

ABSTRAK

Distro Beatbox berlokasi di Jl. Trunojoyo No.8, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung, adalah salah satu distro yang berada di area jalan Trunojoyo Bandung. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2013 bergerak dalam bidang penjualan pakaian seperti kaos, kemeja, jaket, dan lain lain. Pada awal pembukaan Distro Beatbox hingga Agustus 2016, Distro Beatbox memiliki pendapatan pada range Rp.22.000.000 hingga Rp. 27.000.000. Setelah melakukan survey dan wawancara dengan manajemen Distro Beatbox, permasalahan yang terjadi saat ini adalah penurunan pendapatan semenjak Agustus 2016 menjadi sekitar Rp. 18.000.000 per bulannya. Penelitian bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih distro dan membeli pakaian, mengetahui tingkat kinerja Distro Beatbox pada saat ini, menentukan *Segmentation, Targetting*, dan *Positioning*, mengetahui strategi bisnis apa yang sebaiknya dilakukan, serta mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari Distro Beatbox dan memberikan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Variabel penelitian disusun berdasarkan segmentasi, bauran pemasaran 7P yaitu (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*). Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 50 responden dan diolah menggunakan persentase, jika $\geq 50\%$ variable dianggap penting dan jika $< 50\%$ variable dianggap tidak penting setelah itu variable yang lolos uji dilanjutkan ke kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian berisi pertanyaan tentang profil responden, tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan keunggulan dari pesaing. Kuesioner disebar sebanyak 120 kuesioner dengan metode *purposive sampling* kepada responden yang pernah berbelanja di Distro Beatbox dan distro pesaing minimal 2 kali dalam satu tahun terakhir (Januari 2017 – Desember 2017).

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan Uji Hipotesis. Hasil CA didapatkan 24 variabel unggul dan 15 variabel tidak unggul. Hasil IPA didapatkan 14 variabel untuk perbaikan utama, 9 variabel untuk perbaikan kedua, 3 variabel untuk perbaikan ketiga dan 13 variabel untuk perbaikan keempat. Hasil Uji Hipotesis didapatkan 25 variabel puas dan 14 variabel tidak puas. Penggabungan hasil dari ketiga metode tersebut akan menghasilkan prioritas perbaikan yang mendasari usulan strategi pemasaran bagi manajemen Distro Beatbox.

Hasil dari *targetting* untuk Distro Beatbox yaitu tinggal di Bandung Barat, usia 15-35 tahun, mahasiswa dan pelajar, penghasilan rentang Rp 2.800.000 – Rp. 5.500.000 dan uang saku rentang Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, memiliki kebiasaan berbelanja pakaian di distro.

Usulan yang diberikan untuk Distro Beatbox adalah menambahkan variasi ukuran dimulai dari XS hingga XXL, menambahkan variasi warna baju yang cocok dengan desain model pakaian, penggunaan media sosial, dan frekuensi promosi melalui akun media sosial. *Positioning* yang disarankan adalah mempertahankan kualitas pakaian yang ada, mempertahankan harga yang realtif murah, mempertahankan model pakaian yang menarik, maka *tagline* untuk lebih memperkuat *positioning* yang diusulkan adalah “*feel the beat at low note*”.

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	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
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.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-6
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 Sample.....	2-9

2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-9
2.7.2	<i>Non-probability sampling</i>	2-10
2.8	Skala Pengukuran	2-11
2.9	Tipe Skala Pengukuran.....	2-12
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.11	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-16
2.11.1	Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-16
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal.....	2-17
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrument.....	2-18
2.13	<i>Correspondence Analysis</i>	2-20
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja.....	2-21
2.15	Uji Hipotesis.....	2-23
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Mulai.....	3-4
3.2	Penelitian 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.....	3-5
3.7	Studi Pustaka.....	3-6
3.8	Menentukan Model Penelitian.....	3-6
3.9	Konsep Bauran Pemasaran (7P).....	3-6
3.10	Konsep <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	3-10
3.11	Menentukan Variabel Penelitian.....	3-13
3.12	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.13	Uji Validasi Konstruksi.....	3-15
3.14	Penentuan Unit Sampling.....	3-15
3.15	Penentuan Teknik Sampling.....	3-15
3.16	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-15
3.17	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-16

3.18	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-17
3.19	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-18
3.20	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-18
3.21	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-19
3.22	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	3-20
3.23	Pengumpulan Data.....	3-20
3.24	Pengolahan Data.....	3-20
3.24.1	Metode <i>Corespondance Analysis</i>	3-20
3.24.2	Metode <i>Important Performance Analysis</i>	3-21
3.24.3	Uji Hipotesis.....	3-22
3.25	Keterkaitan metode CA, IPA dan Uji Hipotesis.....	3-24
3.26	Analisis Pengolahan Data.....	3-24
3.27	Usulan.....	3-25
3.28	Kesimpulan dan Saran.....	3-26
3.29	Selesai.....	3-26

