

ABSTRAK

Cafe Waroeng Rencang adalah tempat makan yang berdiri dari tahun 2012 dan terletak di Jl. Babakan Ciparay No. 51a Bandung. Permasalahan utama saat ini pada Cafe Waroeng Rencang adalah penurunan omset dari tahun 2012 sampai tahun 2017 dengan persentase sebesar 43%. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih cafe dan untuk mengetahui strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Cafe Waroeng Rencang agar dapat menaikkan omset sehingga dapat bersaing dengan kompetitor atau cafe lain di daerah Babakan Ciparay.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan kuesioner penelitian berisi 7P, *segmentation, targeting, positioning*. Berdasarkan hasil yang didapatkan dari kuesioner pendahuluan, diketahui bahwa pesaing utama dari Cafe Waroeng Rencang yang berada di sekitar daerah Babakan Ciparay adalah One Cafe n Bar. Teknik sampling yang digunakan untuk melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian adalah teknik *Purposive Sampling*, penyebaran kuesioner pendahuluan ditujukan pada 40 responden dengan usia minimal 15 tahun yang disebarkan di Cafe Waroeng Rencang dan One Cafe n Bar. Sedangkan penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada 100 responden dengan usia minimal 15 tahun yang disebarkan di Cafe Waroeng Rencang, Eatboss Sakura Garden dan One Cafe n Bar.

Data yang telah selesai dikumpulkan selanjutnya diolah menggunakan tiga metode, yang pertama yaitu *Importance Performance Analysis* (IPA), tujuannya untuk mengetahui prioritas perbaikan. Dari pengolahan data IPA didapatkan 14 variabel masuk ke perbaikan prioritas utama, 3 variabel masuk ke perbaikan prioritas rendah, 13 variabel masuk ke kinerja yang harus dipertahankan dan 13 variabel masuk ke kinerja yang harus dipertahankan tetapi dengan prioritas rendah. Metode kedua untuk pengolahan data pada bagian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan metode uji hipotesis untuk melihat puas/tidak puasnya konsumen terhadap variabel tersebut. Berdasarkan hasil dari metode uji hipotesis diperoleh 5 variabel puas dan 38 variabel tidak puas. Metode ketiga yaitu pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA), tujuannya adalah untuk melihat tingkat keunggulan suatu variabel dari masing-masing cafe. Berdasarkan hasil pengolahan data didapatkan 18 variabel unggul dan 25 variabel tertinggal untuk Cafe Waroeng Rencang. *Targetting* Cafe Waroeng Rencang sendiri adalah untuk konsumen dengan usia 23 tahun < usia ≤ 30 tahun, pekerjaan sebagai karyawan, mencari makanan yang enak dengan harga murah dan makan di tempat bersama teman.

Positioning untuk Cafe Waroeng Rencang adalah “Tempat makan enak bareng temen yang ga bikin kantong bolong? Waroeng Rencang dong”. Usulan diberikan untuk Cafe Waroeng Rencang berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode CA, IPA dan uji hipotesis, yaitu melakukan pembersihan area cafe secara rutin, porsi makanan yang perlu ditambah pada pukul 13.01-22.00, kemenarikan menu dan desain interior cafe dikarenakan konsumen yang datang mayoritas remaja yang menggunakan internet dan instagram sebagai media informasi dan media sosial yang sering diakses.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
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
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i> Pasar	2-3
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-5
2.5 Populasi Dan Sampel.....	2-8
2.6 Teknik Sampling	2-9
2.7 Skala Pengukuran	2-13
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.9 Pengujian Validitas Instrumen	2-16
2.10 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.11 Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan	2-19
2.12 <i>Correspondence Analysis</i>	2-22
2.13 Uji Hipotesis.....	2-23

BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN.....	3-1
3.1	<i>Start</i>	3-4
3.2	Studi Pendahuluan.....	3-4
3.3	Identifikasi Masalah	3-4
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.6	Tujuan Penelitian.....	3-6
3.7	Studi Pustaka	3-6
3.8	Menentukan Variabel Penelitian	3-6
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	3-11
3.10	Uji Validitas Konstruk.....	3-13
3.11	Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.12	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.13	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.14	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-14
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.16	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	3-15
3.17	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-15
3.18	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.19	Analisis Pengolahan Data.....	3-22
3.20	Analisis Gabungan.....	3-22
3.21	Membuat Usulan	3-23
3.22	Memberikan Kesimpulan dan Saran	3-23
3.23	Finish	3-23

BAB 4	PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	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 DAN ANALISIS	5-1
5.1	Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Kuesioner Penelitian.....	5-4
5.2.1	Kuesioner Bagian 1	5-4
5.2.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-13
5.2.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-15
5.3	Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-17
5.4	Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-24
5.5	Uji Hipotesis.....	5-28
5.6	Analisis Gabungan.....	5-32
5.7	Usulan Perbaikan Berdasarkan Urutan Prioritas Perbaikan	5-35
5.8	Usulan Perbaikan Terhadap Variabel yang Belum Diterapkan Cafe Waroeng Rencang Berdasarkan Tingkat Kepentingan.....	5-80
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-20

