

ABSTRAK

Café Next 8 berdiri sejak tahun 2016 dan berlokasi di Jalan Cendana No. 8 Bandung. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajer café, diketahui permasalahan yang dihadapi café adalah tidak tercapainya target penjualan dari April 2016 hingga Agustus 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan usulan agar café Next 8 mengetahui faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen saat memilih sebuah café, mengetahui posisi café Next 8 dibandingkan café pesaing, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap café Next 8, mengetahui *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* yang baik untuk café.

Konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*) dan STP (*Segmenting, Targeting, Positioning*) menjadi acuan dalam menyusun kuesioner. Kuesioner pendahuluan disebar kepada 30 responden, dengan menggunakan *Purposive Sampling*, yang bertujuan untuk mengetahui variabel yang dianggap penting atau tidak oleh konsumen, serta untuk mengetahui pesaing bagi café Next 8. Variabel yang dianggap penting oleh konsumen, akan dilanjutkan pada kuesioner penelitian, yang disebar kepada 120 responden, dengan menggunakan *Simple Random Sampling*. Kuesioner penelitian bertujuan untuk mengetahui data profil responden, tingkat kepentingan konsumen akan suatu café, tingkat kinerja café Next 8 dan peringkat keunggulan café Next 8 terhadap pesaing. Selain itu, tujuan kuesioner penelitian dibuat adalah untuk membantu menentukan *positioning* café Next 8.

Data profil responden diolah menggunakan *Pie Chart*, data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis, sedangkan data peringkat keunggulan diolah menggunakan *Correspondence Analysis* (CA). Pengolahan data dengan menggunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan 14 variabel pada kuadran II dan 14 variabel pada kuadran III sebagai fokus perbaikan kinerja dari café Next 8. Pengolahan data dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) didapatkan 31 variabel yang menjadi faktor keunggulan café Next 8, dan 22 variabel yang menjadi faktor ketertinggalan café Next 8. Pengolahan data menggunakan Uji Hipotesis didapatkan 36 variabel yang dinyatakan tidak puas oleh konsumen, dan 17 variabel yang dinyatakan puas oleh konsumen. Hasil dari gabungan IPA, CA dan Uji Hipotesis digunakan untuk menyusun prioritas perbaikan bagi café Next 8 agar dapat meningkatkan penjualan.

Target dari café Next 8 diantaranya adalah konsumen yang berusia 16 sampai 40 tahun, dengan profesi sebagai pelajar, mahasiswa dan karyawan, dengan alasan utama berkunjung ke café adalah kopi dan suasana café. *Positioning* atau citra yang ingin dipandang dalam benak konsumen adalah café yang mempunyai kualitas, café yang nyaman dan harga yang bersahabat. Oleh karena itu, slogan yang diberikan adalah “Ngopi berkualitas gahar us mahal!”

Usulan yang diberikan berdasarkan skala prioritas perbaikan, diantaranya adalah : Lebih aktif dalam menggunakan media sosial dalam promosi menu, serta diskon, menggunakan media cetak sebagai media promosi menu/paket baru, menambah lahan parkir untuk motor, merapikan ranting pohon yang menutupi tanda papan café, menambah variasi menu makanan ringan serta minuman.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Batasan dan Asumsi	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Manajemen Pemasaran.....	2-1
2.3 Bauran Pemasaran	2-1
2.4 <i>Segmenting, Targeting & Positioning</i>	2-2
2.4.1 <i>Segmenting</i>	2-2
2.4.2 <i>Targeting</i>	2-2
2.4.3 <i>Positioning</i>	2-3
2.5 Teknik Pengumpulan Data	2-3
2.6 Populasi dan Sampel	2-4
2.6.1 Populasi	2-4

