

ABSTRAK

LOOP merupakan salah satu *brand* yang dimiliki oleh PT Telkomsel Indonesia dan dibuat untuk segmen anak muda. Berdasarkan hasil wawancara, segmen yang seharusnya 60% untuk anak muda dan 40% untuk orang dewasa saat ini implementasinya berbalikan sehingga LOOP harus melakukan *repositioning* dan *rebranding* lagi untuk dapat mengembalikan target anak muda yang berfokus pada mahasiswa. Tujuan penelitian adalah mengetahui faktor yang dipentingkan mahasiswa dalam memutuskan pembelian kartu perdana, mengetahui pengaruh kinerja LOOP terhadap keputusan pembelian kartu perdana, mengetahui kepuasan mahasiswa terhadap LOOP, dan mengetahui usulan yang diberikan untuk dapat meningkatkan konsumen anak muda khususnya di tingkat mahasiswa.

Konsep bauran pemasaran terdiri atas 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Penelitian dimulai dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 33 responden yang terdiri dari 26 variabel dan menghasilkan 24 variabel dari konsep bauran pemasaran yang dianggap penting. Setelah itu, peneliti menyebarkan 135 kuesioner penelitian yang didalamnya terdapat 3 bagian yaitu profil responden, kuesioner untuk menilai tingkat kepentingan dan kinerja, dan keputusan pembelian. Syarat responden kuesioner penelitian adalah mahasiswa yang belum pernah menggunakan LOOP di beberapa universitas yang masuk dalam daerah penjualan LOOP di Kota Bandung.

Data kuesioner bagian I (profil responden) diolah menggunakan *pie chart* untuk mengetahui segmen pasar. Data tingkat kepentingan dan kinerja diuji validitas dan reliabilitas, kemudian diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Uji Hipotesis. Sebelum diolah dengan *Discriminant Analysis* (DA), data tingkat kinerja dan keputusan pembelian diuji asumsi klasik. DA bertujuan mengetahui variabel kinerja mana yang membedakan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Pengolahan IPA bertujuan mengetahui variabel mana yang berada pada kuadran prioritas perbaikan. Uji hipotesis bertujuan mengetahui variabel mana yang memberikan kepuasan kepada mahasiswa.

Hasil dari uji validitas ada 2 variabel yang tidak valid sehingga kedua variabel harus dibuang. Hasil dari metode DA terdapat 2 variabel independen yang mempengaruhi dan membedakan yaitu kualitas penggunaan internet dan kebersihan lokasi pendirian *booth* Telkomsel. Dari hasil DA didapati model diskriminan valid dengan klasifikasi $65,2\% > 64,64\%$ artinya fungsi diskriminan yang terbentuk dapat tepat mengklasifikasikan keputusan pembelian mahasiswa. Hasil dari metode IPA terdapat 11 variabel yang menjadi fokus prioritas perbaikan dan 11 variabel tidak perlu menjadi fokus prioritas perbaikan. Berdasarkan metode Uji Hipotesis terdapat 9 variabel yang membuat responden puas dan 13 variabel responden tidak puas dengan kinerja LOOP.

Usulan *targeting* adalah mahasiswa dengan usia 19-22 tahun yang memiliki uang saku sebesar Rp 500.000,00 – Rp 100.000,00. *Positioning* yang disarankan yaitu slogan “Saatnya Yang Muda Beraksi”. Prioritas perbaikan diberikan berdasarkan gabungan metode DA, IPA, dan Uji Hipotesis yaitu memperkuat dan memperluas jangkauan jaringan internet (2G,3G,4G) LOOP, memperhatikan dan menjaga selalu kebersihan di sekitar lokasi *booth* Telkomsel.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 Teknik Pengumpulan Data	2-2
2.4 Populasi dan Sampel Penelitian	2-5
2.5 Menentukan Ukuran Sampel	2-5
2.6 Teknik Sampling	2-6
2.6.1 <i>Probability Sampling</i>	2-7
2.6.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	2-7
2.7 Tipe Data dan Skala Pengukuran	2-8
2.8 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	2-11
2.9 Teknik Analisis Data	2-13
2.9.1 Uji Validitas	2-13
2.9.2 Uji Reliabilitas	2-14
2.9.3 Uji Asumsi Klasik	2-15
2.9.4 <i>Discriminant Analysis</i>	2-17