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	Job Description.....	4-2
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	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Validitas Konstruk.....	5-3
5.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-5
5.4	Pengolahan Data Profil Responden.....	5-11
5.5	Rangkuman <i>Segmentation</i> dan <i>Targeting</i>	5-20

5.6	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-22
5.7	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-28
5.8	Uji Hipotesis.....	5-33
5.9	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis.....	5-36
5.10	<i>Positioning</i>	5-37
5.11	Usulan.....	5-39

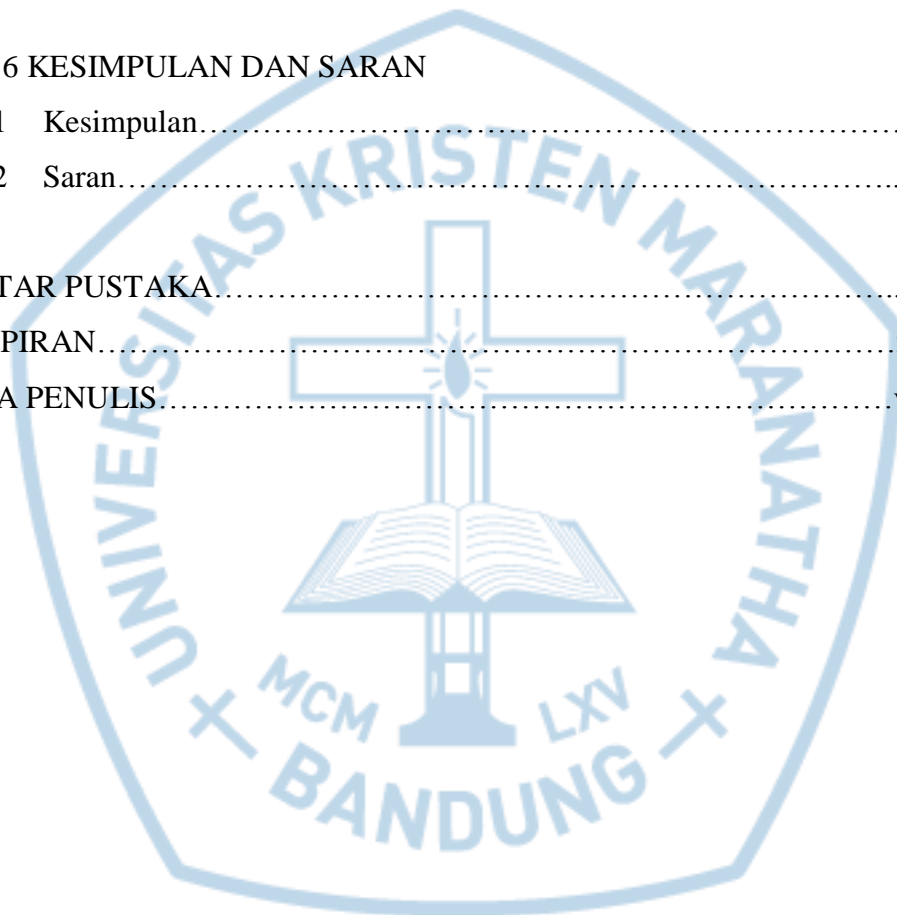
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-11

DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
---------------------	-----

LAMPIRAN.....	xvii
---------------	------

DATA PENULIS.....	viii
-------------------	------



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan	1-3
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Diagram Kartesius IPA	2-22
2.3	Wilayah Kritis	2-24
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.4	Diagram Kuadran IPA.....	3-21
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-13
5.2	<i>Pie Chart</i> Usia.....	5-14
5.3	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-15
5.4	<i>Pie Chart</i> Domisili	5-15
5.5	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-16
5.6	<i>Pie Chart</i> Penghasilan.....	5-17
5.7	<i>Pie Chart</i> Biaya yang Dikeluarkan	5-18
5.8	<i>Pie Chart</i> Tempat Membeli Pakaian.....	5-18
5.9	<i>Pie Chart</i> Pembelian di Distro	5-19
5.10	<i>Pie Chart</i> Alasan Kembali Mengunjungi Distro Beatbox	5-20
5.11	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Kedatangan	5-21
5.12	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi	5-21
5.13	<i>Pie Chart</i> Sosial Meida	5-22
5.14	Grafik <i>Row and Colums Scores CA</i>	5-27
5.15	Grafik IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5-33
5.16	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-39
5.17	<i>Instagram</i> Distro Evil Army	5-42
5.18	Tampak Depan Distro Beatbox	5-43

5.19	Harga Pakaian	5-44
5.20	Tampak Dalam Distro Beatbox.....	5-48
5.21	Distro Beatbox	5-56
5.22	Variasi Mesin EDC	5-58

