

ABSTRAK

Toko Roti “X” berdiri sejak tahun 2013 dan terletak di dalam *Mall Kings Shopping Center* di Jalan Kepatihan. Dari tahun 2016 sampai 2017 Toko Roti “X” mengalami penurunan penjualan sebesar 8,07%.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah tentang 7P (*Product, price, place, people, promotion, process, dan physical evidence*) serta STP (*segmentation, targetting, dan positioning*). Metode pengumpulan data yang dilakukan yaitu, observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ini dibagi menjadi dua tahap yaitu penyebaran kuesioner pendahuluan terhadap 30 responden dan penyebaran kuesioner penelitian terhadap 110 responden. Dimana syarat responden yang dapat mengisi kuesioner adalah responden yang pernah membeli roti di Toko Roti “X” setidaknya dua kali.

Kuesioner penelitian terdiri atas 3 bagian. Bagian I tentang segmentasi akan disajikan dalam bentuk *pie chart* yang kemudian akan dijadikan dasar dalam penentuan *targetting*. Untuk bagian II dan III tentang tingkat kinerja, tingkat kepentingan, dan loyalitas konsumen akan dilakukan pengolahan uji validitas dan reliabilitas menggunakan *software* SPSS dan kemudian akan dilanjutkan dengan pengolahan *Multiple Linear Regression* dimana untuk variabel yang diuji adalah tingkat kinerja (variabel independen) dan loyalitas konsumen (variabel dependen), tujuannya untuk mengetahui variabel kinerja apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Kemudian data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja akan diolah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui variabel yang menjadi prioritas usulan utama dan uji hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen.

Melalui pengolahan data *Multiple Linear Regression* didapatkan nilai R dan R^2 sebesar 0,661 dan 0,437 dengan 4 variabel independen berpengaruh yaitu, rasa roti, ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen, pemberian diskon pada waktu tertentu, dan ketepatan karyawan dalam perhitungan jumlah kembalian dengan persamaan regresi $Y = 0,598 + 0,289 X_1 + 0,231 X_{16} + 0,132 X_{18} + 0,224 X_{26}$. Untuk hasil pengolahan *Importance Performance Analysis* didapatkan 5 variabel yang menjadi fokus perbaikan utama, 11 variabel menjadi fokus perbaikan kedua, 12 variabel fokus perbaikan ketiga, dan 6 variabel fokus perbaikan keempat. Dalam hasil uji hipotesis terdapat 18 variabel yang sudah dirasakan puas oleh konsumen dan 12 variabel yang belum dirasakan puas. Kemudian dilakukan analisis penggabungan ketiga metode dan akan menghasilkan urutan prioritas perbaikan yang dapat dilakukan oleh Toko Roti “X”.

Target pasar Toko Roti “X” adalah konsumen wanita dan pria yang berumur 15-60 tahun dengan tempat tinggal di Bandung Kota dan Bandung Utara. Usulan *positioning* yang dapat diberikan adalah “*A Gift of Wonderfull Taste, Aroma, and Good Service*”. Usulan perbaikan berdasarkan prioritas utama yang diberikan adalah, mengadakan promo pada hari dan waktu sepi pengunjung, memberikan teguran dan peringatan kepada karyawan, menambah varian rasa, dan meminimalisir percakapan yang tidak penting saat bekerja.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BA 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Pasar	2-1
2.2 Pemasaran.....	2-1
2.3 Bauran Pemasaran	2-1
2.4 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	2-3
2.4.1 <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar).....	2-3
2.4.2 <i>Targetting</i> (Target Pasar).....	2-4
2.4.3 <i>Positioning</i>	2-5
2.5 Loyalitas Konsumen.....	2-6
2.6 Metode Pengumpulan Data	2-6
2.7 Populasi dan Sampel	2-8
2.7.1 Populasi	2-8
2.7.2 Sampel	2-8
2.8 Teknik Sampling	2-8