2.9.5 Importance Performance Analysis (IPA).....	2-18
2.9.6 Uji Hipotesis	2-21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	3-1
3.1 Flowchart.....	3-1
3.2 Keterangan Flowchart	3-3
3.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.2.2 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.2.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.2.4 Perumusan Masalah	3-5
3.2.5 Tujuan Penelitian	3-5
3.2.6 Studi Pustaka.....	3-5
3.2.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.2.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.9 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.10 Validasi Konstruk	3-11
3.2.11 Menentukan Unit dan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.2.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.2.14 Menentukan Jumlah Sampel	3-13
3.2.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.2.16 Uji Validitas	3-14
3.2.17 Uji Reliabilitas	3-15
3.2.18 Pengolahan Data	3-16
3.2.19 Analisis dan Usulan	3-27
3.2.20 Kesimpulan dan Saran	3-27
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-2
4.2 Hasil Kuesioner	4-2

4.2.1 Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2.2 Hasil Kuesioner Penelitian.....	4-4
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 Pengujian Validasi Konstruk	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5-3
5.3.1 Kuesioner Bagian I (<i>Segmentation</i>)	5-3
5.3.2 <i>Targeting</i>	5-17
5.3.3 Kuesioner Bagian II	5-22
5.3.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-39
5.3.5 Uji Hipotesis	5-43
5.3.6 Analisis Kinerja LOOP	5-46
5.3.7 <i>Positioning</i>	5-47
5.4 Analisis <i>Discriminant Analysis</i> , <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis	5-49
5.5 Usulan	5-50
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran	6-11
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Penentuan Prioritas Perbaikan	3-28
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-3
4.2	Jenis Kelamin Responden	4-4
4.3	Usia Responden	4-4
4.4	Universitas Responden	4-4
4.5	Uang Saku Responden	4-5
4.6	Kartu Perdana Responden	4-5
4.7	Aplikasi Media Sosial	4-5
4.8	Aplikasi <i>Music Streaming</i>	4-5
4.9	Aplikasi <i>Video Streaming</i>	4-6
4.10	Aplikasi <i>Games</i>	4-6
4.11	Biaya Yang Rela Dikeluarkan	4-7
4.12	Besaran Kuota Internet Yang Diinginkan	4-7
4.13	Besaran Kuota Sosial Media Yang Diinginkan	4-7
4.14	Besaran Kuota <i>Music Streaming</i> Yang Diinginkan	4-7
4.15	Besaran Kuota <i>Video Streaming</i> Yang Diinginkan	4-7
4.16	Besaran Kuota <i>Games</i> Yang Diinginkan	4-8
4.17	Sumber Informasi Mengenai Kartu Perdana	4-8
4.18	Alasan Utama Memilih Kartu Perdana	4-8
4.19	Televisi Yang Paling Sering Ditonton	4-8
4.20	Radio Yang Paling Sering Didengar	4-9
4.21	Surat Kabar Yang Paling Sering Dibaca	4-9
4.22	Majalah Yang Paling Sering Dibaca	4-9
4.23	Halaman <i>Website</i> Yang Paling Sering Dibuka	4-9
4.24	Penentu Pemilihan <i>Brand</i> Kartu Perdana	4-10
4.25	Jumlah Kartu Perdana Responden	4-10

