

## ABSTRAK

*KUROKOFFEE* adalah sebuah *coffeeshop* yang beralamat Sukaasih no.1 Bandung. Sejak tahun 2016 *KUROKOFFEE* mengalami penurunan omzet 5% setiap tahunnya. Tujuan penelitian yang hendak dicapai yaitu : mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja dari *KUROKOFFEE*, dapat memberikan usulan *segmentation, targetting* dan *positioning* yang tepat memperbaiki kelemahan dari *KUROKOFFEE* dan untuk memperbaiki hal – hal yang menjadi ketidakpuasan konsumen terhadap *KUROKOFFEE*.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan juga penyebaran kuesioner berdasarkan konsep 7P (*product, place, promotion, people, physical evidence, process*) dan konsep STP (*segmentation, targetting* dan *positioning*)

Kuesioner pendahuluan disebar dengan teknik *sampling purposive* kepada 30 orang yang pernah datang dan membeli produk *KUROKOFFEE* lebih dari sekali untuk mengetahui variabel mana yang dianggap penting dan tidak penting serta mengetahui pesaing dari *KUROKOFFEE* kemudian akan diolah dengan metode persentase. Variabel yang dianggap penting akan dilanjutkan pada kuesioner penelitian, kuesioner penelitian disebar kepada 100 konsumen yang sudah pernah datang dan membeli produk *KUROKOFFEE*. Hasil penyebaran kuesioner pendahuluan didapatkan 38 variabel yang dipentingkan oleh konsumen dan diketahui bahwa *coffeeshop* yang menjadi pesaing utama adalah *Two Hands Full*. Kuesioner terdiri dari 2 bagian, bagian 1 berisi pertanyaan segmentasi untuk profil konsumen, bagian 2 adalah tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari *KUROKOFFEE* dan keunggulan antara kedua tempat.

Pengolahan data menggunakan dari data kuesioner yang telah disebar kepada 100 responden dan menggunakan metode *Correspondence Analysis (CA)* dan didapatkan total 38 variabel yaitu 18 variabel yang menjadi keunggulan dan 20 variabel yang menjadi ketidakunggulan dari *KUROKOFFEE* dibandingkan *Two Hands Full*; 9 variabel dikuadran 1 harus ditingkatkan, 21 variabel di kuadran 2 dipertahankan, 5 variabel di kuadran 3 dipertahankan dan 2 variabel dikuadran 4 juga di pertahankan.; metode uji hipotesis didapatkan 17 variabel yang dianggap puas dan 21 variabel yang dianggap tidak puas.

Hasil penggabungan dari metode CA, IPA dan uji hipotesis digunakan untuk menyusun skala prioritas perbaikan di *KUROKOFFEE*. Dari skala prioritas yang di dapat, maka penelitian dapat memberikan usulan yang diberikan untuk *KUROKOFFEE* agar dapat bersaing didasarkan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan CA, IPA dan uji hipotesis. Usulan perbaikan yang dilakukan disesuaikan dengan profil konsumen berdasarkan STP yang terbentuk yaitu saat ini keterampilan barista *KUROKOFFEE* dalam melayani konsumen kurang baik sehingga konsumen merasa tidak puas. Usulannya adalah agar manajer *KUROKOFFEE* lebih menegaskan kepada karyawannya untuk memperhatikan kinerja pada saat melayani konsumen atau karyawan yang di perkerjakan diberikan pelatihan lebih lagi.