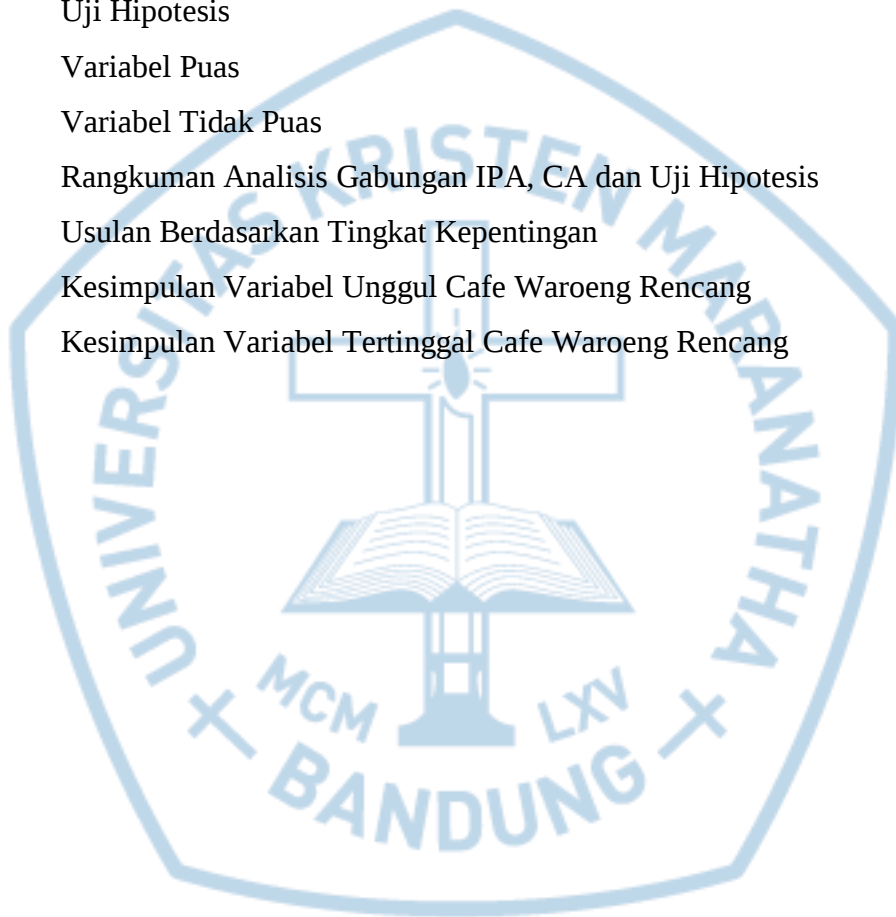
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penurunan Omset Penjualan dari Cafe Waroeng Rencang	1-2
3.1	Analisis Gabungan IPA, CA, dan Uji Hipotesis	3-22
4.1	Pesaing	4-2
4.2	Variabel yang Dianggap Penting Oleh Konsumen	4-3
4.3	Usia	4-4
4.4	Pekerjaan	4-4
4.5	Pendapatan Pelajar/Mahasiswa	4-4
4.6	Pendapatan Pekerja/Wirausaha	4-5
4.7	Pengeluaran per Orang di Cafe Waroeng Rencang	4-5
4.8	Tujuan Datang ke Cafe Waroeng Rencang	4-5
4.9	Makanan yang Sering Dibeli di Cafe Waroeng Rencang	4-6
4.10	Alasan Utama Memilih Cafe Waroeng Rencang	4-6
4.11	Tingkat Keseringan Datang ke Cafe Waroeng Rencang	4-6
4.12	Lama Waktu Berkunjung di Cafe Waroeng Rencang	4-7
4.13	Sering Datang ke Cafe Waroeng Rencang Bersama Siapa	4-7
4.14	Jam Kedatangan ke Cafe Waroeng Rencang	4-7
4.15	Hari Berkunjung ke Cafe Waroeng Rencang	4-8
4.16	Awal Mengetahui Cafe Waroeng Rencang	4-8
4.17	Media Informasi yang Sering Digunakan	4-8
4.18	Jenis Musik yang Disukai di Cafe Waroeng Rencang	4-9
4.19	Media Sosial yang Sering Digunakan	4-9
4.20	Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	4-10
4.21	Peringkat Keunggulan	4-11
5.1	Perhitungan Persentase Pesaing	5-1
5.2	Pengolahan dengan Metode Statistika Deskriptif	5-2
5.3	Variabel Penelitian	5-3
5.4	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Menggunakan SPSS	5-14

5.5	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Menggunakan SPSS	5-15
5.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Menggunakan SPSS	5-16
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja Menggunakan SPSS	5-17
5.8	Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-18
5.9	Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-25
5.10	Variabel Tertinggal Cafe Waroeng Rencang	5-27
5.11	Variabel Unggul Cafe Waroeng Rencang	5-28
5.12	Uji Hipotesis	5-29
5.13	Variabel Puas	5-31
5.14	Variabel Tidak Puas	5-31
5.15	Rangkuman Analisis Gabungan IPA, CA dan Uji Hipotesis	5-33
5.16	Usulan Berdasarkan Tingkat Kepentingan	5-34
6.1	Kesimpulan Variabel Unggul Cafe Waroeng Rencang	6-4
6.2	Kesimpulan Variabel Tertinggal Cafe Waroeng Rencang	6-5



