

ABSTRAK

Meatology Café & Resto berdiri pada 6 Maret 2016. Masalah yang dihadapi oleh Meatology Café & Resto adalah terjadinya penurunan penjualan setiap bulannya mencapai -20% pada bulan Januari 2018. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan usulan agar Meatology Café & Resto dapat meningkatkan penjualan dan dapat bersaing dengan café & resto yang menjual *steak* lainnya yaitu Karnivor.

Variabel yang digunakan untuk kuesioner dalam penelitian ini yaitu menggunakan variabel bauran pemasaran (7P) yaitu *product, price, place, promotion, people, physical evidence* dan *process* dan konsep *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* (STP).

Kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 40 responden yang kemudian diolah dengan metode persentase variabel yang $< 50\%$ akan dibuang dan tidak digunakan pada penelitian selanjutnya, sedangkan variabel $\geq 50\%$ akan digunakan untuk penelitian selanjutnya. Kuesioner penelitian bagian I dan bagian II disebarkan kepada 120 responden dengan menggunakan teknik sampling *purposive sampling*.

Kuesioner bagian I untuk mengetahui profil responden Meatology Café & Resto. Pengolahan data pada kuesioner bagian II menggunakan *Importance Performace Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang diinginkan oleh konsumen, *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui posisi Meatology Café & Resto dibandingkan dengan pesaing yaitu Karnivor dan Uji Hipotesis untuk mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen.

Hasil dari pengolahan data saat melakukan Pengujian Validitas diperoleh semua $r_{hitung} > r_{tabel}$, pada Pengujian Reliabilitas semua variabel yang diperoleh $\geq 0,7$ yang berarti semua variabel dapat diandalkan dan dapat dilanjutkan untuk penelitian selanjutnya, menggunakan metode IPA didapatkan 13 variabel pada Kuadran 1, 11 variabel pada Kuadran 2, 8 variabel pada kuadran 3 dan 13 variabel pada Kuadran 4. Pada pengolahan data dengan menggunakan metode CA didapatkan 25 variabel yang tidak unggul dan 20 variabel yang unggul. Pada pengolahan data dengan menggunakan metode Uji Hipotesis didapatkan 25 variabel yang tidak puas dan 20 variabel lainnya puas.

Targeting untuk Meatology Café & Resto adalah Pelajar/Mahasiswa dan Karyawan sebesar 80% dengan usia 18 sampai dengan 35 tahun sebesar 79% dan datang ke Meatology Café 78% Resto untuk berkumpul dengan teman, mengerjakan tugas dan bertemu rekan kerja. Usulan *positioning* diatas adalah “*We Don’t Just Serve Steak, We Live It*” yang diberikan kepada Meatology Café & Resto adalah Café & Resto yang menyediakan *steak* dengan kualitas baik bagi Pelajar/Mahasiswa dan Wirausaha, dan juga tetap memberikan kualitas pelayanan yang baik baik dari hal keramahan maupun kesopanan karyawan dalam melayani konsumen, memberikan ruang yang nyaman untuk area *smooking* dan juga kursi dan meja yang nyaman dan didesain khusus agar nyaman untuk berdiam lama, karena tujuan konsumen yang datang ke Meatology Café & Resto yaitu untuk mengerjakan tugas, bertemu dengan teman dan bertemu dengan rekan kerja.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
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.....	1-5
1.6 Sistematika Penelitian	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	2-1
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	2-2
2.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	2-2
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-4
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-4
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-5
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-6
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.5 Populasi dan Sampel	2-17
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-17
2.7 Teknik <i>Sampling</i>	2-18

