

ABSTRAK

OBC *Laundry* berdiri tahun 2006 dan berlokasi di Jalan Rancabentang I / 3A, Ciumbuleuit Bandung. OBC *Laundry* memiliki potensi berkembang yang besar karena OBC *Laundry* berlokasi di daerah yang penghuninya membutuhkan jasa *laundry* dan bersebelahan dengan tempat kost. Pendapatan kotor per bulannya tidak stabil, ketidakstabilan ini terjadi karena konsumennya tidak loyal terhadap OBC *Laundry*.

Teori yang digunakan adalah 7P (*product, price, place, promotion, people, process* dan *physical evidence*) dan *Segmenting, Targeting, dan Positioning* (STP). Penyebaran kuesioner pendahuluan dibagikan kepada 40 responden, didapatkan hasil hanya 32 atribut yang dianggap penting oleh responden dengan syarat yang sudah pernah menggunakan *laundry* secara umum dengan umur 17-24 tahun. Kemudian dibagikan kuesioner penelitian kepada 110 responden dengan syarat konsumen yang sudah pernah dan sedang menggunakan jasa OBC *Laundry* dengan umur 17-24 tahun. Kemudian hasil kuesioner penelitian diuji validitas dan reliabilitas. Hasil uji tersebut diperoleh bahwa semua atribut dinyatakan valid dan reliabel.

Pengolahan kuesioner bagian I yaitu segmentasi diolah dengan menggunakan diagram *pie chart*, lalu target pasar ditentukan dengan melihat konsumen yang potensial. Kuesioner bagian II berisi penilaian tingkat kinerja dan tingkat kepentingan OBC *Laundry*. Kuesioner bagian III berisi penilaian tingkat loyalitas konsumen terhadap OBC *Laundry*. Untuk data tingkat kinerja dan loyalitas diolah menggunakan regresi berganda dengan tingkat kinerja sebagai variabel independen dan rata-rata loyalitas sebagai variabel dependen, untuk data tingkat kinerja dan tingkat kepentingan diolah menggunakan metode uji hipotesis rata-rata, dan data profil konsumen dan loyalitas diolah menggunakan metode *Crosstabulation*.

Hasil regresi berganda adalah nilai R sebesar 0.551, nilai R^2 sebesar 0.303 dan terdapat 3 atribut yang berpengaruh yaitu pengetahuan karyawan tentang jasa yang ditawarkan berpengaruh positif terhadap loyalitas, keharuman hasil cucian, dan kesesuaian harga yang dibayar dengan pelayanan yang diberikan OBC *Laundry* berpengaruh negatif terhadap loyalitas. Hasil uji hipotesis terdapat 25 variabel dengan konsumen tidak puas, dan 7 variabel konsumen puas. Hasil *Crosstabulation* membuktikan secara statistik bahwa data profil konsumen tidak terbukti berpengaruh terhadap loyalitas.

Usulan diberikan berdasarkan prioritas dari hasil perhitungan regresi linear berganda dan Uji Hipotesis, dan STP adalah sebaiknya pihak perusahaan memberi pengharum pakaian yang beraroma lembut dan pihak *laundry* dapat memberikan pilihan jenis aroma bunga kepada konsumen, sehingga menambah kelebihan dari OBC *Laundry*. Usulan *Targeting* dituju kepada mahasiswa, dengan uang saku > Rp. 1.000.000, dengan alamat di sekitar Ciumbuleuit, dengan jenis aroma bunga, dan yang menggunakan media sosial *instagram*. Usulan slogan yang sesuai untuk mewakili OBC *Laundry* tersebut adalah “Murah, Cepat, Terpercaya, dan Siap Melayani Anda”.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
 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.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
 BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Bauran Pemasaran	2-1
2.2 Loyalitas Konsumen	2-7
2.3 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	2-11
2.4 Metode Pengumpulan Data	2-13
2.5 Skala Pengukuran	2-16
2.6 Populasi dan Sampel.....	2-18
2.7 Teknik <i>Sampling</i>	2-19
2.8 Ukuran Sampel	2-21
2.9 Tipe Skala Pengukuran (20,72)	2-22
2.10 Validitas.....	2-25

