

ABSTRAK

Kedai Kopi Arabintara adalah Kedai Kopi yang berdiri sejak tahun 2014 dan menjual berbagai macam minuman dari berbagai macam kopi, minuman selain kopi serta aneka makanan ringan. Kedai Kopi Arabintara beralamatkan di Jalan Jalaprang no. 87, Sukaluyu Bandung. Permasalahan utama pada Kedai Kopi Arabintara adalah tidak tercapainya target omzet penjualan sebesar 21 juta rupiah dan adanya penurunan dalam penjualannya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Kedai Kopi Arabintara untuk dapat menaikkan omzet penjualan yang diharapkan dan dapat bersaing dengan Kedai Kopi pesaing.

Variabel penelitian disusun berdasarkan STP dan bauran pemasaran 7P. Kuesioner pendahuluan dibuat untuk mengetahui seberapa penting variabel penelitian yang diajukan dan mengetahui pesaing utama dari Kedai Kopi Arabintara. Kuesioner pendahuluan disebarkan sebanyak 30 kuesioner dan diolah dengan menggunakan persentase. Syarat pengisian adalah responden yang pernah mengunjungi kedai kopi. Kuesioner penelitian dibuat berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan dan uji validitas konstruk. Kuesioner penelitian berisi mengenai profil responden pada bagian 1, pada bagian 2 untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen dan tingkat kinerja Kedai Kopi Arabintara serta pada bagian 3 untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Kedai Kopi Arabintara dibandingkan pesaingnya. Kuesioner penelitian disebarkan sebanyak 120 kuesioner dengan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada responden yang sudah mengunjungi Kedai Kopi Arabintara dan Kedai Kopi ST minimal sebanyak tiga kali.

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan Kedai Kopi Arabintara dibandingkan dengan Kedai Kopi pesaingnya, memperoleh data 22 variabel unggul untuk Kedai Kopi Arabintara dan 22 variabel yang tidak unggul. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap kinerja Kedai Kopi Arabintara, memperoleh data 12 variabel pada kuadran 1 (menjadi fokus perbaikan utama), 13 variabel pada kuadran 2 (dapat ditingkatkan kembali), 9 variabel pada kuadran 3 (perlu diperbaiki dan ditingkatkan kembali), 10 variabel pada kuadran 4 (dapat diperbaiki dan ditingkatkan kembali). Uji Hipotesis Kepuasan untuk melihat seberapa puas pelayanan dan fasilitas yang diberikan, memperoleh data 23 variabel yang dipuaskan dan 21 variabel tidak dipuaskan. Hasil dari *targetting* untuk Kedai Kopi Arabintara adalah usia 18 sampai 29 tahun, pekerjaan mahasiswa/i dan karyawan swasta, uang saku perbulan $\leq$ Rp1.000.000 - Rp2.000.000 dan penghasilan $\leq$ Rp3.000.000 - Rp 8.000.000, bertempat tinggal di Bandung Timur dan Bandung Utara, dengan anggaran $\leq$ Rp35.000 - Rp55.000, alasan memilih Kedai Kopi Arabintara yaitu rasa kopi, tempat tinggal dan fasilitas wifi, sumber informasi dari kerabat dan media sosial, media sosial yang digunakan *instagram* dan *facebook*, faktor memilih Kedai Kopi yaitu rasa kopi dan kenyamanan tempat.

Usulan diberikan untuk Kedai Kopi Arabintara agar dapat bersaing dengan Kedai Kopi ST mengadakan mesin EDC untuk memudahkan pembayaran, kemenarikan tata letak meja kursi terhadap mesin kopi dalam memikat konsumen, membuat fasilitas toilet seperti standar cafe, dan sebagainya.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xiii
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	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.3 <i>Segmentation, Targetting & Positioning</i> Pasar	2-4
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-6
2.5 Populasi dan Sampel	2-9
2.5.1 Populasi.....	2-9
2.5.2 Sampel.....	2-9
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-10

