

ABSTRAK

Kedai Martabak VIP merupakan salah satu kedai makanan yang berlokasi di Jalan Cihampelas no. 78, Bandung. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah penghasilan yang didapat Kedai Martabak VIP selama 1 Tahun belum mencapai target yang ditetapkan oleh pemilik yaitu sebesar Rp 10.000.000,00/bulan. Penghasilan yang didapat dari bulan September 2016 – Oktober 2017 sekitar Rp 8.300.000,00 – Rp. 9.600.000,00.

Penelitian bertujuan untuk mengetahui faktor ketidakpuasan konsumen, mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan Kedai Martabak VIP, mengetahui *Segmentation*, *Targetting*, dan *Positioning*, mengetahui strategi pemasaran apa yang sebaiknya dilakukan, mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi keunggulan dari kedai Martabak VIP dan memberikan usulan strategi pemasaran yang dapat diterapkan di Kedai Martabak VIP.

Variabel penelitian disusun berdasarkan STP, bauran pemasaran. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 50 responden dan diolah menggunakan persentase. Kuesioner penelitian dibuat berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan dan uji validitas konstruk. Kuesioner penelitian yang berisi pertanyaan tentang profil responden, tingkat kepentingan, dan tingkat kinerja, keunggulan dari kedai Martabak VIP. Kuesioner disebar sebanyak 120 kuesioner dengan metode *purposive sampling* kepada responden yang pernah membeli dan menikmati Martabak VIP dan Legit Group minimal 2 kali dalam 3 bulan terakhir.

Pengolahan data menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) untuk melihat keunggulan dari tiap variabel antara perusahaan yang diteliti dengan perusahaan pesaing, menghasilkan data 21 variabel unggul dan 20 variabel tidak unggul. *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui posisi dari setiap variabel-variabel penelitian berdasarkan persepsi dari responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap variabel penelitian menghasilkan data 11 variabel untuk fokus perbaikan utama (kuadran 2), 9 variabel untuk fokus perbaikan kedua (kuadran 1), 6 variabel untuk fokus perbaikan ketiga (kuadran 3), 15 variabel untuk dipertahankan (kuadran 4). Uji Hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen, menghasilkan data 20 variabel puas dan 21 variabel tidak puas. Hasil dari *targeting* untuk Kedai Martabak VIP yaitu responden yang tinggal di Cihampelas, berusia 31- 40 tahun, yang sudah bekerja, berpenghasilan Rp. 2.900.000 - Rp 4.999.000, anggaran yang disediakan sebesar Rp 30.000 - Rp 39.000, mendapat informasi mengenai Martabak VIP dari teman, varian rasa yang dipilih adalah Martabak Asin Variasi dengan pilihan *Topping Mozzarella*.

Usulan yang diberikan untuk Martabak VIP adalah melakukan penyuluhan terhadap juru masak agar dapat membuat martabak bisa konsisten rasa yang dihasilkan, mengganti kursi tunggu yang dimiliki dengan desain yang memiliki busa sebagai alas duduk, mengganti daftar menu saat ini dengan yang lebih jelas keterangan harga dan pilihan rasanya, melatih pekerja agar dapat mengetahui seluruh menu yang dimiliki agar dapat memberikan info menu yang jelas saat konsumen menanyakan, menyesuaikan harga jual martabak asin dari saat ini.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-4
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-4
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-4
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-5
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 Sampling.....	2-11
2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-12
2.7.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-12
2.8	Tipe Data Berskala.....	2-13
2.9	Skala Pengukuran	2-15
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.11	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-18
2.11.1	Pengujian Validitas Internal	2-18
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal	2-19
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-20
2.13	<i>Correspondence Analysis</i>	2-21
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performasi Pelanggan	2-22
2.15	Uji Hipotesis	2-25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Mulai	3-4
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3	Studi Pustaka.....	3-4
3.4	Identifikasi Masalah	3-5
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.6	Perumusan Masalah.....	3-5
3.7	Tujuan penelitian.....	3-6
3.8	Studi Pustaka	3-6
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	3-8
3.10	Uji Validasi Konstruksi.....	3-10
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.13	Revisi Data Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.14	Penentuan Jumlah Sampel	3-12
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.16	Pengujian Validitas Kuesioner	3-13
3.17	Pengujian Reliabilitas Kuesioner	3-14

3.18	Pengumpulan Data	3-15
3.19	Pengolahan Data dan Analisis	3-16
3.19.1	Metode <i>Coresspondence Analysis</i>	3-16
3.19.2	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	3-16
3.19.3	Metode Uji Hipotesis.....	3-17
3.20	Analisis Hasil Pengolahan Data	3-18
3.21	Usulan.....	3-20
3.22	Kesimpulan dan Saran.....	3-26
3.23	Selesai.....	3-26
 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.....	4-2
4.1.3	<i>Job Description</i>	4-2
4.2	Uji Validitas Konstruk.....	4-3
4.3	Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.4	Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.3.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-5
4.3.2	Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-9
4.3.3	Kuesioner Penelitian Bagian 3	4-10
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-3
5.3	Analisis dan Usulan Gabungan	5-35
5.4	Analisis <i>Positioning</i>	5-36
5.5	Usulan.....	5-53
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-15



