

ABSTRAK

Dunkin Donuts (DD) Merdeka di Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Merdeka No.56, Bandung Wetan, Kota Bandung, merupakan salah satu cabang *Dunkin Donuts* yang berdiri sejak bulan Agustus tahun 2005. Sejak tahun 2015 hingga Desember 2017 rata-rata dari pendapatan kotor DD Merdeka menurun hingga 11.9%. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk diterapkan di DD Merdeka, untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting dalam membeli donat dan memilih donat, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap DD Merdeka, untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh DD Merdeka, dan untuk memberikan strategi perbaikan yang tepat untuk dilakukan oleh pihak DD Merdeka.

Teori yang digunakan untuk variabel penelitian adalah bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*, dan *Segmentation, Targeting, dan Positioning*.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, menyebarkan kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan disebarkan dengan metode *purposive* kepada 90 responden, dan setelah menyebarkan kuesioner didapatkan pesaing yaitu *J.CO Donuts and Coffee*. Setelah itu kuesioner penelitian disebarkan kepada 130 responden dengan metode *purposive*. Tujuan dari kuesioner penelitian adalah untuk tingkat kepentingan konsumen dan tingkat performansi yang sudah diberikan oleh DD Merdeka, selain itu untuk mendapatkan data keunggulan dari DD Merdeka dibandingkan dengan *J.CO Donuts and Coffee*.

Tingkat kepentingan dan tingkat performansi dari DD Merdeka diolah menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis* dan Uji Hipotesis, lalu untuk data tingkat keunggulan *Dunkin Donuts* diolah menggunakan metode *Correspondence Analysis*.

Hasil pengolahan data metode uji hipotesis didapatkan variabel tidak puas sebanyak 26 variabel, dari pengolahan data metode CA menghasilkan variabel tidak unggul sebanyak 43 variabel, dan dari pengolahan data metode IPA mendapatkan 21 variabel di kuadran 1, 6 variabel di kuadran 2, 16 variabel di kuadran 3, dan 4 variabel di kuadran 4, selain itu didapatkan hasil *targeting* yaitu target utama konsumen DD merdeka adalah usia 21-25 tahun sebesar 62%, dan pegawai atau karyawan sebesar 44%.

Usulan *positioning* yang diberikan kepada pihak *Dunkin Donuts* yaitu "*Sharing Happiness With Sweet and Easiest Ways*" dimana *Dunkin Donuts* ingin memberikan kebahagiaan melalui donat yang berkualitas, pelayanan cepat, promosi yang sering, dan harga terjangkau.

Usulan untuk informasi *event how to make donuts, field trip* mencantumkan harga untuk setiap orang/anak yang akan mengikuti *event* tersebut seperti halnya yang dicantumkan oleh *J.CO Donuts and Coffee*.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-3
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-3
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-3
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-4
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-4
2.5 Populasi dan Sampel	2-7
2.5.1 Populasi	2-7
2.5.2 Sampel	2-8
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-8
2.7 Teknik Sampling.....	2-9

2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-9
2.7.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-10
2.8	Tipe Data Berskala.....	2-11
2.9	Skala Pengukuran	2-12
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.11	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-16
2.11.1	Pengujian Validitas Internal	2-16
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal	2-17
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.13	Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performasi Pelanggan	2-20
2.14	<i>Correspondence Analysis</i>	2-22
2.15	Uji Hipotesis	2-23
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	<i>Start</i>	3-6
3.2	Studi Pendahuluan.....	3-6
3.3	Identifikasi Masalah	3-7
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-7
3.5	Perumusan Masalah.....	3-8
3.6	Tujuan penelitian.....	3-8
3.7	Studi Pustaka	3-9
3.8	Kerangka Penelitian	3-9
3.9	Konsep Bauran Pemasaran (7P).....	3-10
3.10	Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	3-13
3.11	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
3.12	Uji Validasi Konstruk.....	3-15
3.13	Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan.....	3-15
3.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-16
3.15	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-17
3.16	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-17
3.17	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-18
3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-20

