

## ABSTRAK

Angkringan NARJI adalah tempat yang menjual berbagai macam sate, ayam bakar, dan juga minuman seperti kopi joss, teh susu, dan lain-lain. Dimana lokasi Angkringan NARJI terletak di Jalan Gelap Nyawang (Belakang Taman Ganesha), Dago Bawah, Bandung.. Angkringan ini sudah berdiri sejak tahun 2012. Permasalahan utama pada Angkringan NARJI adalah omset yang selalu menurun selama 10 bulan terakhir sejak bulan Mei 2017 sampai dengan Februari 2018.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor atau variabel apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih Angkringan, mengetahui tingkat kinerja Angkringan NARJI dan tingkat kepentingan konsumen, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, mengetahui *Segmentation, Targetting, dan Positioning*, mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi keunggulan dari Angkringan NARJI selain itu juga untuk mengetahui strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Angkringan NARJI untuk dapat menaikkan omset dan dapat bersaing dengan Angkringan pesaing.

Variabel penelitian disusun berdasarkan STP, bauran pemasaran. Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 50 kuesioner dan diolah dengan menggunakan persentase. Kuesioner penelitian dibuat berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan dan uji validitas konstruk. Kuesioner penelitian berisikan mengenai profil responden pada kuesioner bagian I dan pada bagian II untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen, tingkat kinerja Angkringan NARJI dan untuk mengetahui keunggulan Angkringan NARJI dibandingkan pesaingnya. Kuesioner disebarikan sebanyak 120 kuesioner dengan menggunakan metode *purposive sampling* kepada responden yang sudah berusia minimal 18 tahun dan sudah mengunjungi Angkringan NARJI sebanyak 2 kali dalam satu minggu dan sudah pernah mengunjungi Angkringan pesaing.

Pengolahan data menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) terdapat 7 variabel yang masuk kuadran 1 dimana pada kuadran ini menjadi fokus perbaikan utama, 10 variabel pada kuadran 2 untuk menjadi fokus perbaikan kedua, 7 variabel pada kuadran 3 menjadi fokus perbaikan ketiga, 14 variabel pada kuadran 4 untuk tetap dipertahankan. *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan dari setiap variabel antara Angkringan yang diteliti dengan Angkringan pesaing, dimana terdapat 15 variabel unggul untuk Angkringan NARJI dan 23 variabel yang tidak unggul. Uji Hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen, diperoleh 13 variabel puas dan 25 variabel tidak puas. Hasil dari *targetting* untuk Angkringan NARJI adalah mahasiswa, dengan uang saku perbulan Rp. 1.500.000- Rp. 2.500.000, bertempat tinggal di Bandung Utara, mengetahui Angkringan dari teman dan pernah melewati lokasi, tujuan kedatangan untuk berkumpul, dan diajak teman, pengeluaran yang dikeluarkan sebesar Rp. 10.000 < Pengeluaran ≤ Rp.20.000 dan pengeluaran ≤ Rp. 10.000, dan aktif dalam menggunakan media sosial instagram dan line.

Usulan diberikan untuk Angkringan NARJI agar dapat bersaing dengan Angkringan MAS JO selalu menjaga kesegaran bahan baku dengan sudah memperhitungkan berapa banyak makanan yang akan dijual hari ini, kemenarikan promosi yang diberikan pada media sosial agar konsumen mudah mendapatkan informasi, kecepatan pelayanan yang harus ditingkatkan, variasi makanan yang dijual berbagai macam agar konsumen tidak merasa bosan dengan makanan yang hanya itu saja.

