

ABSTRAK

Toko X merupakan toko kelontong yang berada di Perumahan Vila Nusa Indah. Pada tahun 2015-2017, Toko X mengalami penurunan omset penjualan sebesar 24,787%. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang tepat untuk Toko X, mengetahui tingkat kinerja Toko X, mengetahui tingkat kepentingan konsumen, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan tingkat loyalitas konsumen Toko X, serta mengetahui usulan bauran pemasaran yang sebaiknya dilakukan dalam meningkatkan omset penjualan Toko X.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengumpulan data melalui observasi secara langsung, wawancara pemilik Toko X dan penyebaran kuesioner. Data yang digunakan untuk kuesioner adalah 7P dan loyalitas konsumen. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kuesioner pendahuluan terbagi menjadi 3 bagian, yaitu bagian pertama mengenai profil responden, bagian kedua mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dan bagian ketiga mengenai tingkat loyalitas konsumen.

Pada bagian pertama, dilakukan pengolahan data kuesioner dengan *pie chart*. Hasil kuesioner penelitian dari bagian kedua dan ketiga dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan program SPSS 21. Selanjutnya, dilakukan pengolahan data dengan metode *Multiple Linear Regression* menggunakan data tingkat kinerja sebagai variabel independen dan tingkat loyalitas sebagai variabel dependen. Pengolahan ini bertujuan untuk mengetahui variabel independen mana saja yang berpengaruh terhadap variabel dependen. *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan dengan menggunakan data tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang bertujuan untuk mengetahui variabel yang menjadi fokus perbaikan. Selanjutnya, dilakukan Uji Hipotesis untuk melihat puas atau tidak puas konsumen terhadap variabel kinerja dan kepentingan.

Nilai R dan R² yang didapat dari hasil *Multiple Linear Regression* adalah 0,877 dan 76,8%. Selain itu, terdapat 5 variabel independen yang berpengaruh terhadap variabel dependen, yaitu variasi produk alat tulis kantor, variasi merk minuman, lama waktu kadaluarsa produk, kejelasan keterangan harga, dan kecepatan waktu *delivery*. IPA menunjukkan bahwa terdapat 10 variabel yang menjadi fokus perbaikan pertama, 18 variabel yang menjadi fokus perbaikan kedua, 14 variabel yang menjadi fokus perbaikan ketiga dan 6 variabel yang menjadi fokus perbaikan keempat. Dalam Uji Hipotesis terdapat 18 variabel yang dirasa puas dan 25 variabel yang belum dirasa puas oleh konsumen. Selanjutnya, dilakukan analisis gabungan metode *Multiple Linear Regression*, *Importance Performance Analysis*, dan Uji Hipotesis untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh Toko X. Target pasar Toko X adalah konsumen wanita dan pria berumur 18 tahun s/d > 46 tahun yang bertempat tinggal di Perumahan Vila Nusa Indah.

Usulan *positioning* yang dapat diberikan adalah “Pelayanan dan *Delivery* cepat, Harga murah, Produk bervariasi? Toko X jawabannya!”. Usulan perbaikan berdasarkan yang berpengaruh terhadap loyalitas adalah kecepatan waktu *delivery*, variasi merk minuman, lama waktu kadaluarsa produk, variasi produk alat tulis kantor, dan kejelasan keterangan harga produk.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2-1
2.1 Pasar	2-1
2.2 Pemasaran	2-1
2.3 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.4 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-2
2.4.1 <i>Segmentation</i>	2-2
2.4.2 <i>Targeting</i>	2-3
2.4.3 <i>Positioning</i>	2-4
2.5 Loyalitas Konsumen	2-5
2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	2-5
2.7 Populasi dan Sampel	2-7
2.7.1 Populasi.....	2-7