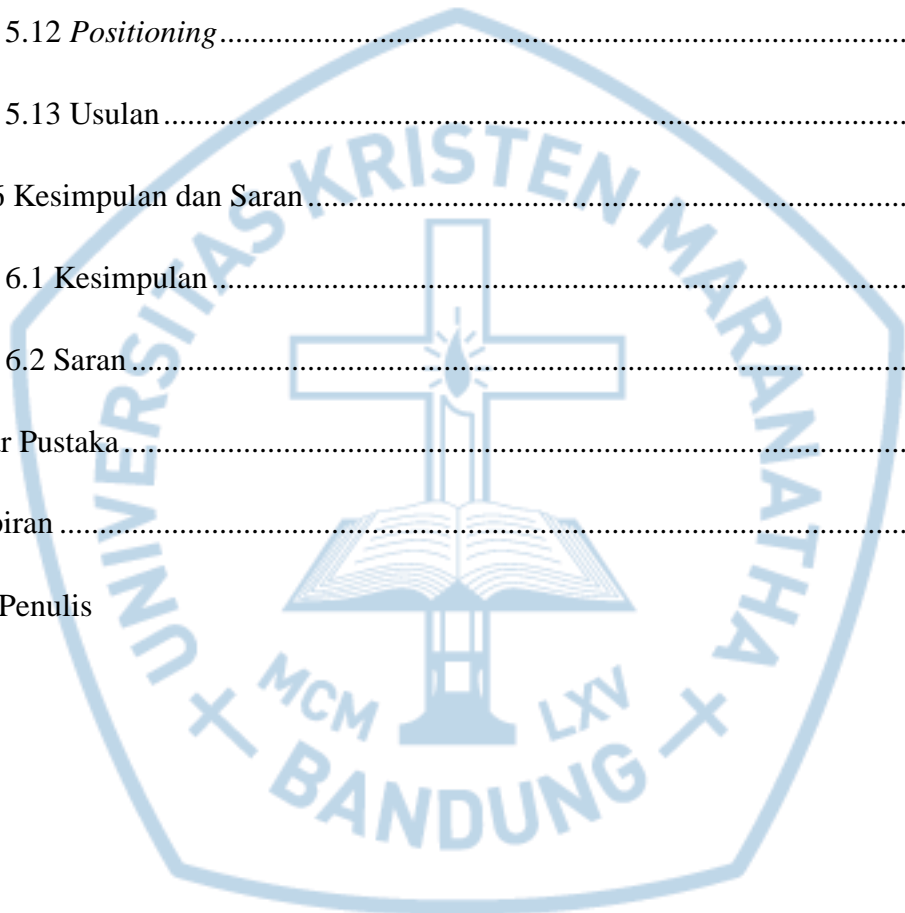
## DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan Laporan Tugas Akhir .....	ii
Lembar Pernyataan Hasil Karya Pribadi.....	iii
Lembar Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian.....	iv
Abstrak .....	v
Kata Pengantar Dan Ucapan Terimakasih .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel .....	xi
Daftar Gambar.....	xiii
Bab 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.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-6
Bab 2 Tinjauan Pustaka.....	2-1
2.1 Pemasaran .....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran .....	2-1
2.3 <i>Segmentation Targetting Positioning</i> .....	2-3
2.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	2-4

2.5 Populasi dan Sampel.....	2-6
2.6 Menentukan Ukuran Sampel .....	2-7
2.7 Teknik Sampling.....	2-8
2.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-12
2.9 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-12
2.10 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-14
2.11 Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan .....	2-24
2.12 Uji Hipotesis .....	2-18
Bab 3 Metodologi Penelitian.....	3-1
3.1 Mulai.....	3-3
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.3 Identifikasi Masalah .....	3-3
3.4 Menentukan Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.5 Merumukan Masalah.....	3-4
3.6 Membuat Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7 Mengidentifikasi dan Menyusun Variabel Penelitian.....	3-5
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.9 Uji Validitas Konstruk .....	3-8
3.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.12 Revisi Kuesioner Penelitian.....	3.10

3.14 Penentuan Jumlah Sample Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3-12
3.16 Menguji Validitas .....	3-12
3.17 Menguji Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	3-12
3.18 Analisis dan Usulan .....	3-13
3.19 Kesimpulan dan Saran .....	3-19
3.20 Selesai .....	
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
4.1.3 Tugas dan Tanggung Jawab dari Masing – Masing Jabatan .....	4-2
4.2 Kuesioner Pendahuluan .....	4-3
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-5
Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis .....	5-1
5.1 Validitas Konstruk .....	5-1
5.2 Variabel Pendahuluan.....	5-1
5.3 Variabel Penelitian.....	5-5
5.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-6
5.5 Hasil Segmentasi Pengolahan Data Profil Responden .....	5-12
5.6 <i>Targetting</i> .....	5-19

