

ABSTRAK

Ciwa Café terletak di Cilegon Business Square, Banten. Ciwa Café berdiri pada bulan Februari 2012. Ciwa Café mengalami penurunan omzet dari tahun 2012 hingga 2016 sebesar 75%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih café, mengetahui *Segmentation, Targeting, Positioning* Ciwa Café, mengetahui keunggulan dan kelemahan dari Ciwa Café terhadap pesaing café lainnya, mengetahui kinerja Ciwa Café, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Ciwa Café, mengetahui strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Ciwa Café agar dapat meningkatkan omzet penjualan dan dapat bersaing dengan pesaing café lainnya. Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, pengamatan langsung, penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian.

Kuesioner pendahuluan berisi tentang atribut-atribut yang penting dalam pemilihan café berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) serta mengetahui pesaing dari Ciwa Café. Dari hasil kuesioner pendahuluan, diperoleh variabel yang dipentingkan sebanyak 50 variabel dari 55 variabel dan pesaing utama bagi Ciwa Café adalah Campina Café. Kuesioner penelitian terdiri 2 bagian. Bagian pertama berisi tentang pertanyaan segmentasi untuk mengetahui profil konsumen. Bagian kedua adalah mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari Ciwa Café serta keunggulan café dengan cara memberikan *rank* terhadap setiap variabel di setiap masing-masing café.

Bagian untuk tingkat keunggulan/ pemberian peringkat untuk masing-masing café diolah dengan *Correspondence Analysis* (CA) yang bertujuan untuk melihat tingkat keunggulan dari setiap variabel Ciwa Café dengan pesaing. Hasil CA adalah 35 variabel unggul dan 15 variabel tidak unggul. Bagian untuk tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) yang bertujuan untuk melihat prioritas perbaikan terhadap setiap variabel. Hasil IPA terdapat 3 variabel untuk fokus perbaikan utama (Kuadran I), 26 variabel untuk fokus perbaikan ketiga (Kuadran II), 12 variabel untuk fokus perbaikan kedua (Kuadran III), dan 9 variabel untuk fokus perbaikan keempat (Kuadran IV). Kemudian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan Uji Hipotesis untuk melihat puas/ tidak puasnya konsumen terhadap variabel tersebut. Hasil Uji Hipotesis yang puas sebanyak 39 variabel dan tidak puas sebanyak 11 variabel.

Target dari Ciwa Café adalah mahasiswa/i dengan umur 23-28 tahun dengan uang makan sebesar Rp. 1.000.000-Rp. 1.500.000. Dari hasil analisa gabungan didapatkan *Positioning* untuk Ciwa Café antara lain keanekaragaman jenis makanan dan minuman yang disediakan, desain interior baik, serta banyak jenis permainan yang tersedia. Usulan utama yang diberikan ke Ciwa Café adalah menawarkan harga makanan dan minuman yang murah dan kemurahan harga jika dibandingkan dengan pesaing. Selain itu porsi makanan/ minuman yang ditawarkan sesuai dengan harganya Ciwa Café juga membuat slogan “Suasana Nyaman dan Tidak Membosankan, Makanan/ Minuman Banyak Pilihan”

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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.....	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-5
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-5
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-6
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-6
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.5 Populasi dan Sampel	2-10
2.5.1 Populasi.....	2-10
2.5.2 Sampel.....	2-10
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-10

2.7	Teknik <i>Sampling</i>	2-11
2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-11
2.7.2	<i>Non-probability sampling</i>	2-12
2.8	Skala Pengukuran	2-13
2.9	Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-17
2.11	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-17
2.11.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-17
2.11.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-19
2.12	<i>Correspondence Analysis</i>	2-20
2.13	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	2-21
2.14	Uji Hipotesis	2-24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Mulai	3-4
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.3	Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.4	Identifikasi Masalah.....	3-4
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.6	Perumusan Masalah	3-5
3.7	Tujuan penelitian	3-5
3.8	Penentuan Metode Pengumpulan Data	3-6
3.9	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-12
3.11	Pengujian Validitas Konstruk	3-14
3.12	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
3.13	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-15
3.14	Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-16
3.16	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-17
3.17	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	3-18

3.18 Pengolahan Data	3-19
3.19 Menganalisis Hasil Pengolahan Data.....	3-23
3.20 Memberikan Usulan.....	3-24
3.21 Kesimpulan dan Saran	3-24
3.22 Selesai	3-25

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
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-2
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.3 Kuesioner Penelitian	4-7
4.3.1 Kuesioner Penelitian Bagian I.....	4-7
4.3.2 Kuesioner Penelitian Bagian II	4-13