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
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
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targetting &amp; Positioning</i> Pasar.....	2-3
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 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
2.15.1	Uji Z.....	2-24

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metodologi Penelitian .....	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i> .....	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2	Tinjauan Pustaka .....	3-4
3.2.3	Identifikasi Masalah .....	3-4
3.2.4	Pembatasan Masalah Dan Asumsi.....	3-5
3.2.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.6	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.7	Penyusunan Variabel Penelitian .....	3-6
3.2.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.2.9	Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-9
3.2.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.11	Validasi Konstruksi.....	3-11
3.2.12	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-12
3.2.13	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-12
3.2.14	Perbaikan Kuesioner.....	3-12
3.2.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3-12
3.2.16	Pengujian Validitas.....	3-13
3.2.17	Pengujian Reliabilitas .....	3-14
3.2.18	Pengolahan Data.....	3-15

3.2.19 Analisis .....	3-20
3.2.20 Usulan.....	3-20
3.2.21 Kesimpulan dan Saran .....	3-21
3.2.22 Selesai.....	3-21

#### 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 Masing-masing Jabatan .....	4-1
4.2 Kuesioner.....	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan .....	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian.....	4-4

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.1.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.2 Validitas Konstruk.....	5-3
5.3 Pengujian Validitas & Reliabilitas .....	5-5
5.3.1 Tingkat Kepentingan .....	5-5
5.3.2 Tingkat Kinerja.....	5-9
5.4 Rangkuman Kuesioner Bagian I.....	5-11
5.5 Analisis berdasarkan <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	5-25
5.6 Analisis Kuesioner .....	5-27
5.6.1 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-27
5.6.2 <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-33
5.6.3 Uji Hipotesis .....	5-38
5.6.4 Analisis Gabungan IPA ( <i>Importance Performace Analysis</i> ), CA ( <i>Correpondence Analysis</i> ) dan Uji Hipotesis.....	5-40
5.7 Usulan Prioritas Perbaikan .....	5-42

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-13

DAFTAR PUSTAKA

xv

LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1	Tabel penurunan pendapatan kotor Angkringan NARJI	1-2
Tabel 3.1	Variabel Penelitian	3-7
Tabel 3.3	Variabel Penelitian Berdasarkan Segementasi Pasar	3-9
Tabel 3.4	Tabel Analisa Gabungan	3-20
Tabel 4.1	Angkringan Yang Sering Dikunjungi Responden	4-2
Tabel 4.2	Ringkasan Tingkat Kepentingan Variabel	4-3
Tabel 4.3	Pekerjaan	4-4
Tabel 4.4	Tempat Tinggal	4-4
Tabel 4.5	Penghasilan	4-5
Tabel 4.6	Uang Saku	4-5
Tabel 4.7	Sumber Informasi	4-5
Tabel 4.8	Media Sosial Yang Digunakan	4-5
Tabel 4.9	Frekuensi Kedatangan	4-6
Tabel 4.10	Kebiasaan Mengunjungi Angkringan	4-6
Tabel 4.11	Tujuan Mengunjungi Angkringan	4-6
Tabel 4.12	Jumlah Pengeluaran	4-6
Tabel 4.13	Alasan Memilih Angkringan NARJI	4-7
Tabel 4.14	Lama Waktu Berkunjung	4-7
Tabel 4.15	Makanan Yang Sering Dibeli	4-7
Tabel 4.16	Minuman Yang Sering Dibeli	4-8
Tabel 4.17	Sambal Yang Biasa Dipakai	4-8
Tabel 4.18	Hari Berkunjung	4-8
Tabel 4.19	Hasil Kuesioner Bagian Kedua	4-9
Tabel 4.20	Hasil Kuesioner Ranking	4-10
Tabel 5.1	Atribut Yang Dianggap Penting	5-1
Tabel 5.2	Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian	5-4
Tabel 5.3	Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS	5-5
Tabel 5.4	Perbandingan Variabel Kepentingan Nilai r Dengan Nilai Tabel r	5-7
Tabel 5.5	Uji Reabilitas Variabel Kepentingan	5-8