2.8	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-20
2.8.1	Skala Pengukuran	2-20
2.8.2	Instrumen Penelitian	2-21
2.9	Tipe Skala Pengukuran.....	2-23
2.10	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	2-25
2.10.1	Pengujian Validitas.....	2-25
2.10.2	Pengujian Reliabilitas	2-27
2.11	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-30
2.12	<i>Correspondence Analysis</i>	2-33
2.13	Uji Hipotesis.....	2-34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Keterangan <i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-6
3.1.1	Mulai	3-7
3.1.2	Penelitian Pendahuluan.....	3-7
3.1.3	Identifikasi Masalah.....	3-7
3.1.4	Pembatasan Masalah.....	3-8
3.1.5	Perumusan Masalah	3-8
3.1.6	Tujuan penelitian.....	3-8
3.1.7	Studi Pustaka.....	3-9
3.1.8	Rancangan Penelitian.....	3-9
3.1.9	Penentuan Variabel Penelitian	3-10
3.1.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-12
3.1.11	Pengujian Validitas Konstruk	3-13
3.1.12	Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.1.13	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.1.14	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
3.1.15	Revisi Kuesioner Penelitian	3-14
3.1.16	Menentukan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.1.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.1.18	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-18
3.1.19	Pengujian Reliabilitas	3-19
3.1.20	Pengolahan Data	3-20

3.1.21 Analisis.....	3-25
3.1.22 Usulan	3-26
3.1.23 Kesimpulan dan Saran	3-26
3.1.24 Selesai	3-27
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-1
4.1.3 Deskripsi Pekerjaan	4-2
4.2 Kuesioner	4-3
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.2 Kuesioner Penelitian.....	4-5
BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS	
5.1 Validitas Konstruk.....	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Kuesioner Penelitian.....	5-5
5.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-18
5.5 Metode <i>Importance Perfomance Analysis</i> (IPA)	5-22
5.6 Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-29
5.7 Uji Hipotesis.....	5-33
5.8 Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan Uji Hipotesis	5-36
5.9 <i>Targeting</i>	5-38
5.10 <i>Positioning</i>	5-40
5.11 Usulan.....	5-42
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-20
DAFTAR PUSTAKA	xviii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Data Penjualan Meatology Café & Resto Maret 2016 s.d. Mei 2018	1-2
3.1	Variabel Penelitian (7P)	3-11
3.2	Tabel Hubungan Antar Metode	3-26
4.1	Tabel Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2	Tabel Data Pesaing	4-4
4.3	Tabel Usia	4-5
4.4	Tabel Pekerjaan	4-5
4.5	Tabel Tempat Tinggal	4-5
4.6	Tabel Penghasilan/Bulan	4-6
4.7	Tabel Uang Saku/Bulan	4-6
4.8	Tabel Tujuan ke Meatology Café & Resto	4-6
4.9	Tabel Alasan Utama	4-7
4.10	Tabel Penggunaan Wifi	4-7
4.11	Tabel Datang ke Meatology Café & Resto dengan Siapa	4-7
4.12	Tabel Pengeluaran	4-8
4.13	Tabel Mengetahui Meatology Café & Resto dari	4-8
4.14	Tabel Media Sosial yang Sering Digunakan	4-8
4.15	Tabel Makanan yang Sering Dibeli	4-9
4.16	Tabel Minuman yang Sering Dibeli	4-9
4.17	Tabel Hari Kunjungan	4-9
4.18	Tabel Seberapa Sering	4-10
4.19	Tabel Jam Kedatangan	4-10
4.20	Tabel Waktu yang dihabiskan	4-10
4.21	Tabel Stop Kontak	4-11
4.22	Tabel Hiburan yang Disukai	4-11
4.23	Tabel Kursi yang Diinginkan	4-11