2.7	Teknik Sampling.....	2-10
2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-11
2.7.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-12
2.8	Data Berskala.....	2-13
2.9	Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-16
2.11	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-17
2.11.1	Pengujian Validitas Internal.....	2-17
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal	2-18
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-19
2.13	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-20
2.14	<i>Correspondence Analysis</i>	2-23
2.15	Uji Hipotesis	2-24
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Sistematika Penelitian.....	3-1
3.2	Penelitian pendahuluan.....	3-4
3.3	Studi Pustaka.....	3-5
3.4	Identifikasi Masalah.....	3-5
3.5	Pembatasan Masalah.....	3-6
3.6	Perumusan Masalah	3-6
3.7	Tujuan Penelitian	3-7
3.8	Identifikasi Variabel Penelitian	3-7
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.10	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.11	Penentuan Jumlah Sampel dan Obyek Kuesioner Penelitian	3-11
3.12	Validasi Konstruk	3-12
3.13	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.14	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.16	Pengujian Validitas Data Kuesioner Penelitian.....	3-14

3.17 Pengujian Realibilitas	3-15
3.18 Pengumpulan Data	3-16
3.19 Pengolahan Data	3-17
3.20 Analisis dan Usulan	3-23
3.21 Kesimpulan dan Saran	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 Deskripsi Pekerjaan	4-2
4.2 Kuesioner	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-5
4.2.2.1 Bagian 1 Kuesioner Penelitian	4-6
4.2.2.2 Bagian 2 Kuesioner Penelitian	4-12
4.2.2.3 Bagian 3 Kuesioner Penelitian	4-13

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1 Validasi Konstruk	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Variabel Penelitian yang Terpilih.....	5-5
5.4 Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih.....	5-7
5.5 Pemilihan Pesaing.....	5-8
5.6 Segmentasi	5-9
5.6.1 Usia	5-9
5.6.2 Pekerjaan.....	5-10
5.6.3 Penghasilan	5-11
5.6.4 Uang Saku	5-12
5.6.5 Tempat Tinggal	5-13
5.6.6 Anggaran yang Dikeluarkan	5-14

5.6.7	Alasan Memilih Kedai Kopi Arabintara	5-15
5.6.8	Frekuensi Kedatangan.....	5-16
5.6.9	Sumber Informasi.....	5-17
5.6.10	Kepentingan Media Sosial	5-18
5.6.11	Media Sosial yang Digunakan	5-19
5.6.12	Provider yang Digunakan	5-20
5.6.13	Voucher yang Pernah Digunakan	5-21
5.6.14	Faktor Utama Dalam Memilih Kedai Kopi.....	5-22
5.6.15	Minuman yang Sering Dipesan.....	5-23
5.6.16	Makanan yang Sering Dipesan	5-24
5.7	Pengujian Validitas dan Reabilitas	5-25
5.8	Analisis berdasarkan <i>Segmentation, Targeting</i>	5-33
5.9	Analisis Kuesioner	5-35
5.9.1	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-35
5.9.2	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-41
5.9.3	Uji Hipotesis	5-48
5.9.4	Analisis Gabungan	5-51
5.9.5	<i>Positioning</i>	5-52
5.10	Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-54
5.10.1	Usulan Prioritas Perbaikan 1	5-54
5.10.2	Usulan Prioritas Perbaikan 2	5-56
5.10.3	Usulan Prioritas Perbaikan 3	5-58
5.10.4	Usulan Prioritas Perbaikan 4	5-60
5.10.5	Usulan Prioritas Perbaikan 5	5-62
5.10.6	Usulan Prioritas Perbaikan 6	5-63
5.10.7	Usulan Prioritas Perbaikan 7	5-65
5.10.8	Usulan Prioritas Perbaikan 8	5-67
5.10.9	Usulan Prioritas Perbaikan 9	5-69
5.10.10	Usulan Prioritas Perbaikan 10	5-71
5.10.11	Usulan Prioritas Perbaikan 11	5-72
5.10.12	Usulan Prioritas Perbaikan 12	5-72