2.7.2 Sampel.....	2-7
2.8 Teknik Sampling.....	2-8
2.9 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-10
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-12
2.10.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-12
2.10.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-13
2.11 Uji Asumsi Klasik	2-15
2.11.1 Uji Normalitas.....	2-15
2.11.2 Uji Multikolinearitas.....	2-15
2.11.3 Uji Heteroskedastisitas	2-16
2.12 <i>Multiple Linear Regression</i>	2-17
2.13 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan.....	2-18
2.14 Uji Hipotesis	2-21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.4 Pembatasan Masalah.....	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.7 Tinjauan Pustaka.....	3-6
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-11
3.10 Pengujian Validitas Konstruk.....	3-12
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.13 Penentuan Teknik Sampling.....	3-13
3.14 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-13
3.15 Perbaikan Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-14
3.17 Pengujian Validitas.....	3-15

3.18 Pengujian Reliabilitas	3-15
3.19 Pengolahan Data	3-16
3.20 Analisis dan Usulan	3-24
3.21 Kesimpulan dan Saran	3-26
BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 <i>Job Description</i>	4-1
4.2 Kuesioner	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian.....	4-5
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-4
5.2.1 Bagian I (Profil Responden)	5-4
5.2.2 <i>Targeting</i>	5-15
5.2.3 Bagian II dan Bagian III (Pengujian Validitas dan Reliabilitas)	5-16
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	5-25
5.3.1 Uji Normalitas	5-25
5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	5-26
5.3.3 Uji Heteroskedastisitas	5-28
5.4 <i>Multiple Linear Regression</i>	5-30
5.4.1 Analisis Determinasi, Korelasi, dan Otokorelasi.....	5-34
5.4.2 Analisis Uji F	5-35
5.4.3 Analisis Uji T.....	5-36
5.5 Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen Toko X.....	5-40
5.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-43
5.7 Uji Hipotesis	5-49
5.8 Analisis Tingkat Kinerja Toko X secara Keseluruhan.....	5-52
5.9 Analisis Gabungan <i>Multiple Linear Regression, Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis	5-53

5.10 <i>Positioning</i>	5-58
-------------------------------	------

5.11 Usulan.....	5-59
------------------	------

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
---	------------

6.1 Kesimpulan	6-1
----------------------	-----

6.2 Saran	6-8
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Omset Penjualan Toko X	1-2
3.1	Variabel 7P	3-6
3.2	Variabel <i>Segmentation</i>	3-8
3.3	Ringkasan Analisis Penelitian	3-24
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	4-5
4.3	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	4-5
4.4	Profil Responden Berdasarkan Lokasi Tempat Tinggal	4-5
4.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4-6
4.6	Profil Responden Berdasarkan Uang Saku Bagi Pelajar/ Mahasiswa	4-6
4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	4-6
4.8	Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Keberadaan Toko X	4-6
4.9	Profil Responden Berdasarkan Alasan Utama Datang ke Toko X	4-7
4.10	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan dalam 1 Bulan	4-7
4.11	Profil Responden Berdasarkan Biaya yang Dikeluarkan	4-7
4.12	Profil Responden Berdasarkan Faktor yang Membatalkan	4-7
4.13	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	4-8
4.14	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	4-10
4.15	Hasil Kuesioner Penelitian Loyalitas Konsumen	4-12
5.1	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Variabel yang Dibuang dari Kuesioner Pendahuluan	5-4
5.3	Hasil <i>Targeting</i>	5-15
5.4	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan	5-16
5.5	Perbandingan Nilai r_{hitung} dan r_{tabel} Tingkat Kepentingan	5-18
5.6	Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-20
5.7	Hasil SPSS Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-20
5.8	Perbandingan Nilai r_{hitung} dan r_{tabel} Tingkat Kinerja	5-22

5.9	Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-23
5.10	Hasil SPSS Pengujian Validitas Loyalitas	5-24
5.11	Perbandingan Nilai r_{hitung} dan r_{tabel} Loyalitas	5-24
5.12	Hasil SPSS Pengujian Reliabilitas Loyalitas	5-24
5.13	Uji Normalitas	5-25
5.14	Uji Multikolinearitas	5-26
5.15	Uji Heteroskedastisitas	5-28
5.16	Variabel Independen dan Variabel Dependen	5-31
5.17	<i>Variables Entered/Removed</i>	5-33
5.18	<i>Model Summary</i>	5-34
5.19	ANOVA	5-35
5.20	Uji T	5-36
5.21	Nilai $\bar{Y}$	5-42
5.22	Nilai Rata-rata Kinerja dan Nilai Rata-rata Kepentingan	5-43
5.23	Koordinat Grafik	5-46
5.24	Hasil Uji Hipotesis	5-50
5.25	Analisis Gabungan	5-54
5.26	Prioritas Usulan untuk Variabel yang Belum Dimiliki Toko X	5-57