Tabel	Nama Tabel	Halaman
4.24	Tabel Meja yang Diinginkan	4-12
4.25	Tabel Membawa Kendaraan	4-12
4.26	Tabel Tingkat Pencahayaan	4-12
4.27	Tabel Jenis Pencahayaan	4-12
4.28	Tabel Hasil Tingkat Kepentingan	4-13
4.29	Tabel Hasil Tingkat Kinerja	4-14
4.30	Tabel Hasil Peringkat	4-15
5.1	Tabel Hasil Perhitungan Persentase Pesaing	5-1
5.2	Tabel Hasil Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.3	Tabel Variabel Penelitian	5-4
5.4	Tabel Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-19
5.5	Tabel Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-21
5.6	Tabel Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-23
5.7	Tabel Variabel-Variabel Pada Kuadran 1	5-27
5.8	Tabel Variabel-Variabel Pada Kuadran 2	5-28
5.9	Tabel Variabel-Variabel Pada Kuadran 3	5-28
5.10	Tabel Variabel-Variabel Pada Kuadran 4	5-29
5.11	Tabel Hasil Peringkat Keunggulan Meatology Café & Resto	5-30
5.12	Tabel Hasil Perhitungan Jarak <i>Correspondence Analysis</i>	5-32
5.13	Tabel Hasil Uji Hipotesis	5-35
5.14	Tabel Skala Prioritas Perbaikan	5-37
5.15	Tabel Keunggulan Meatology Café & Resto	5-41
6.1	Tabel Hasil <i>Targeting</i>	6-10
6.2	Tabel Keunggulan Meatology Café & Resto	6-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Gambar Data Penjualan Meatology Café & Resto Maret 2016 s.d. Mei 2018	1-3
Gambar 2.1	Gambar Diagram Kartesius IPA	2-32
Gambar 2.2	Gambar Grafik Wilayah Kritis	2-35
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Gambar Rancangan Penelitian	3-9
Gambar 3.3	Gambar Lokasi Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-15
Gambar 3.4	Gambar Lokasi Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-17
Gambar 3.5	Gambar Diagram Kartesius IPA	3-22
Gambar 3.6	Gambar Wilayah Kritis Pengujian Z	3-24
Gambar 4.1	Gambar Struktur Organisasi Meatology Café & Resto	4-1
Gambar 5.1	<i>Pie Chart</i> Pesaing	5-2
Gambar 5.2	Gambar <i>Pie Chart</i> Usia	5-5
Gambar 5.3	Gambar <i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-5
Gambar 5.4	Gambar <i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-6
Gambar 5.5	Gambar <i>Pie Chart</i> Penghasilan/Bulan	5-6
Gambar 5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang Saku/ Bulan	5-7
Gambar 5.7	Gambar <i>Pie Chart</i> Tujuan ke Meatology Café & Resto	5-7
Gambar 5.8	Gambar <i>Pie Chart</i> Alasan Utama ke Meatology Café & Resto	5-8
Gambar 5.9	Gambar <i>Pie Chart</i> Penggunaan Wifi	5-8
Gambar 5.10	Gambar <i>Pie Chart</i> Datang ke Meatology Café & Resto Dengan	5-9
Gambar 5.11	Gambar <i>Pie Chart</i> Pengeluaran di Meatology Café & Resto	5-9
Gambar 5.12	Gambar <i>Pie Chart</i> Mengetahui Meatology Café & Resto	5-10
Gambar 5.13	Gambar <i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Sering Digunakan	5-10
Gambar 5.14	Gambar <i>Pie Chart</i> Makanan yang Sering Dibeli	5-11
Gambar 5.15	Gambar <i>Pie Chart</i> Minuman yang Sering Dibeli	5-11
Gambar 5.16	Gambar <i>Pie Chart</i> Hari Kunjungan	5-12

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.17	Gambar <i>Pie Chart</i> Rata-Rata Seberapa Sering ke Meatology Café & Resto	5-12
Gambar 5.18	Gambar <i>Pie Chart</i> Jam Kedatangan ke Meatology Café & Resto	5-13
Gambar 5.19	Gambar <i>Pie Chart</i> Waktu yang Dhabiskan di Meatology Café & Resto	5-13
Gambar 5.20	Gambar <i>Pie Chart</i> Kebutuhan Stop Kontak	5-14
Gambar 5.21	Gambar <i>Pie Chart</i> Hiburan yang Disukai	5-14
Gambar 5.22	Gambar <i>Pie Chart</i> Kursi yang Diinginkan	5-15
Gambar 5.23	Gambar <i>Pie Chart</i> Meja yang Diinginkan	5-16
Gambar 5.24	Gambar <i>Pie Chart</i> Apakah Selalau Membawa Kendaraan	5-16
Gambar 5.25	Gambar <i>Pie Chart</i> Tingkat Pencahayaan	5-17
Gambar 5.26	Gambar <i>Pie Chart</i> Jenis Pencahayaan	5-17
Gambar 5.27	Gambar Hasil Perhitungan Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-20
Gambar 5.28	Gambar Hasil Perhitungan Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-22
Gambar 5.29	Gambar Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-25
Gambar 5.30	Gambar Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-26
Gambar 5.31	Gambar Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-31
Gambar 5.32	Gambar Grafik Wilayah Kritis	5-36
Gambar 5.33	Gambar Kondisi Parkiran Meatology Cafe & Resto	5-41
Gambar 5.34	Gambar Kondisi Parkiran Karnivor	5-42
Gambar 5.35	Gambar Kejelasan Informasi Dari Meatology Café & Resto	5-43
Gambar 5.36	Gambar Kejelasan Infomasi Dari Karnivor	5-44
Gambar 5.37	Gambar Menu <i>Steak</i> di Meatology Café & Resto	5-47
Gambar 5.38	Gambar Menu <i>Steak</i> di Karnivor	5-48
Gambar 5.39	Gampar Papan Nama Meatology Café & Resto	5-51
Gambar 5.40	Gampar Papan Nama Karnivor	5-51
Gambar 5.41	Gambar Kondisi Jendela di Ruang <i>Smoking</i> dari Luar	5-52
Gambar 5.42	Gambar Kondisi Jendela di Ruang <i>Smoking</i> Meatology Café & Resto dari Dalam 1	5-53
Gambar 5.43	Gambar Kondisi Jendela di Ruang <i>Smoking</i> Meatology Café & Resto dari Dalam 2	5-54