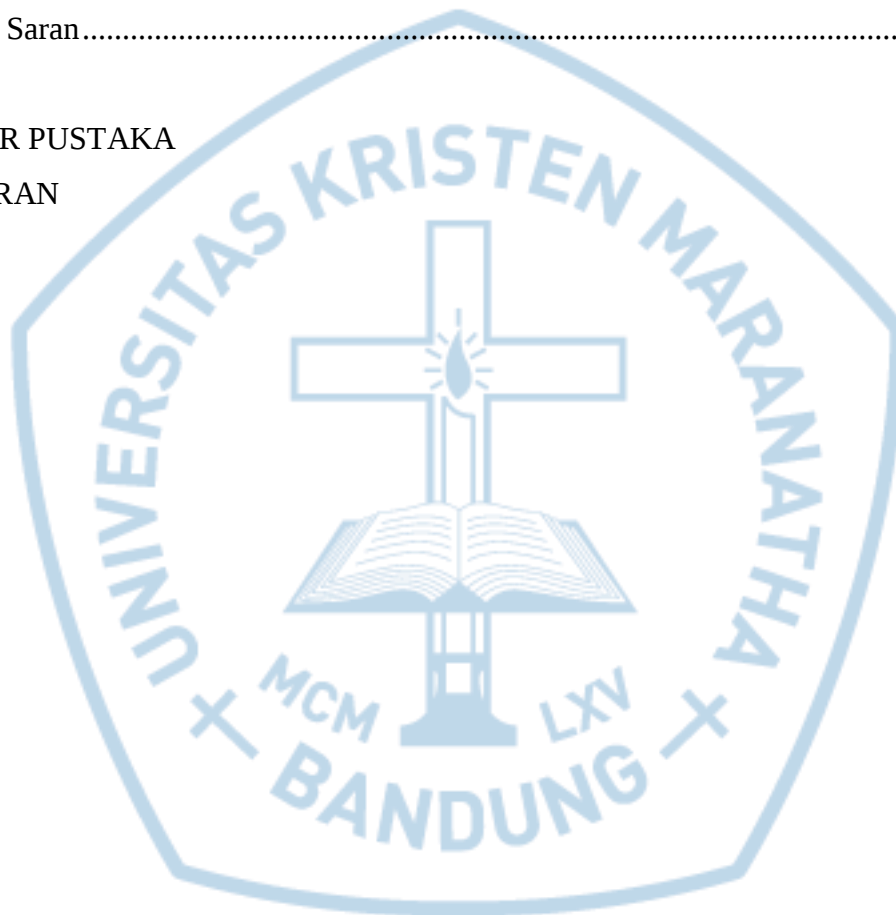
3.19	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	3-21
3.20	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-21
3.21	Pengolahan Data dan Analisis	3-22
3.21.1	Metode <i>Coresspondence Analysis</i>	3-23
3.21.2	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	3-24
3.21.3	Metode Uji Hipotesis.....	3-27
3.22	Analisis Pengolahan Data.....	3-28
3.23	Analisis Gabungan	3-29
3.24	Membuat Usulan	3-29
3.25	Kesimpulan dan Saran.....	3-30
3.26	<i>Finish</i>	3-30
 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	Tugas wewenang dan tanggung jawab dari tiap jabatan	4-2
4.2	Kuesioner.....	4-3
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.2	Kuesioner Penelitian.....	4-6
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS		
5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner	5-1
5.2.1	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2.1	Penentuan Pesaing.....	5-3
5.3	Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	5-4
5.4	<i>Segmentation</i>	5-9
5.5	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepentingan.....	5-28
5.6	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Performansi.....	5-31
5.7	<i>Targeting</i>	5-33
5.8	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-34

5.9	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-40
5.10	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-45
5.11	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-50
5.12	Usulan <i>Positioning</i>	5-52
5.13	Usulan.....	5-54
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-17