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.26	Ringkasan Jumlah Penilaian Tingkat Kepentingan	4-10
4.27	Ringkasan Jumlah Penilaian Tingkat Kinerja	4-11
4.28	Keputusan Pembelian Kartu Perdana LOOP	4-11
5.1	Pengolahan Data Kueioner Pendahuluan	5-2
5.2	Tabel Ringkasan Segmentasi	5-15
5.2	Tabel Ringkasan Segmentasi (Lanjutan)	5-16
5.3	Tabel Ringkasan <i>Targeting</i>	5-17
5.4	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-23
5.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja Tahap 2	5-24
5.6	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-24
5.7	Hasil Uji Normalitas Tingkat Kinerja	5-25
5.8	Hasil Uji <i>Linearity</i>	5-26
5.9	Hasil Uji <i>Multicollinearity</i> Tingkat Kinerja	5-28
5.10	<i>Output</i> SPSS Uji Homoskedastisitas	5-29
5.11	<i>Output</i> SPSS Tahap 1	5-31
5.12	<i>Output</i> SPSS Box's M	5-33
5.13	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 1	5-34
5.14	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 2	5-35
5.15	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 3	5-35
5.16	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 4	5-36
5.17	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 5	5-37
5.18	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 6	5-37
5.19	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 7	5-38
5.20	<i>Output</i> SPSS Tahap 2 Langkah 8	5-39
5.21	Data IPA	5-40
5.22	Uji Hipotesis	5-45
5.23	Tabel Kesimpulan Uji Hipotesis Responden Puas	5-46

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.24	Tabel Kesimpulan Uji Hipotesis Responden Tidak Puas	5-46
5.25	Variabel Untuk <i>Positioning</i> Kartu Perdana LOOP	5-48
5.26	Prioritas Perbaikan Dengan <i>Discriminant Analysis</i> , IPA, dan Uji Hipotesis	5-49



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.2	Grafik Fungsi Diskriminan	2-16
2.3	Diagram Kartesius Metode IPA	2-20
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.2	Grafik Fungsi Diskriminan	3-18
3.3	Diagram Kartesius Metode IPA	3-25
4.1	Struktur Organisasi Telkomsel Bandung	4-2
5.1	Jenis Kelamin	5-3
5.2	Usia	5-4
5.3	Universitas	5-4
5.4	Uang Saku	5-5
5.5	Kartu Perdana Responden	5-5
5.6	Aplikasi Media Sosial	5-6
5.7	Aplikasi <i>Music Streaming</i>	5-6
5.8	Aplikasi <i>Video Streaming</i>	5-7
5.9	Aplikasi <i>Games</i>	5-7
5.10	Biaya Yang Rela Dikeluarkan	5-8
5.11	Kuota Internet Yang Diinginkan	5-8
5.12	Kuota Sosial Media Yang Diinginkan	5-9
5.13	Kuota <i>Music Streaming</i> Yang Diinginkan	5-9
5.14	Kuota <i>Video Streaming</i> Yang Diinginkan	5-10
5.15	Kuota <i>Games</i> Yang Diinginkan	5-10
5.16	Sumber Informasi Mengenai Kartu Perdana	5-11
5.17	Alasan Utama Memilih Kartu Perdana	5-11
5-18	Saluran Televisi Yang Paling Sering Ditonton	5-12
5.19	Radio Yang Paling Sering Didengar	5-12

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.20	Surat Kabar Yang Paling Sering Dibaca	5-13
5.21	Majalah Yang Paling Sering Dibaca	5-13
5.22	Halaman <i>Website</i> Yang Paling Sering Dibuka	5-14
5.23	Penentu Pemilihan <i>Brand</i> Kartu Perdana	5-14
5.24	Memakai Lebih Dari 1 Kartu Perdana	5-15
5.25	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-41
5.26	Contoh <i>Booth</i> Telkomsel 1	5-51
5.27	Contoh <i>Booth</i> Telkomsel 2	5-51
5.28	Contoh <i>Booth</i> Telkomsel 3	5-52
5.29	Foto Acara Trademark Market	5-53
5.30	Contoh <i>Merchant</i> Telkomsel Poin	5-55
5.31	Contoh <i>Merchant</i> tcash	5-57
5.32	Halaman Media Sosial <i>Twitter</i> @loop_id	5-58
5.33	Halaman Media Sosial <i>Instagram</i> @LOOP_ID	5-59
5.34	Bentuk permainan yang diusulkan	5-60

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Komentar Seminar Proposal Tugas Akhir
2. Lembar Komentar Seminar Isi Tugas Akhir
3. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
4. Kuesioner Pendahuluan
5. Kuesioner Penelitian
6. Tabel Normal / Z
7. Tabel r
8. Lembar Komentar Validitas Konstruk