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.44	Gambar Kondisi Jendela di Ruang <i>Smoking</i> Karnivor	5-54
Gambar 5.45	Gambar Tingkat Penerangan Meatology Café & Resto	5-63
Gambar 5.46	Gambar Tingkat Penerangan Lampu	5-64
Gambar 5.47	Gambar <i>Steak</i> di Meatology Café & Resto	5-66
Gambar 5.48	Gambar <i>Chicken Cordon Bleu</i> di Meatology Café & Resto	5-67
Gambar 5.49	Gambar Minuman Untuk <i>Sharing</i> di Karnivor	5-67
Gambar 5.50	Gambar <i>Steak</i> di Karnivor	5-68
Gambar 5.51	Gambar Promosi <i>Birthday Month</i> Meatology Café & Resto	5-69
Gambar 5.52	Gambar Promosi <i>Valentine Package</i> Meatology Café & Resto	5-69
Gambar 5.53	Gambar Promosi <i>Trip To Bangkok</i> di Karnivor	5-70
Gambar 5.54	Gambar Promosi <i>Lunch For 2</i> di Karnivor	5-71
Gambar 5.55	Gambar Papan Nama Meatology Café & Resto	5-72
Gambar 5.56	Gambar Papan Nama Meatology Café & Resto Bagian Depan	5-72
Gambar 5.57	Gambar Papan Nama Karnivor Pada Siang Hari	5-73
Gambar 5.58	Gambar Papan Nama Karnivor Pada Malam Hari	5-73
Gambar 5.59	Gambar Kursi di Lantai 1 Meatology Café & Resto	5-77
Gambar 5.60	Gambar Kursi di Lantai 2 (<i>Smoking</i>) Meatology Café & Resto	5-77
Gambar 5.61	Gambar Kursi di Lantai 2 (<i>Non-Smoking</i>) Meatology Café & Resto	5-77
Gambar 5.62	Gambar Usulan Meja dan Kursi untuk Meatology Café & Resto	5-80
Gambar 5.63	Gambar <i>Desain Interior</i> Lantai 1 Bagian Depan	5-82
Gambar 5.64	Gambar <i>Desain Interior</i> Lantai 1 Bagian Belakang	5-83
Gambar 5.65	Gambar <i>Desain Interior</i> Lantai 1 Bagian Arah Tangga	5-83
Gambar 5.66	Gambar <i>Desain Interior</i> Lantai 2	5-84
Gambar 5.67	Gambar Kemenarikan Cara Penyajian di Meatology Café & Resto	5-86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Form Validitas Konstruk	L-1
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L-2
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L-3
Lampiran 4	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	L-5
Lampiran 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	L-6
Lampiran 6	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	L-7
Lampiran 7	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Keunggulan	L-8
Lampiran 8	SPSS Validitas Reliabilitas Kepentingan	L-9
Lampiran 9	SPSS Validitas Reliabilitas Kinerja	L-10
Lampiran 10	SPSS Output IPA	L-11
Lampiran 11	SPSS Output CA	L-12
Lampiran 12	Tabel Nilai r	L-13
Lampiran 13	Tabel Nilai Z	L-14
Lampiran 14	Lembar Komentar Seminar Isi	L-15