5.10.13	Usulan Prioritas Perbaikan 13	5-74
5.10.14	Usulan Prioritas Perbaikan 14	5-75
5.10.15	Usulan Prioritas Perbaikan 15	5-77
5.10.16	Usulan Prioritas Perbaikan 16	5-79
5.10.17	Usulan Prioritas Perbaikan 17	5-80
5.10.18	Usulan Prioritas Perbaikan 18	5-80
5.10.19	Usulan Prioritas Perbaikan 19	5-82
5.10.20	Usulan Prioritas Perbaikan 20	5-83
5.10.21	Usulan Prioritas Perbaikan 21	5-84
5.10.22	Usulan Prioritas Perbaikan 22	5-85
5.10.23	Usulan Prioritas Perbaikan 23	5-86
5.10.24	Usulan Prioritas Perbaikan 24	5-87
5.10.25	Usulan Prioritas Perbaikan 25	5-87
5.10.26	Usulan Prioritas Perbaikan 26	5-88
5.10.27	Usulan Prioritas Perbaikan 27	5-89
5.10.28	Usulan Prioritas Perbaikan 28	5-90
5.10.29	Usulan Prioritas Perbaikan 29	5-91
5.10.30	Usulan Prioritas Perbaikan 30	5-91
5.10.31	Usulan Prioritas Perbaikan 31	5-92
5.10.32	Usulan Prioritas Perbaikan 32	5-93
5.10.33	Usulan Prioritas Perbaikan 33	5-94
5.10.34	Usulan Prioritas Perbaikan 34	5-94
5.10.35	Usulan Prioritas Perbaikan 35	5-95
5.10.36	Usulan Prioritas Perbaikan 36	5-96
5.10.37	Usulan Prioritas Perbaikan 37	5-96
5.10.38	Usulan Prioritas Perbaikan 38	5-97
5.10.39	Usulan Prioritas Perbaikan 39	5-98
5.10.40	Usulan Prioritas Perbaikan 40	5-99
5.10.41	Usulan Prioritas Perbaikan 41	5-99
5.10.42	Usulan Prioritas Perbaikan 42	5-100
5.10.43	Usulan Prioritas Perbaikan 43	5-101

5.10.44 Usulan Prioritas Perbaikan 44	5-102
---	-------

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-14

DAFTAR PUSTAKA

xix

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Omzet Penjualan dari Tahun 2015 -2017	1-2
Tabel 1.2	Tabel Omzet Penjualan dari Mar Tahun 2016 – Des 2017	1-3
Tabel 3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3-8
Tabel 3.2	Kisi-kisi Pertanyaan Kuesioner Penelitian Bagian Pertama	3-10
Tabel 3.3	Penentuan skala Prioritas Perbaikan Berdasarkan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), <i>Correspondance Analysis</i> (CA) dan Uji Hipotesis	3-26
Tabel 4.1	Kedai kopi yang sering dikunjungi konsumen	4-3
Tabel 4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.3	Usia	4-6
Tabel 4.4	Pekerjaan	4-6
Tabel 4.5	Penghasilan (Pekerja)	4-6
Tabel 4.6	Uang Saku (Mahasiswa/i)	4-7
Tabel 4.7	Tempat Tinggal	4-7
Tabel 4.8	Anggaran Yang Dikeluarkan	4-7
Tabel 4.9	Alasan Memilih Kedai Kopi Arabintara	4-8
Tabel 4.10	Frekuensi Kedatangan	4-8
Tabel 4.11	Sumber Informasi	4-8
Tabel 4.12	Kepentingan Media Sosial Bagi Anda	4-9
Tabel 4.13	Media Sosial Yang Digunakan	4-9
Tabel 4.14	Provider Yang Digunakan	4-9
Tabel 4.15	Voucher yang Pernah Digunakan	4-10
Tabel 4.16	Faktor Utama Dalam Memilih Kedai Kopi	4-10
Tabel 4.17	Menu Minuman Yang Sering Dipesan	4-10
Tabel 4.18	Menu Makanan Yang Sering Dipesan	4-11
Tabel 4.19	Hasil Kuesioner Bagian Kedua	4-12
Tabel 4.20	Hasil Kuesioner Bagian Ketiga	4-13