2.9 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	
2.9.1 Skala Pengukuran	2-10
2.9.2 Instrumen Penelitian	2-12
2.10 Validitas dan Reliabilitas	2-12
2.11 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-12
2.11.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-12
2.11.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-13
2.12 Uji Asumsi Klasik	2-15
2.12.1 Uji Normalitas	2-15
2.12.2 Uji Multikolinearitas.....	2-16
2.12.3 Uji Heterokedastisitas.....	2-16
2.13 <i>Multiple Linear Regression</i>	2-17
2.14 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-19
2.15 Uji Hipotesis.....	2-22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	3-1
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i>	3-5
3.2.1 Mulai.....	3-5
3.2.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-5
3.2.3 Identifikasi Masalah	3-5
3.2.4 Pembatasan Masalah.....	3-6
3.2.5 Perumusan Masalah.....	3-6
3.2.6 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.7 Tinjauan Pustaka.....	3-7
3.2.8 Identifikasi Variabel Penelitian	3-7
3.2.8.1 Konsep <i>Marketing Mix</i>	3-7
3.2.8.2 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	3-9
3.2.8.3 Loyalitas Konsumen.....	3-12
3.2.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	3-12
3.2.9.1 Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.2.9.2 Kuesioner Penelitian.....	3-13

3.2.10 Pengujian Validitas Kosntruksi	3-13
3.2.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-14
3.2.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-14
3.2.13 Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.2.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-15
3.2.15 Pengujian Validitas.....	3-16
3.2.16 Pengujian Reliabilitas	3-17
3.2.17 Pengolahan Data	3-18
3.2.18 Analisis Data dan Usulan	3-30
3.2.18.1 Analisis Data	3-30
3.2.18.2 Usulan.....	3-31
3.2.19 Kesimpulan dan Saran.....	3-31
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	4-1
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.3 Kuesioner Penelitian	4-5
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-4
5.2.1 Bagian I (Profil Responden)	5-4
5.2.2 Target Pasar	5-15
5.2.3 Bagian II dan III (Validitas dan Reliabilitas)	5-16
5.3 Uji Asumsi Klasik	5-22
5.3.1 Uji Normalitas	5-22
5.3.2 Uji Multikolinearitas.....	5-23
5.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	5-24
5.4 <i>Multiple Linear Regression</i>	5-26
5.4.1 Analisis Determinasi, Korelasi dan Otokorelasi.....	5-28

5.4.2 Analisis Uji T.....	5-28
5.4.3 Analisis Koefisien Determinasi Variabel Berpengaruh.....	5-29
5.4.4 Analisis Uji T Variabel Berpengaruh	5-31
5.4.5 Analisis Uji F Variabel Berpengaruh.....	5-32
5.5 Analisis Loyalitas Konsumen Toko Roti “X”	5-33
5.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-34
5.7 Uji Hipotesis.....	5-39
5.8 Analisis Tingkat Kinerja Toko Roti “X” Secara Keseluruhan.....	5-41
5.9 Analisis Gabungan	5-43
5.10 <i>Positioning</i>	5-47
5.11 Usulan.....	5-48
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-8
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Data Penjualan Toko Roti “X”	1-2
3.1	Variabel 7P	3-8
3.2	Variabel Penelitian	3-9
3.3	Variabel Segmentasi	3-10
3.3	Variabel Segmentasi (Lanjutan)	3-11
3.4	Ringkasan Penelitian	3-31
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan 1)	4-4
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan 2)	4-5
4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	4-6
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4-6
4.4	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	4-6
4.5	Profil Responden Berdasarkan Uang Saku	4-6
4.6	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	4-7
4.7	Profil Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Toko	4-7
4.8	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Kemanisan Roti	4-7
4.9	Profil Responden Berdasarkan Dana yang Dikeluarkan	4-7
4.10	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Membeli per 1 bulan	4-8
4.11	Profil Responden Berdasarkan Hari Kunjungan Membeli Roti	4-8
4.12	Profil Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan Membeli Roti	4-8
4.13	Profil Responden Berdasarkan Menu Minuman yang Diinginkan	4-8
4.14	Profil Responden Berdasarkan Menu Varian Rasa yang Diinginkan	4-9
4.15	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pembayaran	4-9
4.16	Profil Responden Berdasarkan Cara Pembelian Roti	4-9
4.17	Rangkuman Tingkat Kepentingan	4-9
4.17	Rangkuman Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	4-10
4.18	Rangkuman Tingkat Kepentingan yang Tidak Diolah	4-11
4.19	Rangkuman Tingkat Kinerja Toko Roti”X”	4-11