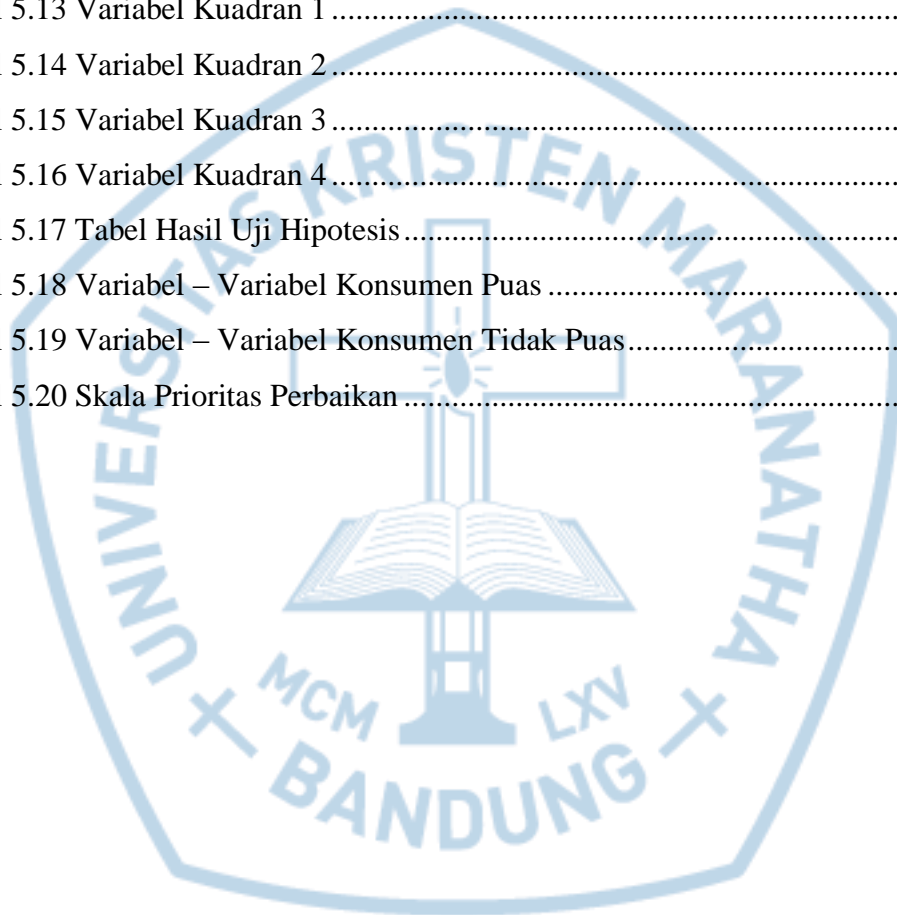
5.7 Perhitungan Persentase Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	5-20
5.8 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) .....	5-23
5.9 <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-29
5.10 Uji Hipotesis .....	5-36
5.11 Analisis Gabungan CA, IPA dan Uji Hipotesis.....	5-39
5.12 <i>Positioning</i> .....	5-41
5.13 Usulan.....	5-42
Bab 6 Kesimpulan dan Saran.....	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-10
Daftar Pustaka.....	xiv
Lampiran.....	L-1
Data Penulis	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omzet Per Tahun.....	1-1
Tabel 3.1 Usulan Prioritas Perbaikan Kerja.....	3-21
Tabel 4.1 <i>coffeeshop</i> Yang Sering Dikunjungi Responden .....	4-2
Tabel 4.2 Ringkasan Variabel 7P.....	4-3
Tabel 4.3 Ringkasan Usia Responden.....	4-4
Tabel 4.4 Ringkasan Pekerjaan Responden .....	4-4
Tabel 4.5 Ringkasan Tempat Tinggal Responden .....	4-5
Tabel 4.6 Ringkasan Uang Saku Responden .....	4-5
Tabel 4.7 Ringkasan Pendapatan Responden.....	4-5
Tabel 4.8 Ringkasan Jumlah Uang Yang Dikeluarkan Oleh Responden.....	4-6
Tabel 4.9 Ringkasan Tujuan Responden Datang Ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-6
Tabel 4.10 Ringkasan Menu Yang Sering Dibeli Oleh Responden.....	4-6
Tabel 4.11 Sumber Informasi Dalam Mengetahui Keberadaan <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-7
Tabel 4.12 Pertimbangan Dalam Memilih <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-7
Tabel 4.13 Periode Kunjungan Ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-7
Tabel 4.14 Jam Kunjungan Ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-7
Tabel 4.15 Frekuensi Kedatangan ke <i>KUROKOFFEE</i> Dalam 1 Bulan.....	4-8
Tabel 4.16 Kebiasaan Mengunjungi <i>KUROKOFFEE</i> Bersama .....	4-8
Tabel 4.17 Dengan Berapa Orang Biasa Mengunjungi <i>KUROKOFFEE</i> .....	4-8
Tabel 4.18 Media Sosial Yang Sering Digunakan .....	4-9
Tabel 4.19 Media Cetak Yang Sering Digunakan .....	4-10
Tabel 4.20 Media Elektronik Yang Sering Digunakan.....	4-10
Tabel 4.21 Ringkasan Hasil Kuesioner Bagian Kedua .....	4-11
Tabel 5.1 Variabel Yang Dianggap Penting Dan Tidak Penting .....	5-2
Tabel 5.2 Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan) .....	5-5
Tabel 5.3 Output SPSS Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-6
Tabel 5.4 Hasil Uji Validitas (Tingkat Performansi).....	5-6
Tabel 5.5 Output SPSS Reliabilitas (Tingkat Performansi).....	5-7