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 5.6	Uji Validitas Variabel Kinerja	5-9
Tabel 5.7	Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r dengan Nilai Tabel r	5-10
Tabel 5.8	Uji Reabilitas Variabel Kinerja	5-11
Tabel 5.9	Segmentasi	5-24
Tabel 5.10	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja	5-28
Tabel 5.11	Hasil Rangkuman Persaingan Angkringan	5-34
Tabel 5.12	Rangkuman Variabel Unggul Angkringan NARJI	5-36
Tabel 5.13	Rangkuman Variabel Tidak Unggul Angkringan NARJI	5-37
Tabel 5.14	Hasil Uji Hipotesis	5-38
Tabel 5.15	Rangkuman Variabel Puas	5-40
Tabel 5.16	Rangkuman Variabel Tidak Puas	5-41
Tabel 5.17	Analisis Gabungan	5-42





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Penurunan Pendapatan Kotor Angkringan NARJI	1-2
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-9
Gambar 2.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	2-21
Gambar 2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-24
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	3-16
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-1
Gambar 5.1	Persentase Jenis Pekerjaan	5-11
Gambar 5.2	Persentase Tempat Tinggal	5-12
Gambar 5.3	Persentase Penghasilan per Bulan	5-13
Gambar 5.4	Persentase Uang Saku per Bulan	5-13
Gambar 5.5	Persentase Sumber Mengetahui Angkringan NARJI	5-14
Gambar 5.6	Persentase Media Sosial Yang Digunakan Responden	5-15
Gambar 5.7	Persentase Frekuensi Kedatangan Responden	5-16
Gambar 5.8	Persentase Orang Yang Diajak Mengunjungi Angkringan	5-17
Gambar 5.9	Persentase Tujuan Mengunjungi Angkringan	5-18
Gambar 5.10	Persentase Jumlah Pengeluaran Untuk Sekali Makan	5-18
Gambar 5.11	Persentase Alasan Memilih Angkringan NARJI	5-19
Gambar 5.12	Persentase Lama Waktu Berkunjung	5-20
Gambar 5.13	Persentase Makanan Yang Sering Dibeli	5-21
Gambar 5.14	Persentase Minuman Yang Sering Dibeli	5-22
Gambar 5.15	Persentase Sambal Yang Biasa Dipakai	5-23
Gambar 5.16	Persentase Hari Berkunjung	5-24
Gambar 5.17	Grafik IPA	5-29
Gambar 5.18	Grafik <i>Row and Columns Scores CA</i>	5-35
Gambar 5.19	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-39
Gambar 5.20	Variasi Makanan di Angkringan MAS JO	5-46
Gambar 5.20	Peta Lokasi Angkringan NARJI	5-47
Gambar 5.21	Kelengkapan Makanan di Angkringan NARJI	5-49



<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 5.22	Kelengkapan Makanan di Angkringan MAS JO	5-49
Gambar 5.23	Area Angkringan NARJI	5-51
Gambar 5.24	Area Angkringan MAS JO	5-51
Gambar 5.25	Keadaan Meja Sebelum Digunakan Oleh Konsumen Selanjutnya Angkringan NARJI	5-52
Gambar 5.26	Keadaan Meja Sebelum Digunakan Oleh Konsumen Selanjutnya Angkringan MAS JO	5-53
Gambar 5.27	Mainan Untuk Menunggu Makanan	5-54
Gambar 5.28	Kejelasan Papan Nama Angkringan NARJI	5-55
Gambar 5.29	Kejelasan Papan Nama Angkringan MAS JO	5-56
Gambar 5.30	Contoh Petunjuk Jalan Ke Angkringan NARJI	5-57
Gambar 5.31	Kursi Yang Sudah Tidak Layak Pakai	5-59
Gambar 5.32	Area Parkir Angkringan NARJI	5-62
Gambar 5.33	Area Parkir Angkringan MAS JO	5-62
Gambar 5.34	Mesin Kasir	5-63
Gambar 5.35	Penggunaan Piring Pada Makanan	5-66