4.19	Rangkuman Tingkat Kinerja Toko Roti "X" (Lanjutan)	4-12
4.20	Hasil Kuesioner Penelitian Tentang Loyalitas Konsumen	4-12
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan 1)	5-2
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan 2)	5-3
5.2	Target Pasar	5-15
5.3	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-17
5.4	Perhitungan r tabel dan r hitung Tingkat Kepentingan	5-17
5.4	Perhitungan r tabel dan r hitung Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	5-18
5.5	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-18
5.6	Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-19
5.7	Perhitungan r tabel dan r hitung Tingkat Kinerja	5-20
5.8	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-21
5.9	Uji Validitas Loyalitas Konsumen	5-21
5.10	Perhitungan r tabel dan r hitung Loyalitas Konsumen	5-21
5.11	Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-21
5.12	Hasil Uji Normalitas	5-22
5.13	Hasil Uji Multikolinearitas	5-23
5.13	Hasil Uji Multikolinearitas (Lanjutan)	5-24
5.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	5-25
5.15	Variabel Independen dan Variabel Dependen	5-26
5.15	Variabel Independen dan Variabel Dependen (Lanjutan)	5-27
5.16	<i>Variables Entered / Removed</i>	5-27
5.16	<i>Variables Entered / Removed (Lanjutan)</i>	5-28
5.17	<i>Model Summary</i>	5-28
5.18	Uji T	5-29
5.19	<i>Model Summary 4 Variabel</i>	5-30
5.20	Uji T Variabel Berpengaruh	5-31
5.21	ANOVA	5-32
5.23	Loyalitas Konsumen	5-34
5.24	Nilai Rata-Rata Tingkat Kinerja (X) Dan Tingkat Kepentingan (Y)	5-35

5.25	Hasil Uji Hipotesis	5-39
5.26	Rata-Rata Tingkat Kinerja	5-42
5.27	Hasil Analisis Gabungan	5-44
5.27	Hasil Analisis Gabungan (Lanjutan)	5-45
5.28	Prioritas Usulan yang Belum Dimiliki Toko Roti “X”	5-46



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Diagram <i>Cartesius</i>	2-20
2.2	Wilayah Kritis Uji Z	2-22
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 3)	3-4
3.2	Diagram IPA	3-26
3.3	Grafik Uji Hipotesis	3-29
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Presentase untuk Usia	5-4
5.2	Presentase untuk Pekerjaan	5-5
5.3	Presentase untuk Tempat Tinggal	5-5
5.4	Presentase untuk Uang Saku	5-6
5.5	Presentase untuk Uang Pendapatan	5-7
5.6	Presentase untuk Mengetahui Keberadaan Toko	5-8
5.7	Presentase untuk Tingkat Kemanisan	5-6
5.8	Presentase untuk Dana yang Dikeluarkan per Sekali Beli	5-9
5.9	Presentase untuk Frekuensi Membeli per 1 Bulan	5-10
5.10	Presentase untuk Hari Kunjungan untuk Membeli	5-10
5.11	Presentase untuk Waktu Kunjungan untuk Membeli	5-11
5.12	Presentase untuk Menu Minuman yang Diinginkan	5-12
5.13	Presentase untuk Varian Rasa Lain	5-12
5.14	Presentase untuk Jenis Pembayaran yang Diinginkan	5-13
5.15	Presentase untuk Cara Pembelian yang Diinginkan	5-14
5.16	<i>Rating Scale</i>	5-33
5.17	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-36
5.18	<i>Rating Scale</i> Tingkat Kinerja	5-42
5.19	Usulan Variabel 18	5-49
5.20	Usulan Variabel 20	5-52

5.20	Usulan Variabel 20 (Lanjutan 1)	5-52
5.20	Usulan Variabel 20 (Lanjutan 2)	5-53
5.21	Kondisi Toko Variabel 23	5-56
5.22	Kondisi Toko Variabel 13	5-59
5.23	Kondisi Toko Variabel 14	5-60
5.24	Usulan Variabel 41	5-66



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel r <i>Produuct Moment</i>	L-11
4	Tabel Uji F	L-12
5	Tabel Ui T	L-13
6	Tabel Uji Normal (Uji Z)	L-14
7	Data Mentah Variabel X dan Variabel Y	L-15
8	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	L-18
9	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja	L-19
10	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Loyalitas Konsumen	L-20
11	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	L-20
12	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	L-20
13	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	L-20
14	<i>Output</i> SPSS Uji Normalitas	L-21
15	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas	L-21
16	<i>Output</i> SPSS Uji Heterokedastisitas	L-22
17	<i>Output</i> SPSS <i>Model Summary</i>	L-22
18	<i>Output</i> SPSS Uji F	L-23
19	<i>Output</i> SPSS Uji T	L-23
20	<i>Output</i> SPSS <i>Importance Performance Analysis</i>	L-24
21	Loyalitas Konsumen	L-24
22	Rata-Rata Tingkat Kinerja	L-27
23	Komentar Seminar Isi	L-30