

ABSTRAK

Kafe X bertempat di daerah Antapani, Bandung Timur, merupakan jenis usaha di bidang jasa yang menjual berbagai jenis makanan dan minuman. Sejak 2016 akhir kafe X telah berdiri dan berlokasi di jalan Terusan Jakarta, Antapani, Bandung. Dalam penelitian ini dilakukan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak kafe X, didapati bahwa penjualan kafe X setelah beberapa bulan beroperasi tidak mengalami peningkatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku konsumen kafe X yaitu faktor-faktor yang dipentingkan dalam memilih produk dan faktor internal-eksternal kafe X agar dapat menentukan strategi-strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan.

Peneliti melakukan wawancara, pengamatan dan penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian. Kuesioner berisikan pertanyaan tentang profil responden dan variabel-variabel yang penting dalam pemilihan kafe yang didasarkan pada konsep *Marketing Mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence)*. Selain itu, peneliti melakukan wawancara kepada pihak kafe X berdasarkan *Porter's 5 Forces*.

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* menghasilkan ada 22 variabel di kuadran I (Pertahankan Prestasi), 7 variabel kuadran II (Fokus Utama), 15 variabel di kuadran III (Fokus Rendah), dan 14 variabel di kuadran IV (Berlebihan). Pada uji hipotesis didapat 36 variabel yang dianggap puas dan 22 variabel yang dianggap tidak puas oleh konsumen. Hasil dari kedua metode tersebut akan dihubungkan untuk menghasilkan prioritas perbaikan. Faktor internal didapat dari hasil metode Uji Hipotesis yang akan diolah oleh matriks IFE. Lalu, untuk faktor eksternal diambil dari hasil wawancara yang akan diolah oleh matriks EFE. Hasil dari matriks-matriks tersebut akan diolah dalam matriks IE (*Interval-External Matrix*) menghasilkan jenis strategi apa yang sesuai untuk kafe X. Lalu *SWOT (strength, opportunity, weakness, threat) Matrix* akan menghasilkan strategi-strategi yang dapat dilakukan kafe X yang nantinya akan dipadukan dengan *IE Matrix*.

Matriks EFE kafe X bernilai 2,551 dan IFE bernilai 3,008 menghasilkan matriks IE di sel 4 yang berarti strategi yang akan diterapkan akan sesuai dengan arah strategi yang selama ini dilakukan yaitu memfokuskan pada pengembangan produk produk makanan dan minuman. Usulan *targeting* kafe X adalah konsumen berusia 15-30 tahun berdomisili di Bandung Timur. Menu yang paling sering dibeli adalah menu berjenis kopi yang berkisar antara Rp.25,000 - Rp.35,000. Lalu, hasil dari matriks IE tersebut dihubungkan dengan hasil analisis SWOT dengan 4 perspektif, yaitu perspektif konsumen, keuangan, dan proses bisnis dan SDM. *Positioning* yang diusulkan peneliti adalah kafe X menjadi sebuah kafe yang memfasilitasi konsumennya untuk berkumpul dengan teman-temannya.

Usulan yang diberikan kepada kafe X diantaranya mengembangkan kualitas dan keanekaragaman produk minuman berjenis kopi, kualitas rasa, penyajian dan membuat promosi-promosi tentang produk dan fasilitas kafe baik di media sosial.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Bauran Pemasaran	2-1
2.2 Metode Pengumpulan Data	2-5
2.2.1 <i>Interview</i>	2-5
2.2.2 Kuesioner	2-5
2.2.3 Observasi.....	2-6
2.3 Pengujian Validitas Instrumen	2-14
2.4 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-16
2.5 Segmentation, Targetting, dan Positioning	2-17
2.6 Konsep Strategi	2-20
2.7 Tipe Strategi	2-20
2.8 Elemen Pokok Strategi	2-21
2.9 Tahap Perencanaan Strategis.....	2-21
2.10 Uji Hipotesis.....	2-22
2.11 Importance Performance Analysis (IPA)	2-24

