penelitian .....	3-12
3.2.13	Menentukan Teknik <i>Sampling</i> .....	3-12
3.2.14	Menentukan Jumlah Sampel .....	3-13
3.2.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.16	Pengujian Validitas .....	3-14
3.2.17	Pengujian Reliabilitas.....	3-14
3.2.18	Pengolahan Data.....	3-16
3.2.19	Analisis dan Usulan.....	3-21
3.2.20	Kesimpulan dan Saran.....	3-22

## **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1 Data Umum Perusahaan .....	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.1 Hasil Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-4
4.3.1 Ringkasan Kuesioner Penelitian .....	4-4
4.3.1.1 Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	4-4
4.3.1.2 Kuesioner Penelitian Bagian 2.....	4-9

## **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1. Hasil Uji Validitas Konstruksi .....	5-1
5.2 Hail Kuesioner Penelitian .....	5-1
5.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	5-5
5.3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-6
5.3.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-8
5.4 Pengujian <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-10
5.5 Pengujian <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-19
5.6 Pengujian Hipotesis.....	5-26
5.7 Analisis <i>Correspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis Kepuasan .....	5-30
5.8 Pengolahan Data <i>Segmentation, targeting, dan Positioning</i> .....	5-33
5.8.1 Segmentasi .....	5-33
5.8.2 Profil Konsumen .....	5-33
5.8.3 <i>Targetting</i> .....	5-46
5.8.4 <i>Positioning</i> .....	5-47
5.9 Usulan .....	5-48

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1. Kesimpulan .....	6-1
6.2. Saran.....	6-12

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DATA RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Variabel Penelitian	3-8
3.2	Variabel Penelitian Berdasarkan Segmentasi	3-9
3.3	Rangkuman Hasil CA, IPA, dan Uji Hipotesis	3-21
4.1	Ringkasan Data Pesaing Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3	Segmentasi Berdasarkan Usia	4-4
4.4	Segmentasi Berdasarkan Pekerjaan	4-5
4.5	Segmentasi Berdasarkan Pengeluaran per Orang	4-5
4.6	Segmentasi Berdasarkan Tempat Tinggal	4-5
4.7	Segmentasi Berdasarkan Perolehan Informasi Kedai	4-6
4.8	Segmentasi Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	4-6
4.9	Segmentasi Berdasarkan Tujuan Makan	4-6
4.10	Segmentasi Berdasarkan Hari Kedatangan	4-6
4.11	Segmentasi Berdasarkan Menu Favorit	4-7
4.12	Segmentasi Berdasarkan Teman Makan	4-7
4.13	Segmentasi Berdasarkan Jenis Sate yang Disukai	4-7
4.14	Segmentasi Berdasarkan Media Sosial yang Sering Digunakan	4-8
4.15	Segmentasi Berdasarkan Pengganti Nasi Putih yang Disukai	4-8
4.16	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	4-9
4.17	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	4-10
4.18	Hasil Kuesioner Penelitian Peringkat	4-11
5.1	Hasil Data Pesaing Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Hasil Variabel Kuesioner Pendahuluan	5-3
5.3	Variabel yang Dianggap Penting	5-4
5.4	Variabel yang Dianggap Penting (Lanjutan)	5-5
5.5	Variabel yang Dianggap Tidak Penting	5-5

5.6	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.8	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-9
5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-10
5.10	Ringkasan Peringkat	5-10
5.11	Hasil Perhitungan Jarak	5-15
5.12	Hasil <i>Ranking CA</i>	5-16
5.13	Keunggulan Setiap Kedai	5-17
5.14	Peringkat Untuk Kedai X	5-18
5.15	Nilai $\bar{X}$ dan $\bar{X}$ Tingkat Kinerja	5-20
5.16	Nilai $\bar{Y}$ dan $\bar{Y}$ Tingkat Kepentingan	5-21
5.17	Tabel Keterangan Diagram	5-23
5.18	Variabel-variabel Kuadran 1	5-24
5.19	Variabel-variabel Kuadran 2	5-25
5.20	Variabel-variabel Kuadran 3	5-25
5.21	Variabel-variabel Kuadran 4	5-26
5.22	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	5-28
5.23	Skala Prioritas Perbaikan	5-31
5.24	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-32
5.25	Rangkuman <i>Segmentation</i>	5-44
5.26	Rangkuman <i>Segmentation</i> (Lanjutan)	5-45
5.27	Rangkuman <i>Targetting</i>	5-46