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Tabel Pendapatan	1-2
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-7
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	3-8
Tabel 3.2	Analisis Gabungan	3-20
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-5
Tabel 4.3	Jenis Kelamin Responden	4-5
Tabel 4.4	Usia Responden	4-6
Tabel 4.5	Tempat Tinggal Responden	4-6
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden	4-6
Tabel 4.7	Pendapatan / Bulan Responden	4-6
Tabel 4.8	Uang Saku / Bulan Responden	4-6
Tabel 4.9	Frekuensi Membeli Responden	4-6
Tabel 4.10	Anggaran Membeli Responden	4-6
Tabel 4.11	Waktu Membeli Responden	4-7
Tabel 4.12	Hari Responden Membeli	4-7
Tabel 4.13	Peruntukan Responden Membeli	4-7
Tabel 4.14	Varian Rasa Pilihan Responden	4-7
Tabel 4.15	<i>Topping</i> Pilihan Responden	4-7
Tabel 4.16	Alasan Responden Membeli di Martabak VIP	4-7
Tabel 4.17	Provider Yang Digunakan Responden	4-7
Tabel 4.18	Media Sosia Yang Digunakan Responden	4-8
Tabel 4.19	Responden Mendapat Info Martabak	4-8
Tabel 4.20	Voucher Makanan Yang Pernah Digunakan Responden	4-8
Tabel 4.21	Hasil Kuisisioner Penelitian Bagian II	4-9
Tabel 4.22	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian III	4-10

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.1	Variabel-variabel yang Dijadikan Kuesioner Penelitian	5-2
Tabel 5.1	Variabel-variabel yang Dijadikan Kuesioner Penelitian	5-3
Tabel 5.2	Variabel-variabel yang Ditolak dan Dihilangkan	5-3
Tabel 5.3	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan)	5-13
Tabel 5.4	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Kepentingan)	5-15
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kinerja)	5-15
Tabel 5.6	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Kinerja)	5-17
Tabel 5.7	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-18
Tabel 5.8	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Performansi	5-18
Tabel 5.9	Rangkuman Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	5-19
Tabel 5.10	Perhitungan Jarak Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-22
Tabel 5.11	Peringkat Variabel <i>Correspondence Analysis</i>	5-23
Tabel 5.12	Variabel Unggul Berdasarkan <i>Correspondence Analysis</i>	5-24
Tabel 5.13	Variabel Tidak Unggul Berdasarkan <i>Correspondence Analysis</i>	5-24
Tabel 5.14	Perhitungan rata-rata	5-25
Tabel 5.15	<i>Input Data Importance/Performance</i> SPSS	5-26
Tabel 5.16	Variabel Kuadran I Matrik <i>IPA</i>	5-27
Tabel 5.17	Variabel Kuadran II Matrik <i>IPA</i>	5-28
Tabel 5.18	Variabel Kuadran III Matrik <i>IPA</i>	5-28
Tabel 5.19	Variabel Kuadran IV Matrik <i>IPA</i>	5-29
Tabel 5.20	Hasil Uji Hipotesis	5-30
Tabel 5.21	Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan (Tidak Unggul)	5-34
Tabel 5.22	Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan (Unggul)	5-35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	Diagram Kuadran Metode IPA	3-17
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Martabak VIP	4-2
Gambar 5.1	Grafik <i>Pie Chart</i> Kompetitor	5-1
Gambar 5.2	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-4
Gambar 5.3	Grafik <i>Pie Chart</i> Usia Responden	5-4
Gambar 5.4	Grafik <i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-5
Gambar 5.5	Grafik <i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-5
Gambar 5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Pemasukan Pekerja	5-6
Gambar 5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang Saku Pelajar	5-6
Gambar 5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Intensitas Pembelian Martabak	5-7
Gambar 5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Anggaran Pembelian Martabak	5-7
Gambar 5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> Waktu Membeli Martabak	5-8
Gambar 5.11	<i>Pie Chart</i> Hari Pembelian Martabak	5-8
Gambar 5.12	Grafik <i>Pie Chart</i> Peruntukan Pembelian Martabak	5-8
Gambar 5.13	Grafik <i>Pie Chart</i> Varian Rasa Yang Dipilih	5-8
Gambar 5.14	Grafik <i>Pie Chart</i> <i>Topping</i> Pilihan	5-10
Gambar 5.15	Grafik <i>Pie Chart</i> Alasan Membeli Martabak	5-10
Gambar 5.16	Grafik <i>Pie Chart</i> Kartu <i>Provider</i> Responden	5-11
Gambar 5.17	Grafik <i>Pie Chart</i> Media Sosial Yang Digunakan	5-11
Gambar 5.18	Grafik <i>Pie Chart</i> Sumber Informasi Tentang Martabak VIP	5-12
Gambar 5.19	Grafik <i>Pie Chart</i> <i>Voucher</i> Makanan Yang Digunakan	5-12
Gambar 5.20	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i> Garis Tengah	5-20
Gambar 5.21	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i> Jarak	5-21
Gambar 5.22	Hasil Matrix IPA	5-28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Form Validitas Konstruk	L-1
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L-2
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L-3
Lampiran 4	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	L-4
Lampiran 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	L-5
Lampiran 6	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	L-6
Lampiran 7	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Keunggulan	L-7
Lampiran 8	Tabel Nilai r	L-8
Lampiran 9	Tabel Nilai Z	L-9
Lampiran 10	Berita Acara	L-10