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Omset Toko X	1-2
2.1	Diagram Kartesius IPA	2-20
2.2	Wilayah Kritis Uji Z	2-22
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Diagram <i>Cartecius</i>	3-22
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-24
5.1	Persentase Usia	5-5
5.2	Persentase Jenis Kelamin	5-6
5.3	Persentase Lokasi Tempat Tinggal	5-6
5.4	Persentase Pekerjaan	5-7
5.5	Persentase Uang Saku	5-8
5.6	Persentase Pendapatan	5-9
5.7	Persentase Pengetahuan tentang Keberadaan Toko X	5-10
5.8	Persentase Alasan Utama	5-11
5.9	Persentase Frekuensi Kedatangan/Bulan	5-12
5.10	Persentase Biaya yang Dikeluarkan	5-13
5.11	Persentase Faktor yang Membatalkan	5-14
5.12	Grafik Wilayah Kritis Var6	5-38
5.13	Grafik Wilayah Kritis Var10	5-39
5.14	Grafik Wilayah Kritis Var18	5-39
5.15	Grafik Wilayah Kritis Var35	5-39
5.16	Grafik Wilayah Kritis Var50	5-39
5.17	<i>Rating Scale</i> Tingkat Loyalitas Konsumen Toko X	5-41
5.18	Hasil Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-46
5.19	Grafik Wilayah Kritis Variabel 1	5-52
5.20	<i>Rating Scale</i> Kinerja Toko X	5-52
5.21	Usulan Variabel 50	5-60

5.22	Kondisi Toko X Variabel 10	5-60
5.23	Kondisi Toko X Variabel 6	5-62
5.24	Kondisi Toko X Variabel 35	5-63
5.25	Usulan Variabel 27	5-64
5.26	Kondisi Toko X Variabel 31	5-66
5.27	Usulan Variabel 31	5-67
5.28	Kondisi Toko X Variabel 49	5-69
5.29	Kondisi Toko X Variabel 42	5-70
5.30	Kondisi Toko X Variabel 38	5-73
5.31	Kondisi Toko X Variabel 15	5-76
5.32	Kondisi Toko X Variabel 11	5-77
5.33	Kondisi Toko X Variabel 12	5-78
5.34	Kondisi Toko X Variabel 34	5-79
5.35	Kondisi Toko X Variabel 16	5-80
5.36	Kondisi Toko X Variabel 4	5-81
5.37	Kondisi Toko X Variabel 14	5-82
5.38	Usulan Variabel 22	5-83
5.39	Usulan Variabel 48	5-85



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel r <i>Product Moment</i>	L-10
4	Tabel Uji F	L-11
5	Tabel Uji T	L-12
6	Tabel Uji Normal	L-13
7	Data Mentah Variabel X dan Variabel Y	L-14
8	<i>Output SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan</i>	L-17
9	<i>Output SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja</i>	L-18
10	<i>Output SPSS Uji Validitas Tingkat Loyalitas</i>	L-19
11	<i>Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan</i>	L-19
12	<i>Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja</i>	L-19
13	<i>Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Loyalitas</i>	L-19
14	<i>Output SPSS Uji Normalitas</i>	L-20
15	<i>Output SPSS Uji Multikolinearitas</i>	L-21
16	<i>Output SPSS Uji Heteroskedastisitas</i>	L-22
17	<i>Output SPSS Model Summary</i>	L-23
18	<i>Output SPSS Uji F</i>	L-23
19	<i>Output SPSS Uji T</i>	L-24
20	<i>Output SPSS Importance Performance Analysis</i>	L-25
21	Komentar Seminar Isi	L-26