

## ABSTRAK

Vape Legacy merupakan salah satu Vape store yang berlokasi di Jalan Airbus No. 21 Bandung. Perusahaan ini berdiri pada bulan Juli tahun 2014, yang bergerak dalam bidang penjualan Vape. Pada bulan Agustus tahun 2016 hingga bulan Desember 2017, Vape Legacy mengalami penurunan omzet sebesar 47.7%. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan *Segmentation, Targeting, Positioning*, mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Vape Legacy, mengetahui faktor - faktor yang dianggap penting, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, mengetahui kinerja Vape Legacy dan memberikan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Variabel penelitian disusun berdasarkan bauran pemasaran 7P yaitu (*Product, Price, Promotion, People, Process dan Physical Evidence*). Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 50 responden dan diolah menggunakan persentase. Jika persentase <50% variabel dianggap tidak penting, dan jika persentase  $\geq 50\%$  maka variabel dianggap penting dan dilanjutkan kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian berisi pertanyaan tentang profil responden, tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan keunggulan/kelemahan Vape Legacy. Kuesioner penelitian disebar sebanyak 120 kuesioner dengan metode *Purposive Sampling* yaitu responden yang pernah mengunjungi Vape Legacy minimal 2 kali.

Data yang dihasilkan diolah menggunakan *Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis* dan Uji Hipotesis. Hasil CA didapatkan 24 variabel yang unggul dan 20 variabel yang tidak unggul. Hasil dari IPA didapatkan 19 variabel di kuadran pertama dimana variabel tersebut harus di pertahankan, 11 variabel di kuadran kedua dimana variabel tersebut menjadi prioritas perbaikan pertama, 8 variabel di kuadran ketiga dimana menjadi prioritas perbaikan kedua dan 6 variabel di kuadran keempat dimana variabel tersebut tidak menjadi prioritas perbaikan tetapi dipertahankan. Sedangkan uji Hipotesis didapat 37 variabel yang tidak puas dan 7 variabel yang menyatakan puas. Gabungan dari hasil ketiga metode tersebut akan dianalisis sebagai prioritas perbaikan yang selanjutnya dipakai untuk memberikan usulan.

Hasil dari *targeting* untuk Vape Legacy yaitu yang berlokasi di Bandung Barat, jenis kelamin pria, usia 15-25 tahun, mahasiswa, uang saku rentang < Rp 2.000.000 – Rp 2.500.000, media sosial *Facebook* dan jenis Mod yang digunakan tipe *Electrical*. *Positioning* yang diberikan adalah mempertahankan keragaman jenis Mod, mempertahankan keragaman jenis rasa liquid, mempertahankan kelengkapan peralatan untuk melakukan service. Maka usulan *tag line* untuk memperkuat *positioning* yang diusulkan toko Vape Legacy “GOOD QUALITY VAPE WITH A NICE PLACE TO HANGOUT”.

Usulan yang diberikan untuk Vape Legacy adalah menambahkan keragaman jenis charger, menyesuaikan harga coil dengan toko vape pesaing, merenovasi desain eksterior bangunan dan menambah keragaman rasa liquid.

# DAFTAR ISI

|                                                           |      |
|-----------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PENGESAHAN                                         | i    |
| LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI                     | ii   |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI                               | iii  |
| ABSTRAK                                                   | iv   |
| KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH                     | v    |
| DAFTAR ISI                                                | vii  |
| DAFTAR TABEL                                              | xi   |
| DAFTAR GAMBAR                                             | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN                                           | xv   |
| <br>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  |
| <br>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 <i>Sampling</i> .....                                 | 2-9  |
| 2.7.1  | <i>Probability Sampling</i> .....                            | 2-9  |
| 2.7.2  | <i>Non-probability sampling</i> .....                        | 2-10 |
| 2.8    | Data Berskala .....                                          | 2-11 |
| 2.9    | Tipe 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 Performansi Pelanggan ..... | 2-20 |
| 2.14   | <i>Correspondence Analysis</i> .....                         | 2-22 |
| 2.15   | Uji Hipotesis .....                                          | 2-23 |