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Persentase Kuesioner Pendahuluan	5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Persentase Variabel yang Diterima	5-4
Tabel 5.3	Hasil Pengolahan Persentase Variabel yang Ditolak	5-5
Tabel 5.4	Hasil Uji Validitas Variabel Kepentingan Dalam SPSS	5-25
Tabel 5.5	Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan Nilai r dengan Nilai Tabel r	5-27
Tabel 5.6	Uji Reabilitas Variabel Kepentingan	5-28
Tabel 5.7	Uji Validitas Variabel Kinerja	5-29
Tabel 5.8	Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r dengan Nilai Tabel r	5-31
Tabel 5.9	Uji Reabilitas Variabel Kinerja	5-32
Tabel 5.10	Segmentasi	5-33
Tabel 5.11	Hasil Rangkuman Persaingan Kedai Kopi	5-36
Tabel 5.12	Rangkuman Variabel Unggul Kedai Kopi Arabintara	5-40
Tabel 5.13	Rangkuman Variabel Unggul Kedai Kopi ST	5-40
Tabel 5.14	Hasil Rangkuman Rata – Rata Tingkat Kepentingan dan Kinerja	5-41
Tabel 5.15	Variabel Kuadran 1	5-45
Tabel 5.16	Variabel Kuadran 2	5-46
Tabel 5.17	Variabel Kuadran 3	5-46
Tabel 5.18	Variabel Kuadran 4	5-47
Tabel 5.19	Hasil Uji Hipotesis	5-48
Tabel 5.20	Rangkuman Variabel Puas	5-50
Tabel 5.21	Rangkuman Variabel Tidak Puas	5-51
Tabel 5.22	Analisis Gabungan	5-52

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Per Kuartal Omzet Penjualan dari Mar 2016 – Des 2017	1-3
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-11
Gambar 2.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	2-22
Gambar 2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-24
Gambar 3.1	Langkah-langkah Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Gambar (<i>Importance Performance Analysis</i>) IPA 4	3-21
Gambar 3.3	Wilayah Kritis Uji Z	3-22
Gambar 3.4	Gambar (<i>Importance Performance Analysis</i>) IPA 4	3-25
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Kedai Kopi Arabintara	4-1
Gambar 4.2	Kedai Kopi Pesaing	4-3
Gambar 5.1	Kedai Kopi Pesaing	5-8
Gambar 5.2	Persentase Usia	5-9
Gambar 5.3	Persentase Pekerja	5-10
Gambar 5.4	Persentase Penghasilan	5-11
Gambar 5.5	Persentase Uang Saku	5-12
Gambar 5.6	Persentase Tempat Tinggal	5-13
Gambar 5.7	Persentase Anggaran	5-14
Gambar 5.8	Persentase Memilih Kedai Kopi Arabintara	5-15
Gambar 5.9	Persentase Kedatangan	5-16
Gambar 5.10	Persentase Sumber Informasi	5-17
Gambar 5.11	Persentase Kepentingan Media Sosial	5-18
Gambar 5.12	Media Sosial Yang Digunakan	5-19
Gambar 5.13	Provider Yang Digunakan	5-20
Gambar 5.14	Voucher Yang Pernah Digunakan	5-21
Gambar 5.15	Faktor Utama Dalam Memilih Kedai Kopi	5-22
Gambar 5.16	Minuman Yang Sering Dipesan	5-23
Gambar 5.17	Makanan Yang Sering Dipesan	5-24