2.11 Reliabilitas	2-26
2.12 Uji Asumsi Klasik	2-28
2.12.1 Uji Normalitas	2-29
2.12.2 Uji Multikolinearitas.....	2-30
2.12.3 Uji Heteroskedastisitas	2-30
2.13 Regresi Berganda.....	2-31
2.13.1 Uji Linieritas Regresi.....	2-32
2.13.2 Uji Signifikansi Regresi Linier	2-33
2.13.3 Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	2-34
2.14 <i>Crosstabulation</i>	2-34
2.15 Uji Hipotesis	2-35

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Menentukan Topik.....	3-4
3.2 Melakukan Studi Lapangan dan Studi Literatur.....	3-4
3.3 Menentukan Latar Belakang Masalah	3-4
3.4 Identifikasi Masalah	3-5
3.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.6 Perumusan Masalah.....	3-5
3.7 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.8 Membuat Rancangan Penelitian	3-7
3.9 Membuat Model Penelitian	3-8
3.10 Identifikasi Variabel Penelitian (7P)	3-8
3.11 Membuat Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.12 Pengujian Validitas Konstruksi	3-13
3.13 Penentuan Jumlah dan Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-14
3.14 Membuat Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
3.15 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-14
3.16 Penentuan Jumlah Sample Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-16
3.18 Pengujian Validasi (SPSS)	3-16

3.19 Pengujian Reliabilitas (SPSS)	3-17
3.20 Pengumpulan Data.....	3-18
3.21 Pengolahan Data	3-18
3.22 Analisis dan Usulan	3-25
3.23 Kesimpulan dan Saran.....	3-25

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.....	4-2
4.1.3 Alur Kerja di OBC Laundry	4-3
4.1.4 Jenis Pelayanan OBC Laundry	4-3
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-4
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-5

BAB 5 ANALISA DATA

5.1 Pengujian Validitas Konstruksi	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Data	5-3
5.3.1 Uji Validitas Kuesioner	5-3
5.3.2 Uji Realibilitas Data	5-8
5.4 Pengolahan Data	5-10
5.4.1 Asumsi Klasik.....	5-10
5.4.2 Regresi Linier Berganda	5-16
5.4.3 Tingkat Loyalitas Konsumen.....	5-20
5.4.4 Tingkat Kinerja OBC Laundry	5-21
5.4.5 <i>Crosstabulation</i>	5-21
5.4.5 Uji Hipotesis	5-28
5.5 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	5-31
5.6 Prioritas Perbaikan.....	5-41
5.7 <i>Positioning</i>	5-42

5.7 Usulan.....	5-44
-----------------	------

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran	6-8
6.2.1 Saran Terhadap Penelitian Selanjutnya	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Tingkat Pendapatan Kotor/bulan	1 – 2
2.1	Uji Statistik untuk Pengujian Koefisien Korelasi	2 – 33
2.2	Interpretasi Koefisien Korelasi	2 – 34
3.1	Tabel Variabel 7P	3 – 11
3.2	Prioritas Perbaikan	3 – 25
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 – 4
4.2	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4 – 5
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4 – 5
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Pendapatan	4 – 5
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Uang Jajan	4 – 5
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Tingkat Pengeluaran /bulan	4 – 5
4.7	Profil Konsumen Berdasarkan Alamat	4 – 6
4.8	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi/bulan	4 – 6
4.9	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Wangi	4 – 6
4.10	Profil Konsumen Berdasarkan Mengetahui OBC <i>Laundry</i>	4 – 6
4.11	Profil Konsumen Berdasarkan Media Cetak	4 – 7
4.12	Profil Konsumen Berdasarkan Media Sosial	4 – 7
4.13	Atribut-atribut Kuesioner Bagian II	4 – 8
4.14	Rangkuman Jawaban Tingkat Kepentingan Konsumen	4 – 9
4.15	Rangkuman Jawaban Tingkat Kinerja Konsumen	4 – 10
4.16	Rangkuman Jawaban Loyalitas Konsumen	4 – 11
5.1	Hasil Variabel Kuesioner Pendahuluan	5 – 2
5.2	<i>Output SPSS</i> Tingkat Kepentingan	5 – 3