2.6.2 Sampel.....	2-4
2.7 Teknik Sampling	2-5
2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2-5
2.7.2 <i>Non-probability Sampling</i>	2-5
2.8 Skala Pengukuran.....	2-6
2.9 Validitas dan Reliabilitas	2-8
2.9.1 Validitas	2-8
2.9.2 Reliabilitas.....	2-8
2.10 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-8
2.11 <i>Correspondence Analysis</i>	2-12
2.12 Uji Hipotesis.....	2-13
BAB III SISTEMATIKA PENELITIAN	
3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i>	3-3
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	
4.1 Data Umum Café.....	4-1
4.1.1 Profil Singkat Café	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Café	4-1
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.3 Kuesioner Penelitian	4-7
BAB V ANALISIS DATA DAN USULAN	
5.1 Validitas Konstruk.....	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Pengolahan Data Profil Responden.....	5-3
5.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-16
5.4.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-16
5.5 <i>Importance Performance Analysis</i>	5-22
5.6 <i>Correspondence Analysis</i>	5-29
5.7 Uji Hipotesis.....	5-34
5.8 Analisis Gabungan	5-37

5.9 Analisis <i>Segmentation, Targeting & Positioning</i>	5-39
5.9.1 <i>Segmentation</i>	5-39
5.9.2 <i>Targeting</i>	5-43
5.9.3 <i>Positioning</i>	5-44
5.10 Usulan.....	5-45

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-16

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Halaman
3.1	Variabel Penelitian Dalam Bauran Pemasaran	3-5
3.2	Segmentasi Pasar	3-7
3.3	Satuan Waktu	3-11
3.4	Bilangan <i>Random</i>	3-11
3.5	Pengurutan Bilangan <i>Random</i>	3-12
3.6	Satuan Waktu yang Terpilih	3-12
3.7	Waktu <i>Sampling Weekday</i>	3-13
3.8	Waktu <i>Sampling Weekend</i>	3-13
3.9	Rangkuman CA, IPA & Uji Hipotesis	3-19
4.1	Rangkuman Variabel Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.2	Daftar Café Pesaing	4-7
4.3	Usulan Variabel Penelitian	4-7
4.4	Usia	4-7
4.5	Pekerjaan	4-7
4.6	Uang Saku	4-8
4.7	Uang Pendapatan	4-8
4.8	Lokasi Tempat Tinggal	4-8
4.9	Tujuan Berkunjung ke Café Next 8	4-8
4.10	Alasan Utama Berkunjung ke Café Next 8	4-9
4.11	Pengeluaran di Café Next 8	4-9
4.12	Menu Makanan yang Sering Dipesan di Café	4-9
4.13	Menu Minuman yang Sering Dipesan di Café	4-10
4.14	Sumber Informasi Mengenai Café Next 8	4-10
4.15	Dengan Siapa Biasa Berkunjung ke Café Next 8	4-10
4.16	Media Sosial yang Sering Digunakan	4-10
4.17	Hari Kunjungan Biasa ke Café Next 8	4-11

4.18	Frekuensi Dalam Sebulan Berkunjung ke Café	4-11
4.19	Jam Kunjungan Biasa ke Café Next 8	4-11
4.20	Waktu yang Biasa Dihabiskan di Café Next 8	4-11
4.21	Jenis Pembayaran yang Biasa Dilakukan	4-12
4.22	Kebiasaan Menggunakan <i>Delivery Service</i>	4-12
4.23	Hiburang yang Diinginkan	4-12
4.24	Kebutuhan Area <i>Non-smoking</i>	4-12
4.25	Tingkat Kepentingan Konsumen	4-13
4.26	Tingkat Kinerja Café	4-14
4.27	Tingkat Keunggulan	4-15
5.1	Hasil Pengolahan Persentase	5-2
5.2	Uji Validasi Tingkat Kepentingan	5-17
5.3	Uji Validasi Tingkat Kepentingan Revisi	5-19
5.4	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-20
5.5	Variabel Sesudah Uji Validitas & Reliabilitas	5-21
5.6	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-22
5.7	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kinerja	5-23
5.8	Hasil Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja	5-24
5.9	Rangkuman Tingkat Keunggulan	5-29
5.10	Peringkat CA	5-32
5.11	Atribut Keunggulan Café Next 8	5-33
5.12	Atribut Keunggulan Café Kopi Anjis	5-33
5.13	Rangkuman Perhitungan Uji Hipotesis	5-35
5.14	Skala Prioritas Perbaikan	5-38
5.15	<i>Targeting</i>	5-43