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1 Validitas Konstruk	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3 Variabel Penelitian yang Terpilih	5-4
5.4 Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih.....	5-5
5.5 Penentuan Pesaing	5-5
5.6 Pengujian Validitas dan Reabilitas	5-6
5.7 Hasil Pengolahan Data Profil Responden	5-13
5.8 <i>Targeting</i>	5-32
5.9 Tingkat Kepentingan.....	5-34
5.10 Tingkat Kinerja	5-36
5.11 <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-37
5.12 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-44
5.13 Uji Hipotesis	5-50

5.14 Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis	5-54
5.15 <i>Positioning</i>	5-57
5.16 Usulan	5-59

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-12

DAFTAR PUSTAKA

xviii

LAMPIRAN

DATA PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Omzet Ciwa Café	1-2
Tabel 3.1	Tabel Hubungan Antar Metode	3-23
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-5
Tabel 4.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan 1)	4-6
Tabel 4.3	Data Pesaing	4-6
Tabel 4.4	Jenis Kelamin	4-7
Tabel 4.5	Usia	4-7
Tabel 4.6	Jenis Pekerjaan	4-8
Tabel 4.7	Lokasi Tempat Tinggal	4-8
Tabel 4.8	Uang Makan Siswa/ Mahasiswa/I dalam Sebulan	4-8
Tabel 4.9	Penghasilan Seorang Pekerja	4-8
Tabel 4.10	Pengeluaran Konsumen ketika di Ciwa Café	4-9
Tabel 4.11	Konsumen Berkunjung ke Ciwa Café	4-9
Tabel 4.12	Pengetahuan Keberadaan Ciwa Café	4-9
Tabel 4.13	Tujuan ke Ciwa Café	4-9
Tabel 4.14	Berkunjung ke Ciwa Café Bersama	4-10
Tabel 4.15	Hari Berkunjung ke Ciwa Café	4-10
Tabel 4.16	Waktu Kunjungan di Ciwa Café	4-10
Tabel 4.17	Lamanya Waktu Berkunjung (makan/minum) di Ciwa Café	4-10
Tabel 4.18	Jenis Makanan yang Sering dibeli Konsumen di Ciwa Café	4-11
Tabel 4.19	Jenis Minuman yang Sering dibeli Konsumen di Ciwa Café	4-11
Tabel 4.20	Fasilitas yang Sering digunakan Konsumen di Ciwa Café	4-11
Tabel 4.21	Permainan yang Sering digunakan Konsumen di Ciwa Café	4-11
Tabel 4.22	Media Sosial yang Sering digunakan	4-12
Tabel 4.23	Jenis Musik yang disukai	4-12
Tabel 4.24	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja)	4-13
Tabel 4.25	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Peringkat Keunggulan)	4-14

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Persentase	5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Persentase (Lanjutan 1)	5-3
Tabel 5.3	Hasil Pengolahan Persentase Yang Diterima	5-4
Tabel 5.4	Hasil Pengolahan Persentase Yang Ditolak	5-5
Tabel 5.5	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-8
Tabel 5.6	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-11
Tabel 5.7	Perhitungan Tingkat Kepentingan Tiap Atribut	5-34
Tabel 5.8	Contoh Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-35
Tabel 5.9	Perhitungan Tingkat Kinerja Tiap Atribut	5-36
Tabel 5.10	Contoh Perhitungan Tingkat Kinerja	5-37
Tabel 5.11	Hasil Peringkat Keunggulan Tiap Variabel Café	5-38
Tabel 5.12	Hasil Perhitungan Jarak Metode <i>Correspondence Analysis</i>	5-42
Tabel 5.13	Variabel-Variabel Keunggulan dari Ciwa Café	5-43
Tabel 5.14	Variabel-Variabel Tidak Unggul dari Ciwa Café	5-44
Tabel 5.15	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-45
Tabel 5.16	Variabel-variabel Kuadran I	5-47
Tabel 5.17	Variabel-variabel Kuadran II	5-48
Tabel 5.18	Variabel-variabel Kuadran III	5-49
Tabel 5.19	Variabel-variabel Kuadran IV	5-49
Tabel 5.20	Hasil Uji Hipotesis	5-51
Tabel 5.21	Variabel-variabel Konsumen Puas terhadap Ciwa Café	5-52
Tabel 5.22	Variabel-variabel Konsumen Tidak Puas	5-53
Tabel 5.23	Hasil Analisa Gabungan (Tidak Unggul)	5-54
Tabel 5.24	Hasil Analisa Gabungan (Unggul)	5-55
Tabel 5.25	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-56

