

ABSTRAK

Top Chick yang berlokasi di Jalan Surya Sumantri no.48 berdiri sejak Bulan Februari 2008. Masalah yang dihadapi *Top Chick* adalah tidak tercapainya target penjualan sejak Bulan Maret 2017 hingga Bulan September 2017 dengan rata-rata persentase pencapaian target penjualan hanya sebesar 67,05% (khusus ayam goreng tepung). Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan prioritas perbaikan kinerja *Top Chick* terhadap harapan konsumen dalam memilih ayam goreng tepung; mengetahui keunggulan dan kelemahan *Top Chick* dibandingkan pesaing; mengetahui faktor-faktor yang dianggap puas dan tidak puas oleh konsumen *Top Chick* terhadap pelayanan yang diberikan *Top Chick*; menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh *Top Chick*; dan menentukan upaya-upaya strategi bauran pemasaran yang dapat dilakukan oleh *Top Chick* agar target penjualan tercapai.

Variabel penelitian dibuat menggunakan konsep bauran pemasaran berjumlah 38 variabel untuk menyusun kuesioner pendahuluan. Kuesioner pendahuluan (untuk mengetahui variabel bauran pemasaran apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih ayam goreng tepung dan untuk mengetahui siapakah pesaing *Top Chick*) disebarakan sebanyak 30 buah kepada responden yang pernah merasakan ayam goreng tepung dan pernah merasakan ayam goreng tepung di *Top Chick* dan di salah satu ayam goreng tepung selain *Top Chick*. Kuesioner penelitian yang dibuat berdasarkan kuesioner pendahuluan (untuk mengetahui profil konsumen; mengetahui apakah tingkat kinerja *Top Chick* sudah memenuhi harapan konsumen atau belum; dan mengetahui keunggulan dan kelemahan *Top Chick* dibandingkan pesaingnya) disebarakan sebanyak 110 buah kepada responden yang pernah datang, membeli, merasakan ayam goreng tepung, dan pernah menggunakan fasilitas *delivery* makanan di *Top Chick* dan di pesaing *Top Chick*.

Metode yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis* (untuk menentukan prioritas perbaikan kinerja *Top Chick* terhadap harapan konsumen dalam memilih ayam goreng tepung) dengan hasil kuadran 1 (8 variabel diperbaiki), kuadran 3 (2 variabel diperbaiki), kuadran 2 (20 variabel dipertahankan), dan kuadran 4 (6 variabel dipertahankan); *Correspondence Analysis* (untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan *Top Chick* dibandingkan pesaing) dengan hasil 18 variabel unggul dan 18 variabel tertinggal; dan uji hipotesis (untuk mengetahui variabel bauran pemasaran apa saja yang memuaskan dan tidak memuaskan konsumen) dengan hasil 24 variabel memuaskan konsumen dan 12 variabel tidak memuaskan konsumen.

Target pasar yang dituju *Top Chick* adalah mahasiswa yang bertempat tinggal di Babakan Jeruk dan suka menggunakan fasilitas *delivery* makanan dari *Top Chick*. *Positioning Top Chick* yang tepat yaitu “**ayam goreng tepung yang variatif, inovatif, dan super yummy**”

Pada analisis gabungan *Correspondence Analysis*, *Importance Performance Analysis*, dan uji hipotesis didapatkan 36 variabel yang perlu diperbaiki diantaranya lokasi penjualan dekat dengan jalur transportasi umum (gerobak motor ayam goreng tepung berdesain kekar, tangguh, dan berjiwa muda).

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-5
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-6
1.4 Perumusan Masalah	1-6
1.5 Tujuan Penelitian	1-6
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	2-1
2.2.1 <i>Product</i> (Produk)	2-1
2.2.2 <i>Price</i> (Harga)	2-2
2.2.3 <i>Place</i> (Tempat)	2-2
2.2.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	2-3
2.2.5 <i>People</i> (Orang)	2-3
2.2.6 <i>Process</i> (Proses)	2-3
2.2.7 <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)	2-3
2.3 Strategi Pemasaran	2-3
2.3.1 Segmentasi.....	2-4

2.3.2	<i>Targeting</i>	2-5
2.3.3	<i>Positioning</i>	2-6
2.4	Metode dan Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.4.1	<i>Interview</i> (Wawancara).....	2-8
2.4.2	Metode dengan menggunakan pertanyaan (Kuesioner)	2-10
2.5	Populasi dan Sampel	2-11
2.5.1	Populasi	2-11
2.5.2	Sampel	2-12
2.6	Teknik <i>Sampling</i>	2-12
2.7	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-15
2.8	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-15
2.8.1	Skala Pengukuran	2-15
2.8.1.1	Teknik Skala Pengukuran.....	2-16
2.8.2	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-19
2.9	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-20
2.9.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-20
2.9.2	Pengujian Reliabilitas	2-23
2.10	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-24
2.11	<i>Correspondence Analysis</i>	2-27
2.12	Uji Hipotesis.....	2-27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-5
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-1
4.2	Kuesioner	4-3
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.2	Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.2.2.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-5