DAFTAR GAMBAR

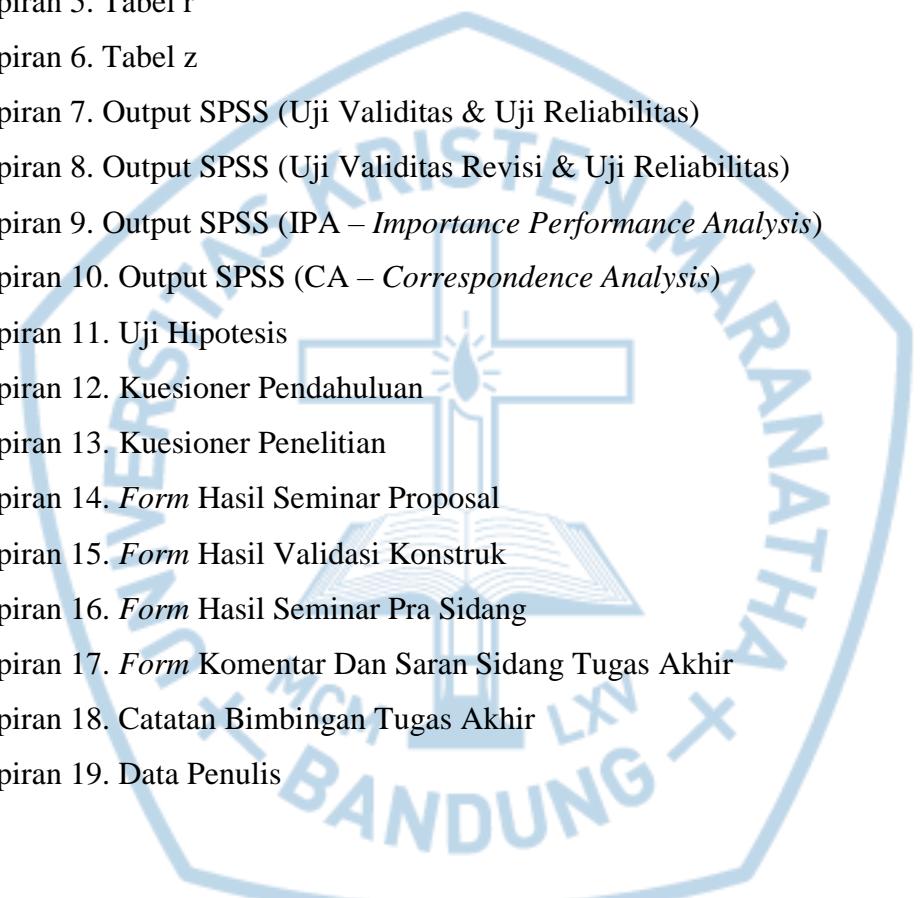
Gambar	Keterangan	Halaman
1.1	Grafik Penjualan 2016 Sampai 2018	1-2
2.1	Diagram Metode IPA	2-11
2.2	Grafik Wilayah Kritis	2-14
3.1	<i>Flowchart</i> Sistematika Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Sistematika Penelitian	3-2
3.3	Diagram Metode IPA	3-13
3.4	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-15
4.1	Struktur Organisasi Café Next 8	4-1
5.1	Usia	5-3
5.2	Pekerjaan	5-4
5.3	Uang Saku	5-4
5.4	Uang Pendapatan	5-5
5.5	Lokasi Tempat Tinggal	5-6
5.6	Tujuan Berkunjung ke Café Next 8	5-6
5.7	Alasan Utama Berkunjung ke Café Next 8	5-7
5.8	Pengeluaran Saat di Café Next 8	5-8
5.9	Menu Makanan yang Sering Dipesan di Café	5-8
5.10	Menu Minuman yang Sering Dipesan di Café	5-9
5.11	Sumber Informasi Mengenai Café Next 8	5-10
5.12	Dengan Siapa Biasa Berkunjung ke Café Next 8	5-10
5.13	Media Sosial yang Sering Digunakan	5-10
5.14	Hari Kunjungan Biasa ke Café Next 8	5-11
5.15	Frekuensi Dalam Sebulan Berkunjung ke Café	5-12
5.16	Jam Kunjungan Biasa ke Café Next 8	5-12
5.17	Waktu yang Biasa Dihabiskan di Café Next 8	5-13
5.18	Jenis Pembayaran yang Biasa Dilakukan	5-14
5.19	Kebiasaan Menggunakan <i>Delivery Service</i>	5-15