5.3	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritik	
	Tingkat Kepentingan	5 – 5
5.4	<i>Output SPSS</i> Tingkat Kinerja	5 – 6
5.5	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritik	
	Tingkat Kinerja	5 – 7
5.6	<i>Output SPSS</i> Loyalitas	5 – 8
5.7	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritik	
	Loyalitas	5 – 8
5.8	<i>Output SPSS</i> Tingkat Kepentingan	5 – 9
5.9	<i>Output SPSS</i> Tingkat Kinerja	5 – 9
5.10	<i>Output SPSS</i> Loyalitas	5 – 10
5.11	<i>Output SPSS</i>	5 – 11
5.12	<i>Output SPSS</i>	5 – 13
5.13	<i>Output SPSS</i>	5 – 15
5.14	<i>Output SPSS</i>	5 – 17
5.15	<i>Output SPSS</i>	5 – 18
5.16	<i>Output SPSS</i>	5 – 18
5.17	Kuesioner Bagian III (Tingkat Loyalitas)	5 – 20
5.18	Hasil Rata-Rata Loyalitas	5 – 20
5.19	Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja OBC Laundry	5 – 21
5.20	<i>Output SPSS</i>	5 – 22
5.21	<i>Output SPSS</i>	5 – 22
5.22	<i>Output SPSS</i>	5 – 23
5.23	<i>Output SPSS</i>	5 – 23
5.24	<i>Output SPSS</i>	5 – 24
5.25	<i>Output SPSS</i>	5 – 25
5.26	<i>Output SPSS</i>	5 – 26
5.27	<i>Output SPSS</i>	5 – 26
5.28	Rangkuman Hasil Uji Hipotesis	5 – 29
5.29	Rangkuman Hasil Segmentasi	5 – 37
5.30	Rangkuman Hasil <i>Targetting</i>	5 – 38

5.31	Prioritas Perbaikan	5 – 41
5.32	Prioritas Perbaikan	5 – 42



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Tingkat Pendapatan OBC <i>Laundry</i>	1 – 2
2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2 – 19
2.2	Wilayah Kritis	2 – 36
3.1	Gambar <i>Flowchart</i>	3 – 1
3.2	Diagram Rancangan Penelitian	3 – 7
3.3	Model Penelitian	3 – 8
3.4	Gambar Uji Hipotesis	3 – 24
4.1	OBC <i>Laundry</i>	4 – 1
4.2	Peta Lokasi OBC <i>Laundry</i>	4 – 2
4.3	Struktur Organisasi OBC <i>Laundry</i>	4 – 2
5.1	Grafik <i>Linierity</i>	5 – 16
5.2	Grafik Wilayah Kritis	5 – 30
5.3	Jenis Kelamin	5 – 31
5.4	Pekerjaan	5 – 31
5.5	Pendapatan	5 – 32
5.6	Uang Saku	5 – 32
5.7	Tingkat Pengeluaran <i>Laundry</i> /bulan	5 – 33
5.8	Alamat di Bandung	5 – 34
5.9	Frekuensi <i>Laundry</i> /bulan	5 – 34
5.10	Jenis Wangi/ Aroma	5 – 35
5.11	Mengetahui OBC <i>Laundry</i>	5 – 35
5.12	Media Cetak	5 – 36
5.13	Media Sosial	5 – 36
5.14	Besar Diskon Kepada Member	5 – 48
5.15	Variasi Jenis Cucian	5 – 49
5.16	Usulan Rak Penyimpanan	5 – 50



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
Lampiran 1	Lembar Komentor Seminar Proposal	L1 – 1
Lampiran 1	Lembar Bimbingan Tugas Akhir	L1 – 4
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L2 – 1
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L3 – 1
Lampiran 4	Lembar Komentor Validitas Konstruk dan Seminar Isi	L4 – 1
Lampiran 5	Data Mentah Tingkat Kinerja, Kepentingan, Dan Loyalitas OBC <i>Laundry</i>	L5 – 1
Lampiran 6	Tabel R dan Tabel Z	L6 – 1