4.2.2.2 Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-13
---	------

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian	5-3
5.2.1 Uji Validasi.....	5-3
5.2.2 Uji Reliabilitas.....	5-6
5.2.3 Data Profil Responden.....	5-8
5.2.3.1 Segmentasi.....	5-8
5.2.3.2 Targeting	5-32
5.3 <i>Importance Performance Analysis</i>	5-32
5.3.1 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	5-39
5.4 <i>Correspondence Analysis</i>	5-41
5.4.1 Analisis <i>Correspondence Analysis</i>	5-49
5.5 Uji Hipotesis.....	5-51
5.5.1 Analisis Uji Hipotesis.....	5-56
5.6 Analisis Gabungan <i>Corresponden Analysis, Importance Performance Analysis</i> , dan Uji Hipotesis	5-56
5.7 <i>Positioning</i>	5-57
5.8 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-58

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-14

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pencapaian Target Penjualan Khusus Ayam Goreng Tepung di <i>Top Chick</i> dari Bulan Januari 2017 sampai Bulan September 2017	1-3
1.2	Persentase Pencapaian Target Penjualan Khusus Ayam Goreng Tepung di <i>Top Chick</i> yang Tidak Tercapai Sejak Bulan Maret 2017 hingga Bulan September 2017	1-4
2.1	Contoh Skala <i>Likert</i>	2-17
2.2	Contoh Skala <i>Semantic Differensial</i>	2-18
2.3	Contoh <i>Rating Scale</i>	2-19
3.1	Variabel Penelitian	3-8
3.1	Variabel Penelitian (Lanjutan)	3-9
3.2	<i>Input</i> Data Tingkat Kepentingan	3-20
3.3	<i>Input</i> Data Tingkat Kinerja	3-21
3.4	Rata-rata Setiap Variabel Bauran Pemasaran pada Tingkat Kepentingan	3-21
3.5	Rata-rata Setiap Variabel Bauran Pemasaran pada Tingkat Kinerja	3-22
3.6	Rata-rata dari Rata-rata Setiap Variabel Bauran Pemasaran pada Tingkat Kepentingan	3-23
3.7	Rata-rata dari Rata-rata Setiap Variabel Bauran Pemasaran pada Tingkat Kinerja	3-23
3.8	<i>Input</i> Data Peringkat Keunggulan <i>Top Chick</i> dibandingkan Pesaing <i>Top Chick</i>	3-25
3.9	Jumlah yang Unggul dan yang Tertinggal Setiap Variabel Bauran Pemasaran	3-25
3.10	Jumlah Bobot yang Unggul dan yang Tertinggal	3-26
3.11	<i>Input</i> Data Tingkat Kepentingan atau Harapan Konsumen Dalam Memilih Ayam Goreng Tepung	3-28

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.12	<i>Input Data Tingkat Kinerja Top Chick</i>	3-29
3.13	Perhitungan Uji Hipotesis	3-29
3.14	Kesimpulan Uji Hipotesis	3-32
3.15	Prioritas Perbaikan	3-38
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-4
4.2	Ringkasan Hasil Penentuan Pesaing <i>Top Chick</i> pada Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.3	Ringkasan Tanggal Lahir	4-5
4.4	Ringkasan Pekerjaan	4-5
4.5	Ringkasan Uang Saku	4-5
4.6	Ringkasan Penghasilan	4-6
4.7	Ringkasan Lokasi Tempat Tinggal	4-6
4.8	Ringkasan Alasan Utama Memilih <i>Top Chick</i>	4-6
4.9	Ringkasan Pengetahuan Adanya <i>Top Chick</i>	4-7
4.10	Ringkasan Media Sosial yang Paling Sering digunakan	4-7
4.11	Ringkasan Seringnya Memesan Makanan di <i>Top Chick</i> Melalui Fasilitas <i>Delivery</i> Maupun Makan Langsung	4-7
4.12	Ringkasan Waktu Konsumen Mencari Makan	4-8
4.13	Ringkasan Waktu Kunjungan ke <i>Top Chick</i>	4-8
4.14	Ringkasan Pengeluaran Saat Membeli Makanan di <i>Top Chick</i>	4-8
4.15	Ringkasan Kesukaan Saat Membeli Makanan di <i>Top Chick</i>	4-8
4.16	Ringkasan Menu Makanan yang Sering dipesan	4-9
4.17	Ringkasan Kesukaan Jenis Tepung	4-9
4.18	Ringkasan Cemilan yang disukai untuk dijadikan Menu Baru	4-9