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

|      |                                               |      |
|------|-----------------------------------------------|------|
| 3.1  | <i>Flowchart</i> Penelitian .....             | 3-1  |
| 3.2  | Penelitian Pendahuluan .....                  | 3-4  |
| 3.3  | Tinjauan Pustaka .....                        | 3-4  |
| 3.4  | Identifikasi Masalah .....                    | 3-4  |
| 3.5  | Pembatasan Masalah .....                      | 3-5  |
| 3.6  | Perumusan Masalah .....                       | 3-5  |
| 3.7  | Tujuan Penelitian .....                       | 3-6  |
| 3.8  | Penyusunan Kerangka Penelitian .....          | 3-6  |
| 3.9  | Penyusunan Variabel-Variabel Penelitian ..... | 3-8  |
| 3.10 | Konsep Bauran Pemasaran (7P) .....            | 3-10 |
| 3.11 | Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....        | 3-11 |
| 3.12 | Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....        | 3-12 |
| 3.13 | Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....        | 3-12 |
| 3.14 | Penyusunan Kuesioner Penelitian .....         | 3-13 |
| 3.15 | Pengujian Validasi Konstruk .....             | 3-14 |

|      |                                         |      |
|------|-----------------------------------------|------|
| 3.16 | Revisi Data Kuisisioner Penelitian..... | 3-14 |
| 3.17 | Penentuan Jumlah Sampel .....           | 3-15 |
| 3.18 | Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....  | 3-15 |
| 3.19 | Pengujian Validitas .....               | 3-16 |
| 3.20 | Uji Reliabilitas .....                  | 3-17 |
| 3.21 | Pengumpulan Data.....                   | 3-18 |
| 3.22 | Pengolahan Data .....                   | 3-18 |
| 3.23 | Analisis Hasil Pengolahan Data.....     | 3-23 |
| 3.24 | Usulan .....                            | 3-27 |
| 3.25 | Kesimpulan dan Saran .....              | 3-27 |

#### 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 Setiap Jabatan..... | 4-2 |
| 4.2   | Kuesioner.....                                             | 4-2 |
| 4.2.1 | Kuesioner Pendahuluan .....                                | 4-2 |
| 4.2.2 | Kuesioner Penelitian.....                                  | 4-5 |

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA

|       |                                                                       |      |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|------|
| 5.1   | Kuesioner Pendahuluan .....                                           | 5-1  |
| 5.1.1 | Pengolahan Kuisisioner Pendahuluan .....                              | 5-1  |
| 5.2   | Validitas Konstruksi .....                                            | 5-3  |
| 5.3   | Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....                             | 5-5  |
| 5.4   | Pengolahan Data <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> ..... | 5-13 |
| 5.5   | Rangkuman <i>Segmentation dan Targeting dan Positioning</i> .....     | 5-21 |
| 5.6   | <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....                             | 5-23 |
| 5.7   | <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....                    | 5-27 |
| 5.8   | Uji Hipotesis .....                                                   | 5-32 |

|                                                                                                                                      |      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 5.9 Analisis Gabungan IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ), CA ( <i>Correspondence Analysis</i> ), dan Uji Hipotesis ..... | 5-35 |
| 5.10 <i>Positioning</i> .....                                                                                                        | 5-37 |
| 5.11 Usulan .....                                                                                                                    | 5-38 |

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

|                      |     |
|----------------------|-----|
| 6.1 Kesimpulan ..... | 6-1 |
| 6.2 Saran .....      | 6-9 |