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Omzet Ciwa Café	1-2
Gambar 2.1	Skema Teknik <i>Sampling</i>	2-11
Gambar 2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-23
Gambar 2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-25
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
Gambar 3.4	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	3-20
Gambar 3.5	Grafik Wilaya Kritis	3-22
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Ciwa Café	4-1
Gambar 5.1	Café yang Paling Sering Dikunjungi selain Ciwa Cafe	5-5
Gambar 5.2	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-7
Gambar 5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-9
Gambar 5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-10
Gambar 5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-12
Gambar 5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-13
Gambar 5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Usia	5-14
Gambar 5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Pekerjaan	5-15
Gambar 5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Lokasi Tempat Tinggal	5-16
Gambar 5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang Makan Siswa/ Mahasiswa/I dalam Sebulan	5-17
Gambar 5.11	Grafik <i>Pie Chart</i> Penghasilan Seorang Pekerja	5-18
Gambar 5.12	Grafik <i>Pie Chart</i> Pengeluaran Konsumen di Ciwa Café	5-19
Gambar 5.13	Grafik <i>Pie Chart</i> Konsumen Berkunjung ke Ciwa Café	5-20
Gambar 5.14	Grafik <i>Pie Chart</i> Pengetahuan Keberadaan Ciwa Café	5-21
Gambar 5.15	Grafik <i>Pie Chart</i> Tujuan ke Ciwa Café	5-22
Gambar 5.16	Grafik <i>Pie Chart</i> Berkunjung ke Ciwa Café Bersama	5-23
Gambar 5.17	Grafik <i>Pie Chart</i> Hari Berkunjung ke Ciwa Café	5-24

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.18	Grafik <i>Pie Chart</i> Waktu Kunjungan di Ciwa Café	5-25
Gambar 5.19	Grafik <i>Pie Chart</i> Lamanya Waktu Berkunjung (Makan/Minum) di Ciwa Café	5-26
Gambar 5.20	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Makanan yang Sering dibeli Konsumen di Ciwa Café	5-27
Gambar 5.21	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Minuman yang Sering dibeli Konsumen di Ciwa Café	5-28
Gambar 5.22	Grafik <i>Pie Chart</i> Fasilitas yang Sering digunakan Konsumen di Ciwa Café	5-29
Gambar 5.23	Grafik <i>Pie Chart</i> Permainan yang Sering digunakan Konsumen di Ciwa Café	5-30
Gambar 5.24	Grafik <i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Sering digunakan	5-31
Gambar 5.25	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Musik yang disukai	5-32
Gambar 5.26	Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis</i> (CA)	5-40
Gambar 5.27	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Perhitungan Jarak	5-41
Gambar 5.28	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-46
Gambar 5.29	Grafik Wilayah Kritis	5-53
Gambar 5.30	Daftar Menu Makanan dan Minuman di Ciwa Café	5-57
Gambar 5.31	Daftar Menu Makanan dan Minuman di Ciwa Café (Lanjutan 1)	5-58
Gambar 5.32	Desain Ruangan Ciwa Café	5-58
Gambar 5.33	Potongan Harga pada Paket Makanan/ Minuman	5-63
Gambar 5.34	Potongan Harga pada <i>Event-Event</i> Tertentu	5-65
Gambar 5.35	Menu dan Harga Ciwa Cafe	5-66
Gambar 5.36	Menu dan Harga Campina Café	5-66
Gambar 5.37	Ruangan Kapasitas Ciwa Café	5-68
Gambar 5.38	Ruangan Kapasitas Campina Café	5-69
Gambar 5.39	Pencahayaan Ruangan di Ciwa Café	5-70
Gambar 5.40	Pencahayaan Ruangan di Campina Café	5-71

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.41	Daftar Menu Makanan di Ciwa Café	5-73
Gambar 5.42	Daftar Menu Makanan di Campina Café	5-74
Gambar 5.43	Daftar Menu Minuman di Ciwa Café	5-75
Gambar 5.44	Daftar Menu Minuman di Campina Café	5-75
Gambar 5.45	EDC yang digunakan di Ciwa Café	5-79
Gambar 5.46	Jenis Kopi di Ciwa Café	5-93
Gambar 5.47	Jenis Kopi di Campina Café	5-99



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	2
2	Kuesioner Pendahuluan	13
3	Kuesioner Penelitian	15
4	Tabel-tabel	29
5	Berita Acara	32