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.19	Ringkasan Kesukaan Bumbu Pelengkap Berbentuk Bubuk	4-10
4.20	Ringkasan Kesukaan Bumbu Pelengkap Berbentuk Cair	4-10
4.21	Ringkasan Kesukaan Terhadap Bebek Goreng Tepung	4-10
4.22	Ringkasan Kesukaan Terhadap <i>Fillet</i> Ayam Goreng Tepung dengan Isian dan Bumbu Pelengkap	4-11
4.23	Ringkasan Kesukaan Terhadap <i>Fillet</i> Bebek Goreng Tepung dengan Isian dan Bumbu Pelengkap	4-11
4.24	Ringkasan Kesukaan Pengganti Nasi Putih	4-11
4.25	Ringkasan Menu Minuman yang Sering dipesan	4-12
4.26	Ringkasan Kesukaan Buah	4-12
4.27	Ringkasan Kesukaan Sayuran	4-12
4.28	Ringkasan Kesukaan Buah dan Sayuran yang di <i>Mix</i> Menjadi Minuman Sehat	4-13
4.29	Ringkasan Kesukaan <i>Topping</i> Minuman	4-13
4.30	Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Tingkat Kepentingan)	4-14
4.31	Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Tingkat Kinerja)	4-15
4.32	Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Keunggulan)	4-16
5.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	5-2
5.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Pesaing)	5-3
5.3	Ringkasan Hasil Validasi Tingkat Kepentingan	5-4
5.4	Ringkasan Hasil Validasi Tingkat Kinerja	5-5
5.5	Tingkat Kepentingan	5-32
5.5	Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	5-33

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.6	Tingkat Kinerja	5-33
5.6	Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-34
5.7	Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan (Y) dan Tingkat Kinerja (X)	5-35
5.8	Ringkasan Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	5-38
5.9	Kuadran I <i>Importance Performance Analysis</i>	5-39
5.10	Kuadran III <i>Importance Performance Analysis</i>	5-39
5.11	Kuadran II <i>Importance Performance Analysis</i>	5-40
5.12	Kuadran IV <i>Importance Performance Analysis</i>	5-41
5.13	Rangkuman Jumlah yang Unggul dan Tertinggal pada Masing-masing Ayam Goreng Tepung untuk Setiap Variabel Bauran Pemasaran	5-41
5.13	Rangkuman Jumlah yang Unggul dan Tertinggal pada Masing-masing Ayam Goreng Tepung untuk Setiap Variabel Bauran Pemasaran (Lanjutan)	5-42
5.14	Rangkuman Pembobotan Jumlah yang Unggul dan Tertinggal pada Masingmasing Ayam Goreng Tepung untuk Variabel Bauran Pemasaran	5-42
5.14	Rangkuman Pembobotan Jumlah yang Unggul dan Tertinggal pada Masingmasing Ayam Goreng Tepung untuk Variabel Bauran Pemasaran (Lanjutan)	5-43
5.15	Rangkuman Jarak Masing-masing Variabel Bauran Pemasaran Menuju Titik A (<i>Sabana</i>) dan Titik C (<i>Top Chick</i>)	5-47
5.16	Hasil <i>Correspondence Analysis</i> (CA) Ayam Goreng Tepung	5-48
5.17	Keunggulan <i>Top Chick</i> dan <i>Sabana</i>	5-49
5.17	Keunggulan <i>Top Chick</i> dan <i>Sabana</i> (Lanjutan)	5-50

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.18	Keunggulan Setiap Variabel Bauran Pemasaran Ayam Goreng Tepung <i>Top Chick</i>	5-50
5.18	Keunggulan Setiap Variabel Bauran Pemasaran Ayam Goreng Tepung <i>Top Chick</i> (Lanjutan)	5-50
5.19	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	5-51
5.19	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis (Lanjutan)	5-52
5.20	Prioritas Perbaikan	5-56
5.20	Prioritas Perbaikan (Lanjutan)	5-57