DAFTAR PUSTAKA

xvii

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Penurunan Total Pendapatan Kotor <i>Dunkin DonutMerdeka</i>	1-2
3.1	Kerangka Penelitian	3-9
3.2	Profil Responden	3-14
3.3	Analisa Gabungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), <i>Corresspondence Analysis</i> (CA), dan Uji Hipotesis	3-30
4.1	Toko Donat yang sering dikunjungi responden	4-3
4.2	Ringkasan Variabel 7P	4-4
4.3	Ringkasan jenis kelamin responden	4-6
4.4	Ringkasan usia responden	4-6
4.5	Ringkasan pekerjaan responden	4-6
4.6	Ringkasan domisili responden	4-7
4.7	Ringkasan uang saku responden	4-7
4.8	Ringkasan pendapatan responden	4-8
4.9	Ringkasan jumlah uang yang dikeluarkan oleh responden	4-8
4.10	Ringkasan tujuan responden datang ke <i>Dunkin Donuts</i>	4-8
4.11	Ringkasan menu yang dibeli oleh responden	4-9
4.12	Ringkasan rasa donat yang dibeli oleh responden	4-9
4.13	Ringkasan rasa kopi yang dibeli oleh responden	4-10
4.14	Ringkasan alasan responden memilih <i>Dunkin Donuts</i>	4-10
4-15	Ringkasan tingkat keseringan reponden datang ke <i>Dunkin Donuts</i>	4-11
4-16	Ringkasan lama waktu yang dihabiskan responden di <i>Dunkin Donuts</i>	4-11
4-17	Ringkasan responden sering datang ke <i>Dunkin Donuts</i> dengan	4-11
4-18	Ringkasan cara responden mendapatkan informasi tentang <i>Dunkin Donuts</i>	4-12

Tabel	Nama Tabel	Halaman
4-19	Ringkasan media sosial yang sering digunakan oleh responden	4-12
4-20	Ringkasan alat pembayaran yang digunakan oleh responden	4-12
4-21	Ringkasan media elektronik yang digunakan oleh responden	4-13
4-22	Ringkasan hasil kuesioner bagian kedua	4-13
4-23	Ringkasan hasil kuesioner bagian ketiga	4-15
5.1	Variabel Yang Dianggap Penting dan Tidak Penting	5-2
5.2	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan)	5-5
5.3	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-6
5.4	Hasil Uji Validitas (Tingkat Performansi)	5-7
5.5	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Performansi	5-8
5.6	Rata – Rata Tingkat Kepentingan Keseluruhan Variabel	5-28
5.7	Perhitungan rata-rata Tingkat Kepentingan Variabel No.8	5-30
5.8	Rata – Rata Tingkat Performansi Keseluruhan Variabel	5-31
5.9	Perhitungan rata-rata Tingkat performansi Variabel No. 8	5-33
5.10	Rangkuman hasil grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-36
5.11	Variabel Unggul dari <i>Dunkin Donuts</i>	5-38
5.12	Variabel tidak Unggul dari <i>Dunkin Donuts</i>	5-39
5.13	Rata – rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	5-41
5.14	Variabel – variabel kuadran 1	5-43
5.15	Variabel – variabel kuadran 2	5-44
5.16	Variabel – variabel kuadran 3	5-44
5.17	Variabel – variabel kuadran 4	5-45
5.18	Tabel hasil uji hipotesis	5-47
5.19	Variabel – variabel konsumen puas	5-48

Tabel	Nama Tabel	Halaman
5.20	Variabel – variabel konsumen tidak puas	5-49
5.21	Hasil Analisa Gabungan	5-51
5.22	Variabel Puas dari <i>Dunkin Donuts</i>	5-53
5.23	Variabel Unggul dari <i>Dunkin Donuts</i>	5-53
6.1	Variabel Puas dari <i>Dunkin Donuts</i>	6-3
6.2	Variabel Unggul dari <i>Dunkin Donuts</i>	6-3
6.3	Analisa Gabungan	6-7