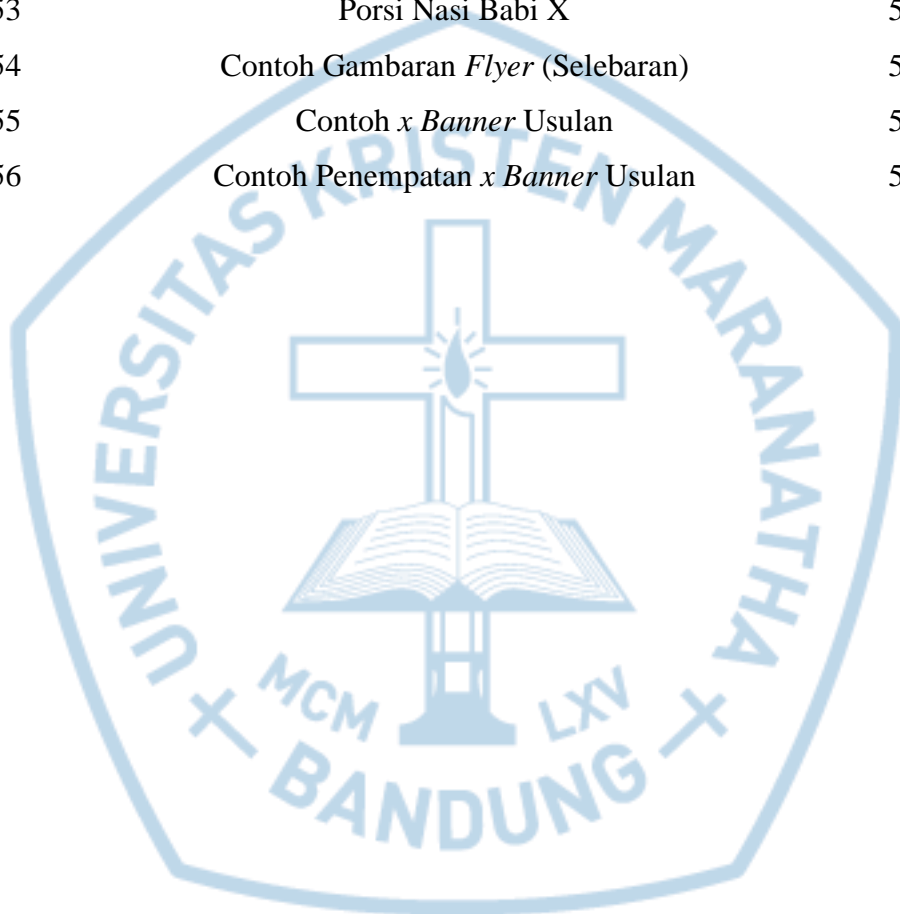
## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penurunan Penjualan Kedai X	1-2
2.1	<i>Teknik Sampling</i>	2-11
2.2	<i>Diagram Cartesius</i>	2-24
2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-26
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (1)	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (2)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (3)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (4)	3-4
3.2	<i>Diagram Cartesius</i>	3-17
3.3	Wilayah Kritis Uji Z	3-19
5.1	<i>Pie Chart</i> Pesaing	5-2
5.2	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-12
5.3	Contoh Perhitungan Jarak Pada Grafik CA Variabel Nomor 1	5-14
5.4	<i>Diagram Cartesius Importance Performance Analysis</i>	5-22
5.5	Grafik Uji Hipotesis	5-29
5.6	<i>Pie Chart</i> Usia	5-33
5.7	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-34
5.8	<i>Pie Chart</i> Pengeluaran per Orang	5-35
5.9	<i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-35
5.10	<i>Pie Chart</i> Perolehan Informasi Kedai	5-36
5.11	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Kedatangan	5-37
5.12	<i>Pie Chart</i> Tujuan Makan	5-38
5.13	<i>Pie Chart</i> Hari Kedatangan	5-39
5.14	<i>Pie Chart</i> Menu Favorit	5-40
5.15	<i>Pie Chart</i> Teman Makan	5-41

5.16	<i>Pie Chart</i> Jenis Sate yang Disukai	5-41
5.17	<i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Sering Digunakan	5-42
5.18	<i>Pie Chart</i> Pengganti Nasi Putih yang Disukai	5-43
5.19	Penggunaan Wadah Penyajian Sate Di Kedai X (1)	5-51
5.20	Penggunaan Wadah Penyajian Sate Di Kedai X (2)	5-51
5.21	Penggunaan Wadah Penyajian Sate Di Kedai Kunkun	5-52
5.22	Penggunaan Wadah Penyajian Sate Di Kedai Kencana	5-52
5.23	Wadah Penyajian Sate Usulan	5-53
5.24	Wadah Piring Penyajian Makanan Usulan	5-53
5.25	Nasi Babi Kencana	5-54
5.26	Nasi Babi Kunkun	5-55
5.27	Nasi Babi X	5-55
5.28	Sate X	5-55
5.29	Sate Kunkun	5-56
5.30	Nasi Babi X	5-62
5.31	Nasi Babi Kencana	5-63
5.32	Nasi Babi Kunkun	5-63
5.33	Bungkus Sate Kedai X	5-65
5.34	<i>Box</i> Kardus	5-65
5.35	<i>Box</i> Plastik	5-66
5.36	Dapur Kedai X	5-67
5.37	Kedai X	5-68
5.38	Kedai Kunkun	5-68
5.39	Kedai Kencana	5-69
5.40	Contoh Lampu Gantung Usulan	5-70
5.41	Contoh Lampu Sorot Usulan	5-70
5.42	Papan Reklame Kedai X	5-73
5.43	Papan Reklame Kedai Kunkun	5-73
5.44	Papan Reklame Kedai Kencana	5-74
5.45	Penggunaan <i>Electronic Data Capture</i> (EDC) di Kedai Kencana	5-76



5.46	Alat Usulan	5-76
5.47	Tampilan Media Sosial Kedai X	5-79
5.48	Tampilan Media Sosial Kedai Kencana	5-79
5.49	Menu Kedai X	5-80
5.50	Menu Kedai Kencana	5-80
5.51	Menu Kedai Kunkun	5-81
5.52	Porsi Nasi Babi Kencana	5-82
5.53	Porsi Nasi Babi X	5-82
5.54	Contoh Gambaran <i>Flyer</i> (Selebaran)	5-89
5.55	Contoh <i>x Banner</i> Usulan	5-89
5.56	Contoh Penempatan <i>x Banner</i> Usulan	5-90



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
	Kuesioener Pendahuluan	L-1
	Kuesioner Penelitian	L-3
	Pengolahan SPSS	L-7
	Tabel r	L-19
	Tabel Z	L-20