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pencapaian Target Penjualan Khusus Ayam Goreng Tepung per Bulan dari Bulan Januari 2017 sampai Bulan September 2017	1-3
2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-12
2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-26
2.3	Kurva Normal Uji Satu Arah Pihak Kanan	2-29
2.4	Kurva Normal Uji Satu Arah Pihak Kiri	2-30
2.5	Kurva Normal Uji Dua Arah	2-30
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-4
3.2	Denah Peta Pencarian Pesaing <i>Top Chick</i> Radius 350 Meter (Skala 1 : 5.000)	3-12
3.3	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	3-24
3.4	<i>Perceptual Maps</i>	3-27
3.5	Wilayah Kritis	3-31
3.6	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	3-34
3.7	<i>Perceptual Maps</i>	3-35
4.1	Struktur Organisasi <i>Top Chick</i>	4-2
5.1	Cara Membaca Tabel R	5-6
5.2	Ringkasan Hasil Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.3	Ringkasan Hasil Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-7
5.4	Persentase Tanggal Lahir	5-8
5.5	Persentase Pekerjaan	5-9
5.6	Persentase Uang Saku	5-9
5.7	Persentase Penghasilan	5-10
5.8	Persentase Lokasi Tempat Tinggal	5-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.9	Persentase Alasan Utama Memilih <i>Top Chick</i>	5-12
5.10	Persentase Pengetahuan Adanya <i>Top Chick</i>	5-13
5.11	Persentase Media Sosial yang Paling Sering digunakan	5-14
5.12	Persentase Seringnya Memesan Makanan di <i>Top Chick</i> Melalui Fasilitas <i>Delivery</i> Maupun Makan Langsung	5-15
5.13	Persentase Waktu Konsumen Mencari Makan	5-16
5.14	Persentase Waktu Kunjungan ke <i>Top Chick</i>	5-17
5.15	Persentase Pengeluaran Saat Membeli Makanan di <i>Top Chick</i>	5-17
5.16	Persentase Kesukaan Saat Membeli Makanan di <i>Top Chick</i>	5-18
5.17	Persentase Menu Makanan yang Sering dipesan	5-19
5.18	Persentase Kesukaan Jenis Tepung	5-20
5.19	Persentase Cemilan yang disukai untuk dijadikan Menu Baru	5-20
5.20	Persentase Kesukaan Bumbu Pelengkap Berbentuk Bubuk	5-21
5.21	Persentase Kesukaan Bumbu Pelengkap Berbentuk Cair	5-22
5.22	Persentase Kesukaan Terhadap Bebek Goreng Tepung	5-23
5.23	Persentase Kesukaan Terhadap <i>Fillet</i> Ayam Goreng Tepung dengan Isian dan Bumbu Pelengkap	5-24
5.24	Persentase Kesukaan Terhadap <i>Fillet</i> Bebek Goreng Tepung dengan Isian dan Bumbu Pelengkap	5-25
5.25	Persentase Kesukaan Pengganti Nasi Putih	5-26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.26	Persentase Menu Minuman yang Sering dipesan	5-27
5.27	Persentase Kesukaan Buah	5-28
5.28	Persentase Kesukaan Sayuran	5-29
5.29	Persentase Kesukaan Buah dan Sayuran yang di <i>Mix</i> Menjadi Minuman Sehat	5-30
5.30	Persentase Kesukaan <i>Topping</i> Minuman	5-31
5.31	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	5-37
5.32	Peta Posisi	5-44
5.33	Wilayah Kritis Uji Hipotesis	5-55
5.34	Denah <i>Top Chick</i> di Kost Gratia (Skala 1:100)	5-59
5.35	Gerobak Motor Ayam Goreng Tepung Sisi Depan	5-60
5.36	Gerobak Motor Ayam Goreng Tepung Sisi Samping	5-60
5.37	<i>Packaging</i> Makanan <i>Top Chick</i>	5-61
5.38	<i>Packaging</i> Makanan Sabana Bentuk Karton Balok	5-61
5.39	<i>Packaging</i> Makanan Sabana Bentuk Bungkusan Kertas	5-62
5.40	Contoh Desain <i>Packaging</i> Makanan Baru untuk <i>Top Chick</i>	5-62
5.41	Spanduk <i>Top Chick</i>	6-63
5.42	Spanduk <i>Sabana</i> Bagian Depan	6-64
5.43	Spanduk <i>Sabana</i> Bagian Samping	5-64
5.44	Desain Spanduk <i>Top Chick</i>	5-67
5.45	Desain Spanduk <i>Sabana</i>	5-67
5.46	Desain Usulan Spanduk <i>Top Chick</i>	5-68
5.47	Kertas Nasi	5-71
5.48	Kamera <i>CCTV</i>	5-77
5.49	Alat Pel	5-79
5.50	Daftar Menu <i>Top Chick</i>	5-83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.51	Daftar Menu Usulan <i>Top Chick</i> (Makanan)	5-84
5.52	Daftar Menu Usulan <i>Top Chick</i> (Minuman)	5-85
5.53	Saset Saos Tomat/Saos Sambal Ukuran Standar (Berat Bersih 9 Gram)	5-89
5.54	Saset Saos Tomat/Saos Sambal Ukuran Besar (Berat Bersih 20 Gram)	5-90



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	JUDUL	HALAMAN
1	Lembar Komentar Seminar Proposal	L1-1
2	Form Hasil Validitas Konstruksi	L2-1
3	Kuesioner	L3-1
4	Rekapitulasi Data Kuesioner	L4-1
5	Tabel Z	L5-1
6	Tabel R	L6-1
7	<i>Output SPSS</i>	L7-1
8	Lembar Komentar Seminar Isi	L8-1
9	Lembar Komentar Sidang	L9-1