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.1	Penurunan Total Pendapatan Kotor <i>Dunkin Donuts</i> Merdeka	1-3
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Diagram <i>Kartesian</i>	2-21
2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-24
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Kerangka Penelitian	3-9
3.3	Peta jalan Ir. H. Juanda sampai merdeka	3-16
3.4	Peta jalan Ir. H. Juanda sampai merdeka	3-20
3.5	Diagram <i>Kartesian</i>	3-26
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Toko donut yang sering dikunjungi oleh responden	5-3
5.2	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-9
5.3	Grafik <i>Pie Chart</i> Usia	5-10
5.4	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Pekerjaan	5-11
5.5	Grafik <i>Pie Chart</i> Domisili Responden	5-12
5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang saku Responden	5-13
5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Pendapatan Responden	5-14
5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Jumlah uang yang dikeluarkan oleh Responden	5-15
5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Tujuan datang ke <i>Dunkin Donuts</i>	5-16
5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> menu yang dibeli	5-17
5.11	Grafik <i>Pie Chart</i> rasa donut	5-18
5.12	Grafik <i>Pie Chart</i> rasa kopi	5-19
5.13	Grafik <i>Pie Chart</i> Alasan responden memilih <i>Dunkin Donuts</i>	5-20
5.14	Grafik <i>Pie Chart</i> Tingkat keseringan datang	5-21
5.15	Grafik <i>Pie Chart</i> lama waktu yang dihabiskan	5-22
5.16	Grafik <i>Pie Chart</i> Sering datang dengan	5-23

Gambar	Nama Gambar	Halaman
5.17	Grafik <i>Pie Chart</i> cara mendapatkan informasi	5-24
5.18	Grafik <i>Pie Chart</i> media sosial yang sering digunakan	5-25
5.19	Grafik <i>Pie Chart</i> kartu kredit/alat pembayaran yang sering digunakan	5-26
5.20	Grafik <i>Pie Chart</i> Media elektronik yang digunakan	5-27
5.21	CA Jarak	5-35
5.22	Hasil <i>Output Scatter plot</i>	5-42
5.23	Grafik wilayah kritis H_0	5-50
5.24	<i>Event diskon Dunkin Donuts</i>	5-55
5.25	<i>Event diskon J.CO</i>	5-55
5.26	<i>J.CO Safari</i>	5-57
5.27	<i>J.COFFEE CLASS</i>	5-58
5.28	Meja dan kursi <i>Dunkin Donuts</i>	5-59
5.29	Meja dan kursi <i>Dunkin Donuts</i>	5-55
5.30	Meja dan kursi <i>J.CO Donuts and Coffee</i>	5-60
5.31	<i>Event diskon J.co Donuts and Coffee</i>	5-61
5.32	Kondisi meja dan kursi <i>Dunkin Donuts</i>	5-62
5.33	Kondisi Meja dan Kursi <i>J.CO Donuts and Coffee</i>	5-62
5.34	Salah satu contoh desain kursi dan meja yang nyaman	5-63
5.35	Penyajian <i>Dunkin Donuts</i>	5-64
5.36	Penyajian <i>J.CO Donuts and Coffee</i>	5-64
5.37	Toilet saat ini	5-65
5.38	Usulan Toilet	5-66
5.39	Cara penyajian makanan untuk makan ditempat	5-69
5.40	Cara Menyajikan donuts <i>take away</i>	5-69
5.41	Minuman <i>Regular</i>	5-75
5.42	Minuman <i>Premium</i>	5-75
5.43	Papan nama <i>Dunkin Donuts</i>	5-76
5.44	Kemasan Produk	5-77
5.45	Kemasan produk <i>J.CO Donuts and Coffee</i>	5-78

Gambar	Nama Gambar	Halaman
5.46	Lahan Parkir Mobil	5-79
5.47	Lahan Parkir Motor	5-79
5.48	<i>J.CO</i> mini	5-80
5.49	Seragam pelayan <i>Dunkin Donuts</i>	5-81
5.50	Seragam pelayan <i>J.CO Donuts and Coffee</i>	5-81
5.51	<i>J.CO Delivery</i>	5-84
5.52	Contoh aplikasi pemesanan	5-85
5.53	Contoh fasilitas bermain yang nyaman	5-86