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penurunan Omset Penjualan	1-2
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Diagram Kartesius	2-21
2.3	Wilayah kritis uji Z sisi kiri	2-24
2.4	Wilayah kritis uji Z sisi kanan	2-24
2.5	Wilayah kritis uji Z dua sisi	2-24
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Diagram <i>Cartecius</i>	3-18
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-20
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Grafik Data Pesaing	5-1
5.2	Usia	5-4
5.3	Pekerjaan	5-4
5.4	Pendapatan Pelajar/Mahasiswa	5-5
5.5	Pendapatan Pekerja/Wirusaha	5-5
5.6	Pengeluaran per Orang	5-6
5.7	Tujuan Datang ke Cafe	5-6
5.8	Makanan yang Sering Dibeli	5-7
5.9	Alasan Memilih Cafe	5-7
5.10	Tingkat Sering Berkunjung ke Cafe	5-8
5.11	Lama Waktu Berkunjung	5-8
5.12	Sering ke Cafe Bersama Siapa	5-9
5.13	Pukul Kedatangan ke Cafe	5-9
5.14	Hari Berkunjung ke Cafe	5-10
5.15	Awal Mengetahui Cafe	5-10
5.16	Media Informasi yang Sering Digunakan	5-11
5.17	Jenis Musik yang Disukai	5-11

5.18	Media Sosial yang Sering Digunakan	5-12
5.19	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-20
5.20	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-26
5.21	Grafik Wilayah Kritis	5-30
5.22	Kondisi Kebersihan Cafe Saat Ini	5-35
5.23	Kondisi Kebersihan Pesaing	5-36
5.24	Area Parkir Cafe Waroeng Rencang	5-37
5.25	Area Parkir One Cafe n Bar	5-37
5.26	Usulan Seragam Cafe	5-38
5.27	Porsi Makanan Saat Ini	5-39
5.28	Porsi Makanan Pesaing	5-39
5.29	Usulan Porsi Makanan	5-40
5.30	Kondisi Kebersihan Minuman Saat Ini	5-41
5.31	Kondisi Kebersihan Minuman Pesaing	5-41
5.32	Kondisi Kebersihan Makanan Saat Ini	5-43
5.33	Kondisi Kebersihan Makanan Pesaing	5-43
5.34	Usulan Untuk Kebersihan Makanan	5-44
5.35	Desain Menu Cafe Waroeng Rencan	5-45
5.36	Desain Menu One Cafe n Bar	5-46
5.37	Papan Nama Cafe Waroeng Rencang	5-51
5.38	Papan Nama One Cafe n Bar	5-51
5.39	Usulan Papan Nama (Plang Nama Cafe)	5-52
5.40	Kelengkapan Peralatan Makan Saat Ini	5-52
5.41	Usulan Perlengkapan Makan	5-53
5.42	Kondisi Alat Makan Saat Ini	5-57
5.43	Kondisi Alat Makan Pesaing	5-57
5.44	Usulan Alat Makan	5-58
5.45	Letak Cafe Waroeng Rencang	5-61
5.46	Letak One Cafe n Bar	5-61
5.47	Porsi Minuman Saat Ini	5-63
5.48	Porsi Minuman Pesaing	5-64

5.49	Kondisi Kelengkapan Menu Saat Ini	5-65
5.50	Kondisi Kelengkapan Menu Pesaing	5-65
5.51	Usulan Kelengkapan Menu	5-66
5.52	Kondisi Kejelasan Menu Saat Ini	5-67
5.53	Kondisi Kejelasan Menu Pesaing	5-68
5.54	Usulan Kejelasan Menu	5-68
5.55	Desain Promosi Menu Baru Cafe Waroeng Rencang	5-69
5.56	Meja dan Kursi Makan di Cafe Waroeng Rencang	5-73
5.57	Meja dan Kursi Makan di One Cafe n Bar	5-74
5.58	Usulan Meja dan Kursi Makan	5-74
5.59	Ketersediaan <i>Tissue</i> Diatas Meja Makan	5-75
5.60	Kondisi Pencahayaan di Area Cafe	5-76
5.61	Kondisi Pencahayaan di Area Cafe	5-76
5.62	Desain Interior Cafe Saat Ini	5-77
5.63	Desain Interior Pesaing	5-78



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1	Data Pribadi Penulis	L1-1
2	Kuesioner Pendahuluan	L2-1
3	Kuesioner Penelitian	L3-1
4	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	L4-1
5	Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Kepentingan	L5-1
6	Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Kinerja	L6-1
7	Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Keunggulan	L7-1
8	Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan	L8-1
9	Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja	L9-1
10	Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	L10-1
11	Tabel Nilai r	L11-1
12	Tabel Nilai Z	L12-1
13	Hasil Validitas Konstruk	L13-1
14	Lembar Bimbingan Tugas Akhir	L14-1
15	Berita Acara	L15-1