

ABSTRAK

Kopi Sajati merupakan *coffee shop* yang berdiri sejak tahun 2017 terletak di Jalan Raya Kopo no.200, Bandung. Masalah yang muncul di Kopi Sajati yaitu omset yang masih belum mencapai target yang diinginkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui persaingan, mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *coffee shop*, mengetahui tingkat kinerja yang telah diberikan, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Kopi Sajati, mengetahui segmentasi, *targeting* dan *positioning* serta memberikan usulan prioritas perbaikan kepada Kopi Sajati.

Penulis menyusun kuesioner pendahuluan & penelitian menggunakan pendekatan bauran pemasaran yang terdiri atas 7P (*Product, Price, Place, People, Promotion, Physical Evidence*), kuesioner pendahuluan disebar untuk mengetahui siapa saja yang berpotensi menjadi pesaing dan untuk mengetahui variabel yang dianggap penting oleh konsumen. Penyebaran kuesioner pendahuluan disebar kepada 30 responden pelanggan Kopi Sajati. Kemudian hasil dari kuesioner pendahuluan dijadikan acuan sebagai penyusunan kuesioner penelitian, kuesioner penelitian terdiri dari 2 bagian yaitu profil responden dan kuesioner untuk menilai tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan peringkat keunggulan dibandingkan pesaing, kuesioner disebar kepada 110 responden yang pernah mengunjungi Kopi Sajati dan Kedai Kopi Kulo.

Hasil kuesioner bagian I disusun menggunakan diagram *pie* untuk mengetahui segmentasi. Hasil Kuesioner bagian II yaitu kepentingan dan kinerja diuji terlebih dahulu dengan pengujian validitas dan reliabilitas. Setelah itu data diolah menggunakan metode IPA untuk prioritas perbaikan Kopi Sajati, lalu menggunakan metode CA untuk mengetahui keunggulan dan keteringgalan dengan pesaing dan menggunakan metode Uji Hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen. Hasil pengujian tersebut kemudian digabungkan untuk usulan perbaikan apa saja yang harus dilakukan dan diperbaiki Kopi Sajati sehingga dapat bersaing dengan pesaingnya saat ini.

Hasil dari metode IPA terdapat 13 variabel prioritas perbaikan dan 25 variabel untuk dipertahankan kinerjanya. Hasil pengolahan CA didapatkan hasil 22 variabel yang menjadi keunggulan Kopi Sajati dan 16 variabel tertinggal dibandingkan kompetitor. Hasil pengolahan Uji Hipotesis didapatkan hasil bahwa terdapat 12 variabel konsumen sudah puas dan terdapat 26 variabel konsumen tidak puas dengan kinerja yang diberikan Kopi Sajati.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kopi Sajati merupakan *coffee shop* yang memiliki keragaman menu kopi yang variatif, memiliki kualitas bahan baku yang baik, memiliki harga yang murah sehingga tidak memberatkan untuk dikonsumsi setiap hari, memiliki kemasan yang menarik dan mudah untuk di *take away* dan memiliki *service* yang baik. Oleh karena itu penulis mengusulkan slogan “Kopi Sajati *your daily caffeine supply*”. Kemudian dibuat 38 prioritas perbaikan berdasarkan hasil analisis gabungan yaitu: Memasang *sign* untuk memberitahu konsumen untuk parkir di Rs.Immanuel untuk lahan parkir yang lebih luas, mengganti *closet* jongkok ke *closet* duduk karena banyak responden wanita dan lain-lain.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	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 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 Teknik Pengumpulan Data	2-3
2.4 Populasi dan Sample	2-5
2.5 Penentuan Jumlah Sample	2-6
2.6 Teknik Sampling	2-6
2.7 Tipe Data Berskala	2-9
2.8 Skala Pengukuran	2-10
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-12
2.10 Pengujian Validitas Instrumen	2-13
2.9.1 Pengujian Validitas Internal	2-13
2.9.1 Pengujian Validitas Eksternal	2-14
2.11 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-15
2.11 <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	2-16

2.13 Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan.....	2-18
2.14 <i>Correspondence Analysis</i>	2-21
2.15 Uji Hipotesis	2-22
2.15.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-23