2.12. Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	2-26
2.13. Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	2-27
2.14. Matriks <i>Internal-External</i>	2-28
2.15. SWOT Matrix atau TOWS.....	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-7
3.2 Menentukan Identifikasi Masalah	3-7
3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-8
3.4 Perumusan Masalah	3-8
3.5 Tujuan Penelitian	3-8
3.6 Melakukan Studi Pustaka	3-9
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-9
3.8 Menentukan Metode Pengumpulan Data	3-13
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan, Penelitian & Pedoman Wawancara	3-13
3.10 Pengujian Validitas Konstruk	3-19
3.11 Penentuan Jumlah Kuesioner Pendahuluan	3-19
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-19
3.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-19
3.14 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-20
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-20
3.16 Pengujian Validitas	3-21
3.17 Pengujian Reliabilitas.....	3-22
3.18 Pengolahan Data dan Analisis	3-23
3.19 Usulan.....	3-33
3.20 Kesimpulan dan Saran	3-33

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner	4-1
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-4
4.3 Hasil Wawancara.....	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Pengujian Validitas Konstruk	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Pengolahan Data Segmentasi	5-4
5.4 Uji Hipotesis.....	5-17
5.5 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-22
5.6 Hubungan Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan Metode Uji Hipotesis	5-27
5.7 <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	5-29
5.8 <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE).....	5-32
5.9 <i>Internal – External</i> (IE) <i>Matrix</i>	5-36
5.10 SWOT Matrix.....	5-37
5.11 Hubungan IE Matrix dan SWOT Matrix	5-43
5.12 <i>Targeting</i>	5-45
5.13 <i>Positioning</i>	5-46
5.14 Usulan.....	5-54

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-22

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Matriks SWOT	2-32
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
Tabel 3.2	Profil Responden.....	3-16
Tabel 3.3	Pedoman Wawancara untuk faktor Eksternal	3-18
Tabel 3.4	Matriks EFE	3-28
Tabel 3.5	<i>Rating</i> IFE	3-29
Tabel 3.6	Matriks EFE	3-30
Tabel 3.7	Matriks SWOT	3-31
Tabel 3.8	Prioritas Perbaikan Berdasarkan Metode IPA & Uji Hipotesis	3-32
Tabel 4.1	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
Tabel 4.2	Kafe Pesaing.....	4-3
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Profil Responden.....	4-4
Tabel 4.4	Rangkuman Tingkat Kepentingan.....	4-10
Tabel 4.5	Rangkuman Tingkat Kinerja.....	4-11
Tabel 5.1	Data Pesaing.....	5-1
Tabel 5.2	Pengolahan dengan Metode Statistika Deskriptif	5-2
Tabel 5.3	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	5-13
Tabel 5.4	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Kepentingan	5-14
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-15
Tabel 5.6	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Kinerja.....	5-16
Tabel 5.7	Hasil Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-17
Tabel 5.8	Hasil Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-17
Tabel 5.9	Hasil Uji Hipotesis	5-19

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.10	Uji Hipotesis Hasil Puas	5-20
Tabel 5.11	Uji Hipotesis Hasil Tidak Puas	5-21
Tabel 5.12	Hasil Uji IPA.....	5-22
Tabel 5.13	Variabel Kuadran II.....	5-25
Tabel 5.14	Variabel Kuadran III	5-25
Tabel 5.15	Variabel Kuadran I.....	5-26
Tabel 5.16	Variabel Kuadran IV	5-27
Tabel 5.17	Prioritas Perbaikan Berdasarkan Metode IPA & Uji Hipotesis	5-28
Tabel 5.18	Identifikasi faktor eksternal dari wawancara	5-30
Tabel 5.19	Hasil Wawancara EFE (<i>Opportunities & Threats</i>)	5-31
Tabel 5.20	<i>Rating</i> IFE	5-33
Tabel 5.21	Hasil IFE	5-35
Tabel 5.22	Strategi SO	5-38
Tabel 5.23	Strategi ST.....	5-39
Tabel 5.24	Strategi WO.....	5-41
Tabel 5.25	Strategi WT	5-42
Tabel 5.26	Hubungan IE <i>Matrix</i> – SWOT <i>Matrix</i>	5-43
Tabel 6.1	Uji Hipotesis Hasil Puas	6-11
Tabel 6.2	Uji Hipotesis Hasil Tidak Puas	6-12
Tabel 6.3	Faktor Eksternal	6-13
Tabel 6.4	Hubungan IE <i>Matrix</i> – SWOT <i>Matrix</i>	6-16