5.20	Hiburan yang Diinginkan	5-15
5.21	Kebutuhan Area <i>Non-Smoking</i>	5-16
5.22	Grafik IPA	5-26
5.23	Grafik CA	5-31
5.24	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-36
5.25	Denah Lokasi Café Next 8	5-45
5.26	Usulan Denah Parkir	5-46
5.27	Lokasi Parkir Mobil Alternatif	5-47
5.28	Media Cetak	5-50
5.29	Menu Makanan Café Next 8	5-51
5.30	Menu Makanan Kopi Anjis	5-51
5.31	Menu Minuman Café Next 8	5-52
5.32	Menu Minuman Kopi Anjis	5-52
5.33	Meja Makan & Tempat Duduk Café Next 8	5-54
5.34	Meja Makan & Tempat Duduk Kopi Anjis (<i>indoor</i>)	5-54
5.35	Meja Makan & Tempat Duduk Kopi Anjis (<i>outdoor</i>)	5-54
5.36	Tanda Papan Café Next 8	5-56
5.37	Tampilan Depan Café Next 8	5-57
5.38	Contoh Tirai Plastik Gulung	5-58
5.39	Brosur	5-60
5.40	<i>Steak</i>	5-62
5.41	<i>Chicken Tetrazini</i>	5-62
5.42	<i>Lychee Mojito</i>	5-63
5.43	House of Next 8	5-63
5.44	Desain Interior Café Next 8 (1)	5-64
5.45	Desain Interior Café Next 8 (2)	5-64
5.46	Desain Interior Café Next 8 (3)	5-64
5.47	Kumpulan Buku	5-65
5.48	Area Meja Makan	5-69
5.49	Area Bar	5-69
5.50	<i>Stainless Steel Straw</i>	5-70

5.51	Promosi Es Kopi Susu Café Next 8	5-71
5.52	Kondisi Café Next 8 Siang Hari	5-72
5.53	Kondisi Café Next 8 Malam Hari	5-72
5.54	Desain Promosi	5-73



DAFTAR LAMPIRAN

- 
- Lampiran 1. Kuesioner Pendahuluan
 - Lampiran 2. Kuesioner Penelitian
 - Lampiran 3. Data Mentah Kuesioner Penelitian (Tingkat Kepentingan)
 - Lampiran 4. Data Mentah Kuesioner Penelitian (Tingkat Kinerja)
 - Lampiran 5. Tabel r
 - Lampiran 6. Tabel z
 - Lampiran 7. Output SPSS (Uji Validitas & Uji Reliabilitas)
 - Lampiran 8. Output SPSS (Uji Validitas Revisi & Uji Reliabilitas)
 - Lampiran 9. Output SPSS (IPA – *Importance Performance Analysis*)
 - Lampiran 10. Output SPSS (CA – *Correspondence Analysis*)
 - Lampiran 11. Uji Hipotesis
 - Lampiran 12. Kuesioner Pendahuluan
 - Lampiran 13. Kuesioner Penelitian
 - Lampiran 14. *Form* Hasil Seminar Proposal
 - Lampiran 15. *Form* Hasil Validasi Konstruk
 - Lampiran 16. *Form* Hasil Seminar Pra Sidang
 - Lampiran 17. *Form* Komentar Dan Saran Sidang Tugas Akhir
 - Lampiran 18. Catatan Bimbingan Tugas Akhir
 - Lampiran 19. Data Penulis