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2 Melakukan Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3 Identifikasi Masalah	3-5
3.4 Batasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Tujuan Penelitian	3-6
3.7 Tinjauan Studi Pustaka	3-6
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.8.1 <i>Marketing Mix</i>	3-7
3.8.2 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	3-9
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-10
3.10 Pengujian Validitas Konstruk	3-11
3.11 Penentuan Jumlah Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.14 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-12
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.16 Pengujian Validitas	3-13
3.17 Menguji Reabilitas	3-14
3.18 Pengolahan Data	3-15
3.19 Analisis Dan Usulan <i>Segmenting, Targeting, Dan Positioning</i> ..	3-19
3.19 Analisis Dan Usulan Prioritas Perbaikan Variabel Gabungan	3-19
3.20 Kesimpulan dan Saran	3-20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner	4-1
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.2.3 Kuesioner Penelitian	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1 Hasil Uji Validitas Konstruk	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-4
5.4 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-32
5.5 <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-38
5.6 Uji Hipotesis.....	5-43
5.7 Analisis Gabungan	5-45
5.8 <i>Targeting</i>	5-46
5.9 <i>Positioning</i>	5-46
5.10 Usulan	5-48

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Omzet Kopi Sajati Tahun 2018.....	1-2
Tabel 3.1	Analisis Gabungan CA, IPA, Uji Hipotesis	3-20
Tabel 4.1	Tabel Pesaing Menurut Responden.....	4-2
Tabel 4.2	Daftar Pesaing	4-3
Tabel 4.3	Data Kuesioner Bagian 2.	4-2
Tabel 4.3	Data Kuesioner Bagian 2 (<i>Con't</i>).....	4-5
Tabel 4.4	Jenis Kelamin Responden	4-5
Tabel 4.5	Usia Responden.....	4-6
Tabel 4.6	Pekerjaan Responden	4-6
Tabel 4.7	Uang Saku Responden (Belum Bekerja).....	4-6
Tabel 4.8	Tabel Keterangan	4-7
Tabel 4.9	Penghasilan Responden(Bekerja).....	4-7
Tabel 4.10	Jumlah Kunjungan/Bulan.....	4-7
Tabel 4.11	Alasan Berkunjung Ke Kopi Sajati	4-7
Tabel 4.12	Waktu Berkunjung Ke <i>Coffee Shop</i> Secara Umum	4-7
Tabel 4.13	Jam Berkunjung Ke Kopi Sajati.....	4-8
Tabel 4.14	Bersama Siapa Pergi Ke Kopi Sajati.....	4-8
Tabel 4.15	Tujuan Mengunjungi <i>Coffee Shop</i>	4-8
Tabel 4.16	Minuman Paling Sering Dipesan Di Kopi Sajati	4-9
Tabel 4.17	Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih <i>Coffee Shop</i>	4-9
Tabel 4.18	Daerah Kopi Paling Disukai.....	4-10
Tabel 4.19	Makanan Ringan/Cemilan Favorit	4-10
Tabel 4.20	Media Sumber Informasi Mengenai <i>Coffee Shop</i>	4-10
Tabel 4.21	Kartu Debit Yang Digunakan Responden.....	4-11

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.22	Uang Elektronik Yang Digunakan Responden	4-11
Tabel 4.23	Jenis Musik Yang Disukai	4-11
Tabel 4.24	Pernah Membeli Biji Kopi Di <i>Coffee Shop</i>	4-11
Tabel 4.25	Pernah Membeli Peralatan Kopi Di <i>Coffee Shop</i>	4-12
Tabel 4.26	Merokok Atau Tidak Merokok	4-12
Tabel 4.27	Tingkat Kepentingan.....	4-13
Tabel 4.28	Tingkat Kinerja	4-14
Tabel 5.1	Perhitungan Persentase Pesaing	5-1
Tabel 5.2	Pengolahan Dengan Metode Statistika Deskriptif	5-3
Tabel 5.3	Rangkuman Tingkat Kepentingan.....	5-22
Tabel 5.4	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	5-24
Tabel 5.5	Keputusan Uji Validitas Kepentingan.....	5-25
Tabel 5.6	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-26
Tabel 5.7	Rangkuman Tingkat Kinerja.....	5-27
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-28
Tabel 5.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-29
Tabel 5.9	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Kinerja	5-30
Tabel 5.10	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-31
Tabel 5.11	Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-32
Tabel 5.12	Hasil Peringkat Keunggulan Dari Responden	5-39
Tabel 5.13	Hasil Jarak <i>Correspondence Analysis</i>	5-41
Tabel 5.14	Hasil <i>Correspondence Analysis</i>	5-42
Tabel 5.14	Uji Hipotesis.....	5-43
Tabel 5.16	Prioritas Perbaikan	5-45
Tabel 6.1	Rata-rata Kinerja Kopi Sajati.....	6-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Omzet Penjualan Kopi Sajati Tahun 2018.....	1-2
Gambar 2.1	Diagram <i>Cartesius Importance Performance Analysis</i>	2-20
Gambar 2.2	Grafik Wilayah Kritis.....	2-24
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-2
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-3
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-4
Gambar 3.2	Diagram Kartesius.....	3-17
Gambar 3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z.....	3-18
Gambar 5.1	Pesaing Kopi Sajati	5-2
Gambar 5.2	Jenis Kelamin.....	5-4
Gambar 5.3	Usia	5-5
Gambar 5.4	Pekerjaan	5-5
Gambar 5.5	Uang Saku	5-6
Gambar 5.6	Penghasilan	5-7
Gambar 5.7	Jumlah Kunjungan/Bulan.....	5-8
Gambar 5.8	Alasan Datang Ke Kopi Sajati	5-9
Gambar 5.9	Waktu Kunjungan	5-10
Gambar 5.10	Jam Kunjungan Ke Kopi Sajati.....	5-10
Gambar 5.11	Bersama Siapa Pergi Ke Kopi Sajati.....	5-11
Gambar 5.12	Tujuan Berkunjung Ke <i>Coffee Shop</i>	5-12
Gambar 5.13	Minuman Paling Sering Dipesan	5-13
Gambar 5.14	Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Memilih <i>Coffee Shop</i>	5-14
Gambar 5.15	Origin Kopi Favorit.....	5-15
Gambar 5.16	Makanan/Cemilan Favorit.....	5-16