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Formula Strategis.....	2-22
Gambar 2.2	Diagram Kartesius IPA	2-25
Gambar 2.3	Matriks IE	2-28
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Kuadran IPA.....	3-26
Gambar 3.3	<i>IE Matrix</i>	3-30
Gambar 5.1	Jenis Kelamin.....	5-4
Gambar 5.2	Usia	5-4
Gambar 5.3	Jenis Pekerjaan	5-5
Gambar 5.4	Uang Saku	5-5
Gambar 5.5	Pendapatan	5-6
Gambar 5.6	Domisili.....	5-6
Gambar 5.7	Harga Makanan yang biasa dibeli	5-7
Gambar 5.8	Harga Minuman yang biasa dibeli	5-7
Gambar 5.9	Tujuan datang ke Kafe X	5-8
Gambar 5.10	Media dimana konsumen mendapat info tentang kafe X.....	5-8
Gambar 5.11	Seberapa tertariknya konsumen promosi yang dilakukan kafe	5-9
Gambar 5.12	Seberapa sering konsumen memakai jasa kurir <i>Online</i>	5-9
Gambar 5.13	Media Sosial yang sering dipakai	5-10
Gambar 5.14	Berapa kali tidak jadi berkunjung karena kurang lahan parkir di kafe X	5-10
Gambar 5.15	Produk yang dibeli konsumen kafe X	5-11
Gambar 5.16	Tujuan konsumen memakai fasilitas internet	5-11
Gambar 5.17	Seberapa sering konsumen berfoto di kafe X	5-12
Gambar 5.18	Grafik Wilayah Kritis Variabel 1	5-18
Gambar 5.19	Diagram Hasil IPA.....	5-24

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.20	Matriks IE	5-36
Gambar 5.21	Kontak Listrik (1).....	5-49
Gambar 5.22	Kontak Listrik (2).....	5-50
Gambar 5.23	Menu Kafe X (1)	5-51
Gambar 5.24	Menu Kafe X (2)	5-51
Gambar 5.25	Ruangan Kafe X (1)	5-52
Gambar 5.26	Ruangan Kafe X (2)	5-53
Gambar 5.27	Logo Kafe X.....	5-53
Gambar 5.28	Media Sosial kafe X	5-56
Gambar 5.29	Usulan Penggunaan Media Sosial	5-57
Gambar 5.30	Menu Makanan (1).....	5-58
Gambar 5.31	Menu Makanan (2).....	5-58
Gambar 5.32	Menu Makanan Usulan	5-59
Gambar 5.33	Penyajian Makanan Kafe X	5-60
Gambar 5.34	Makanan Usulan.....	5-61
Gambar 5.35	Tampak Luar Kafe X	5-67
Gambar 5.36	Alternatif Pembayaran Kafe X.....	5-71
Gambar 5.37	Menu Minuman (1)	5-81
Gambar 5.38	Menu Minuman (2)	5-81
Gambar 5.39	Menu Minuman Usulan	5-82
Gambar 5.40	Penyajian Minuman Kafe X.....	5-82
Gambar 5.41	Penyajian Minuman Usulan	5-83
Gambar 5.42	Penyajian Makanan Kafe X	5-84
Gambar 5.43	Penyajian Makanan Usulan.....	5-84
Gambar 5.44	Ruang Bebas Merokok Kafe X	5-89
Gambar 5.45	Ruang Merokok Kafe X.....	5-90
Gambar 6.1	Makanan Usulan.....	6-18

DAFTAR LAMPIRAN

1. Form Validitas Konstruk
2. Kuesioner Pendahuluan
3. Kuesioner Penelitian
4. Hasil Peyebaran Kuesioner Pendahuluan
5. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja
6. Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan
7. SPSS Validitas dan Reabilitas Kepentingan
8. SPSS Validitas dan Reabilitas Kinerja
9. SPSS *Output* IPA
10. Tabel Nilai r
11. Tabel Nilai Z