Tabel 5.6 Rata-rata Tingkat Kepentingan Keseluruhan Variabel .....	5-25
Tabel 5.7 Perhitungan Rata – rata Tingkat Kepentingan Variabel No.1 .....	5-26
Tabel 5.8 Rata-rata Tingkat Performansi Keseluruhan Variabel .....	5-27
Tabel 5.9 Perhitungan Rata-rata Tingkat Performansi Variabel No.1 .....	5-28
Tabel 5.10 Variabel Unggul dari <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-31
Tabel 5.11 Variabel Tidak Unggul dari <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-32
Tabel 5.12 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi .....	5-33
Tabel 5.13 Variabel Kuadran 1 .....	5-35
Tabel 5.14 Variabel Kuadran 2 .....	5-36
Tabel 5.15 Variabel Kuadran 3 .....	5-36
Tabel 5.16 Variabel Kuadran 4 .....	5-37
Tabel 5.17 Tabel Hasil Uji Hipotesis .....	5-38
Tabel 5.18 Variabel – Variabel Konsumen Puas .....	5-39
Tabel 5.19 Variabel – Variabel Konsumen Tidak Puas .....	5-40
Tabel 5.20 Skala Prioritas Perbaikan .....	5-42



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Omzet Per Tahun .....	1-2
Gambar 2.1 Teknik Sampling .....	2-8
Gambar 2.2 Diagram Kartesius.....	2-18
Gambar 2.3 Grafik Wilayah Kritis.....	2-20
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
Gambar 3.2 Diagram Kartesius IPA .....	3-16
Gambar 3.3 Wilayah Kritis Uji Z.....	3-19
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	4-1
Gambar 5.1 <i>Coffeeshop</i> yang Sering dikunjungi oleh Responden.....	5-4
Gambar 5.2 Persentase Usia.....	5-8
Gambar 5.3 Persentase Pekerjaan .....	5-9
Gambar 5.4 Persentase Uang Saku Pelajar / Mahasiswa .....	5-11
Gambar 5.5 Persentase Penghasilan Bukan Pelajar / Bukan Mahasiswa.....	5-12
Gambar 5.6 Jumlah uang yang dikeluarkan oleh Responden .....	5-13
Gambar 5.7 Tujuan datang ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-14
Gambar 5.8 Menu Yang Sering Dibeli .....	5-15
Gambar 5.9 Sumber Informasi Dalam Mengetahui Keberadaan <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-16
Gambar 5.10 Pertimbangan Dalam Memilih <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-17
Gambar 5.11 Periode Kunjungan Ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-17
Gambar 5.12 Jam Kunjungan Ke <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-18
Gambar 5.13 Frekuensi Kedatangan Ke <i>KUROKOFFEE</i> Dalam 1 Bulan .....	5-19
Gambar 5.14 Kebiasaan Mengunjungi <i>KUROKOFFEE</i> Bersama .....	5-20
Gambar 5.15 Dengan Berapa Orang Biasa Mengunjungi <i>KUROKOFFEE</i> .....	5-21
Gambar 5.16 Media Sosial Yang Sering Digunakan .....	5-22
Gambar 5.17 Media Cetak Yang Sering Digunakan .....	5-23
Gambar 5.18 Media Elektronik Yang Digunakan.....	5-24
Gambar 5.19 CA Jarak.....	5-31
Gambar 5.20 Hasil <i>Output Scatter Plot</i> .....	5-35