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.17	Media Informasi <i>Coffee Shop</i>	5-17
Gambar 5.18	Kartu Debit Yang Digunakan.....	5-18
Gambar 5.19	Uang Elektronik Yang Digunakan.....	5-19
Gambar 5.20	<i>Genre</i> Musik Yang Diharapkan.....	5-19
Gambar 5.21	Pernah Membeli Biji Kopi Di <i>Coffee Shop</i>	5-20
Gambar 5.22	Persentase Pernah Membeli Peralatan Kopi Di <i>Coffee Shop</i> .	5-20
Gambar 5.23	Persentase Perokok Responden.....	5-21
Gambar 5.24	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-34
Gambar 5.25	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-40
Gambar 5.26	Grafik Wilayah Kritis Variabel 1.....	5-44
Gambar 5.27	<i>Closet</i> Kedai Kopi Kulo.....	5-49
Gambar 5.28	Usulan Mengganti <i>Closet</i> duduk.....	5-50
Gambar 5.29	Daftar Menu Pesaing.....	5-50
Gambar 5.30	Usulan Menu Dengan Deskripsi & Gambar.....	5-51
Gambar 5.31	Usulan Kemasan <i>Hot Coffee Take Away</i>	5-52
Gambar 5.32	Usulan Kemasan Botol <i>Take Away</i>	5-53
Gambar 5.33	Usulan Tatakan Alas Kayu.....	5-53
Gambar 5.34	Usulan Tatakan Cangkir <i>Dine In</i>	5-53
Gambar 5.35	Kondisi Papan Nama Saat Ini.....	5-54
Gambar 5.36	Kondisi Papan Nama Pesaing.....	5-55
Gambar 5.37	Usulan Jenis <i>Upload</i> Menarik Di Instagram.....	5-57
Gambar 5.38	Usulan Jenis <i>Upload</i> Menarik Di Instagram.....	5-57
Gambar 5.39	Usulan Gelas Ukur Untuk Menuangkan Gula & Kopi.....	5-59
Gambar 5.40	Tempat Sampah Saat Ini.....	5-61
Gambar 5.41	Usulan Tempat Sampah.....	5-62
Gambar 5.42	Usulan Penggunaan Lampu.....	5-63
Gambar 5.43	Usulan <i>Hexos Fan</i>	5-65
Gambar 5.44	<i>Avocato Coffee</i> (<i>Best seller</i> Kedai Kopi Kulo).....	5-65
Gambar 5.45	<i>Iced Caramel Macchiato</i> (<i>Best Seller</i> Starbucks).....	5-66

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.46	Kondisi Lantai 1 (<i>No Smoking Area</i>).....	5-69
Gambar 5.47	Kondisi Lantai 2 (<i>Smoking Area</i>).....	5-69
Gambar 5.48	Tempat Duduk Saat Ini	5-70
Gambar 5.49	Bantal Duduk Usulan.....	5-71
Gambar 5.50	Usulan <i>Cup Sealer</i> Otomatis.....	5-73



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 Konstruksi