## DAFTAR PUSTAKA

xvi

## LAMPIRAN

## DATA PENULIS



## DAFTAR TABEL

| Tabel | Judul                                                              | Halaman |
|-------|--------------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1   | Data Omzet Pendapatan.....                                         | 1-2     |
| 3.1   | Variabel Segmentasi .....                                          | 3-9     |
| 3.2   | Variabel Penelitian Kuisisioner Berdasarkan 7P .....               | 3-10    |
| 3.3   | Tabel Analisis Gabungan.....                                       | 3-26    |
| 4.1   | Ringkasan Tingkat Kepentingan Variabel.....                        | 4-3     |
| 4.2   | Hasil Data Pesaing Kuesioner Pendahuluan.....                      | 4-4     |
| 4.3   | Jenis Kelamin.....                                                 | 4-5     |
| 4.4   | Lokasi.....                                                        | 4-5     |
| 4.5   | Usia .....                                                         | 4-5     |
| 4.6   | Status.....                                                        | 4-6     |
| 4.7   | Uang Saku.....                                                     | 4-6     |
| 4.8   | Penghasilan .....                                                  | 4-6     |
| 4.9   | Informasi Mengenai Vape Store.....                                 | 4-7     |
| 4.10  | Tujuan Datang ke Vape Store.....                                   | 4-7     |
| 4.11  | Media Sosial yang Digunakan.....                                   | 4-7     |
| 4.12  | Frekuensi Kedatangan ke Vape Store (per bulan) .....               | 4-7     |
| 4.13  | Budget yang Disiapkan (per bulan) .....                            | 4-8     |
| 4.14  | Rasa Liquid yang Disediakan.....                                   | 4-8     |
| 4.15  | Jenis Mod yang Disediakan.....                                     | 4-8     |
| 4.16  | Hasil Kuesioner Ranging.....                                       | 4-9     |
| 4.17  | Hasi Kuesioner Tingkat Kepentingan.....                            | 4-10    |
| 4.18  | Hasil Kuesioner Tingat Kinerja.....                                | 4-11    |
| 5.1   | Variabel Yang Dianggap Penting Dan Tidak Penting .....             | 5-2     |
| 5.2   | Hasil Data Pesaing Kuesioner Pendahuluan.....                      | 5-3     |
| 5.3   | Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian .....                     | 5-4     |
| 5.4   | Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....                  | 5-6     |
| 5.5   | Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan r hitung dan r table ..... | 5-8     |
| 5.6   | Uji Reabilitas Variabel Kepentingan.....                           | 5-9     |

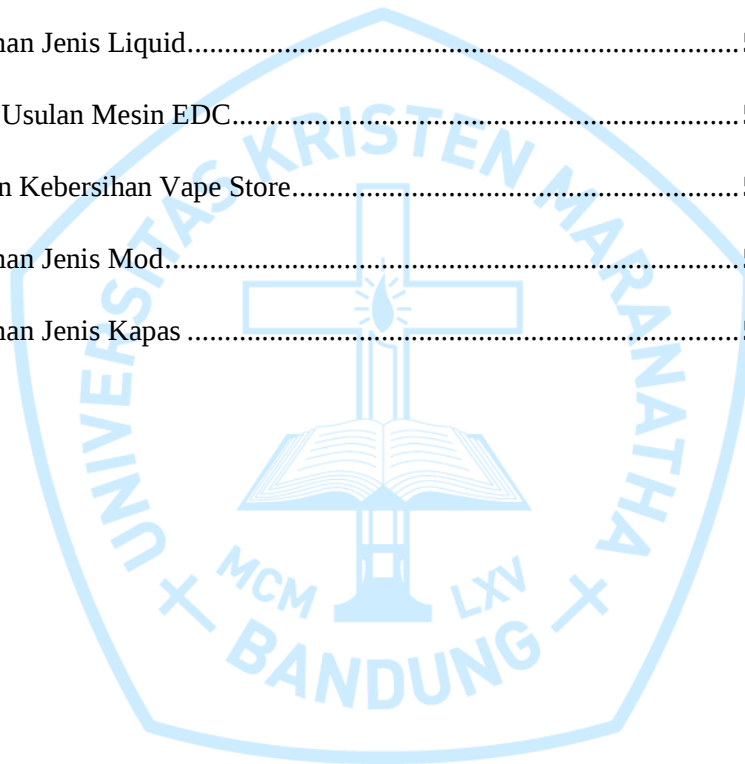
|      |                                                                  |      |
|------|------------------------------------------------------------------|------|
| 5.7  | Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Performansi.....                | 5-9  |
| 5.8  | Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r Hitung dengan r Tabel..... | 5-11 |
| 5.9  | Uji Reabilitas Variabel Kinerja .....                            | 5-12 |
| 5.10 | Tabel Segmentasi .....                                           | 5-21 |
| 5.11 | Tabel Hasil Rangkuman Persaingan.....                            | 5-23 |
| 5.12 | Variabel Keunggulan Vape Store Legacy dibandingkan pesaing ..... | 5-26 |
| 5.13 | Variabel Yang Tidak Unggul Dari Vape Store Legacy .....          | 5-27 |
| 5.14 | Variabel Kuadran 1 .....                                         | 5-29 |
| 5.15 | Variabel Kuadran 2 .....                                         | 5-30 |
| 5.16 | Variabel Kuadran 3 .....                                         | 5-30 |
| 5.17 | Variabel Kuadran 4 .....                                         | 5-31 |
| 5.18 | Hasil Uji Hipotesis .....                                        | 5-31 |
| 5.19 | Analisis Gabungan .....                                          | 5-35 |



# DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul                            | Halaman |
|--------|----------------------------------|---------|
| 1.2    | Data Grafik Omzet .....          | 1-3     |
| 2.1    | Teknik Sampling.....             | 2-9     |
| 2.2    | Diagram <i>Kartesianus</i> ..... | 2-9     |
| 2.3    | Grafik Wilayah Kritis.....       | 2-9     |
| 3.1    | <i>Flowchart</i> Penelitian..... | 3-1     |
| 3.2    | Kerangka Penelitan.....          | 3-7     |
| 3.3    | Diagram Kuadran IPA.....         | 3-21    |
| 3.4    | Gambar Uji Hipotesis .....       | 3-23    |
| 4.1    | Struktur Organisasi .....        | 4-1     |
| 5.1    | Pie Chart Jenis Kelamin.....     | 5-13    |
| 5.2    | Pie Chart Lokasi.....            | 5-13    |
| 5.3    | Pie Chart Usia .....             | 5-14    |
| 5.4    | Pie Chart Pekerjaan.....         | 5-15    |
| 5.5    | Pie Chart Uang Saku .....        | 5-15    |
| 5.6    | Pie Chart Penghasilan .....      | 5-16    |
| 5.7    | Pie Chart Informasi .....        | 5-17    |
| 5.8    | Pie Chart Tujuan .....           | 5-17    |
| 5.9    | Pie Chart Media Sosial.....      | 5-18    |
| 5.10   | Pie Chat Frekuensi .....         | 5-18    |
| 5.11   | Pie Chart Budget.....            | 5-19    |
| 5.12   | Pie Chart Rasa Liquid .....      | 5-20    |

|      |                                       |      |
|------|---------------------------------------|------|
| 5.13 | Pie Chart Jenis Mod .....             | 5-20 |
| 5.14 | Grafik Row and Columns Score CA ..... | 5-25 |
| 5.15 | Grafik IPA .....                      | 5-28 |
| 5.16 | Wilayah Kritis Kurva Normal .....     | 5-34 |
| 5.17 | Keragaman Jenis Baterai .....         | 5-38 |
| 5.18 | Kejelasan Papan Nama Vape Store ..... | 5-39 |
| 5.19 | Gambar Usulan Desain Eksterior .....  | 5-41 |
| 5.20 | Keragaman Jenis Liquid.....           | 5-43 |
| 5.21 | Gambar Usulan Mesin EDC.....          | 5-43 |
| 5.22 | Tampilan Kebersihan Vape Store.....   | 5-45 |
| 5.23 | Keragaman Jenis Mod.....              | 5-46 |
| 5.24 | Keragaman Jenis Kapas .....           | 5-47 |



# DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                                    | Halaman |
|----------|------------------------------------------|---------|
| L.1      | Lembar Komentar Seminar Proposal.....    | L-1     |
| L.2      | Lembar Bimbingan Tugas Akhir .....       | L-1     |
| L.3      | Kuesioner Pendahuluan .....              | L-2     |
| L.4      | Kuesioner Penelitian.....                | L-2     |
| L.5      | Tabel nilai Z .....                      | L-3     |
| L.6      | Tabel nilai r .....                      | L-3     |
| L.7      | Surat Keterangan .....                   | L-4     |
| L.8      | Lembar Komentar Validasi Konstruk .....  | L-4     |
| L.9      | Data Mentah Pendahuluan .....            | L-5     |
| L.10     | Data Mentah Kepentingan .....            | L-5     |
| L.11     | Data Mentah Peformansi .....             | L-5     |
| L.12     | Data Mentah Peringkat Keunggulan .....   | L-5     |
| L.13     | Hasil SPSS Validasi Kepentingan.....     | L-6     |
| L.14     | Hasil SPSS Validasi Peformansi.....      | L-6     |
| L.15     | Hasil SPSS Reliabel Kepentingan.....     | L-6     |
| L.16     | Hasil SPSS Reliabel Performansi .....    | L-6     |
| L.17     | Lembar Komentar Sidang Tugas Akhir ..... | L-7     |