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.18	Input Data SPSS	5-37
Gambar 5.19	Input Data SPSS	5-38
Gambar 5.20	Grafik <i>Row and Columns Scores CA</i> awal	5-38
Gambar 5.21	Grafik <i>Row and Columns Scores CA</i>	5-39
Gambar 5.22	Input Data Kinerja Dan Kepentingan	5-43
Gambar 5.23	Pengolahan Grafik	5-43
Gambar 5.24	Pemilihan <i>Scatter</i>	5-44
Gambar 5.25	Grafik <i>IPA</i>	5-44
Gambar 5.26	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-49
Gambar 5.27	Mesin EDC (Debit dan Kredit) Yang Tersedia Pada Kedai Kopi ST	5-55
Gambar 5.28	Mesin EDC (Debit dan Kredit) Yang Diusulkan Pada Kedai Kopi Arabintara	5-55
Gambar 5.29	Bagian Depan Mesin Kedai Kopi ST (Kiri) dan Bagian Depan Mesin Kedai Kopi Arabintara (Kanan)	5-57
Gambar 5.30	Denah Awal Ruangan di Dalam Kedai Kopi ARABINTARA (Kiri) dan Denah Usulan Ruangan di Dalam Kedai Kopi Arabintara (Kanan)	5-57
Gambar 5.31	Denah Awal Bagian Depan Mesin Kopi (Kiri) dan Denah Usulan Bagian Depan Mesin Kopi (Kanan)	5-58
Gambar 5.32	Standar Toilet Cafe	5-59
Gambar 5.33	Menu Minuman dan Makanan pada Kedai Kopi ST	5-61
Gambar 5.34	Menu Minuman dan Makanan pada Kedai Kopi Arabintara	5-61
Gambar 5.35	Makan Ringan Tahu-Tahu Ada pada Kedai Kopi ST (Rp 10 ribu)	5-62
Gambar 5.36	Makan Ringan Paket Dim-Sum	5-63
Gambar 5.37	Minuman Kopi Vietnam Drip pada Kedai Kopi ST	5-64
Gambar 5.38	Minuman Kopi Vietnam Drip pada Kedai Kopi Arabintara	5-64

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.39	Area Parkir Motor dan Mobil Kedai Kopi Arabintara	5-66
Gambar 5.40	Denah Awal Area Parkir Kedai Kopi Arabintara	5-66
Gambar 5.41	Denah Usulan Area Parkir Kedai Kopi Arabintara	5-67
Gambar 5.42	Keaktifan Instagram Kedai Kopi ST	5-68
Gambar 5.43	Keaktifan Instagram Kedai Kopi Arabintara	5-69
Gambar 5.44	Mainan Untuk Menunggu Makanan Kedai Kopi ST	5-70
Gambar 5.45	Mainan Untuk Menunggu Makanan Kedai Kopi Arabintara	5-70
Gambar 5.46	Baner/Spanduk Kedai Kopi ST	5-73
Gambar 5.47	Baner/Spanduk Kedai Kopi Arabintara	5-73
Gambar 5.48	Usulan Baner/Spanduk Kedai Kopi Arabintara	5-74
Gambar 5.49	Kejelasan Nama Baner/Spanduk Kedai Kopi ST	5-76
Gambar 5.50	Kejelasan Nama Baner/Spanduk Kedai Kopi Arabintara	5-76
Gambar 5.51	Usulan Kejelasan Nama Baner/Spanduk Kedai Kopi Arabintara	5-76
Gambar 5.52	Kursi Dan Meja Kedai Kopi ST	5-78
Gambar 5.53	Kursi Dan Meja Arabintara	5-78
Gambar 5.54	Usulan Kursi dan Meja pada Kedai Kopi Arabintara	5-78
Gambar 5.55	Usulan <i>Exhouse</i> Pada Kedai Kopi Arabintara	5-81
Gambar 5.56	Usulan Penempatan <i>Exhouse</i> Pada Kedai Kopi Arabintara	5-81
Gambar 5.57	Keadaan Luar Kedai Kopi ST	5-83
Gambar 5.58	Keadaan Luar Kedai Kopi Arabintara	5-83
Gambar 5.59	Usulan Mesin Kasir Pada Kedai Arabintara	5-86
Gambar 5.60	Lokasi Kedai Kopi Arabintara	5-101