

## ABSTRAK

*Café Z* didirikan pada bulan April 2017. Pada saat ini *Café Z* mengalami kondisi dimana tidak tercapainya target omset penjualan sebesar 84,615% dalam kurun waktu Maret 2018-Maret 2019. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *Café*, untuk mengetahui tingkat kinerja *Café Z*, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, untuk mengetahui posisi *Café Z* dibandingkan pesaing, untuk menentukan usulan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) dan untuk memberikan usulan strategi bauran pemasaran agar dapat meningkatkan jumlah omset penjualan.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Konsep teori yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah STP dan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Tujuan dari kuesioner pendahuluan adalah untuk mengetahui variabel yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *Café* dan untuk mengetahui *Café* Pesaing. Kuesioner penelitian terbagi menjadi 3 bagian, dimana bagian I memiliki tujuan untuk mengetahui profil konsumen, bagian II untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja dari *Café Z* dan bagian III untuk mengetahui keunggulan dari *Café Z* dibandingkan dengan *Café* pesaing. Penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan pada 35 konsumen yang berusia  $\geq 17$  tahun, pernah berkunjung ke *Café-café* di daerah Puncak Ciumbuleuit. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan kepada 110 konsumen berusia  $\geq 17$  tahun, pernah berkunjung dan membeli di *Café Z* dan juga *Café* pesaing.

Pengolahan kuesioner pendahuluan menggunakan persentase. Pengolahan kuesioner penelitian bagian I data profil konsumen disajikan menggunakan *pie chart*, hasil kuesioner bagian II dilakukan pengolahan menggunakan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang bertujuan untuk mengetahui prioritas perbaikan setiap variabel dan metode Uji Hipotesis untuk melihat puas/tidak puasnya konsumen terhadap variabel tersebut. Sedangkan hasil kuesioner bagian III dilakukan pengolahan menggunakan metode CA (*Correspondence Analysis*) untuk mengetahui posisi *Café Z* dibandingkan dengan *Café* pesaing.

Hasil dari pengolahan metode IPA terdapat 13 variabel menjadi *focus improvement*, 21 variabel *maintain performance*, 1 variabel *low priority* dan 6 variabel *reduce emphasis*. Berdasarkan hasil pengolahan metode Uji Hipotesis Ketidakpuasan terdapat 21 variabel yang dirasa cukup memuaskan dan 20 variabel yang dirasa belum memuaskan. Berdasarkan hasil pengolahan metode CA didapatkan hasil 17 variabel pada Peringkat 1, 10 variabel pada Peringkat 2 dan 14 variabel pada Peringkat 3. Hasil penggabungan antara metode CA, IPA dan Uji Hipotesis digunakan untuk menyusun prioritas perbaikan pada *Café Z*.

Usulan target pasar dari *Café Z* adalah konsumen yang bertempat tinggal di wilayah Bandung Utara dan diluar Kota Bandung memiliki tujuan untuk nongkrong dan menggunakan media sosial *Instagram*. Usulan *positioning* adalah "*Naturally Satisfy You*". Usulan yang diberikan adalah menyediakan kendaraan khusus untuk mengantar konsumen, melakukan perubahan *desain interior*, membuat spanduk sebagai penunjuk jalan dan promosi *Café*, membuat iklan-iklan *pop up* di *Instagram*, memberikan potongan harga bagi konsumen yang mengunggah foto ke media sosial *instagram* dan usulan-usulan lain yang diberikan.

## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1-1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-5
1.4 Perumusan Masalah .....	1-5
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-6
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>2-1</b>
2.1 Pemasaran .....	2-1
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) .....	2-1
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	2-2
2.4 Populasi dan Sampel.....	2-3
2.5 Penentuan Jumlah Sampel .....	2-4
2.6 Teknik <i>Sampling</i> .....	2-5
2.7 Skala Pengukuran.....	2-7
2.8.1 Macam-Macam Skala Pengukuran .....	2-7
2.8.2 Tipe-Tipe Skala Pengukuran.....	2-9
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-9
2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen .....	2-10
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-11

2.9	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> .....	2-13
2.10	<i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	2-14
2.11	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja atau <i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-16
2.12	Uji Hipotesis .....	2-19
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>3-1</b>
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Mulai .....	3-4
3.3	Pendahuluan.....	3-4
3.4	Identifikasi Masalah.....	3-4
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-5
3.6	Perumusan Masalah .....	3-5
3.7	Tujuan Penelitian .....	3-5
3.8	Studi Pustaka.....	3-6
3.9	Kerangka Penelitian .....	3-6
3.10	Identifikasi Variabel Penelitian .....	3-7
3.11	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....	3-10
3.12	Uji Validitas Konstruksi .....	3-10
3.13	Menentukan Jumlah Sampel dan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.15	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.16	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.17	Penentuan Jumlah Sampel dan Teknik Sampling Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3-14
3.19	Pengumpulan Data .....	3-14
3.20	Pengujian Validitas .....	3-14
3.21	Pengujian Reliabilitas .....	3-15
3.22	Pengolahan Data .....	3-16
3.23	Analisis Pengolahan Data .....	3-20
3.24	Usulan .....	3-21

3.25 Kesimpulan dan Saran .....	3-21
3.26 Selesai .....	3-21
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>4-1</b>
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	4-1
4.2 Kuesioner .....	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian .....	4-4
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>5-1</b>
5.1 Validitas Konstruksi.....	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.3 Kuesioner Penelitian .....	5-4
5.3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....	5-4
5.3.2 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-10
5.3.3 Metode Uji Hipotesis .....	5-16
5.3.4 Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA) .....	5-19
5.3.5 Analisis Gabungan Metode CA, IPA dan Uji Hipotesis .....	5-26
5.3.6 Analisis Berdasarkan Tingkat Kepentingan .....	5-29
5.4 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i> (STP).....	5-30
5.5 Usulan .....	5-50
5.5.1 Usulan Berdasarkan Analisis Gabungan.....	5-50
5.5.2 Usulan Berdasarkan Hasil Penilaian Kepentingan .....	5-103
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>6-1</b>
6.1 Kesimpulan .....	6-1
6.2 Keterbatasan Penelitian.....	6-18
6.3 Saran .....	6-18

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Omset <i>Cafe Z</i>	1-2
1.2	Persentase Penurunan atau Kenaikan Omset Penjualan	1-3
3.1	Atribut Segmentasi	3-8
3.2	Variabel Bauran Pemasaran	3-9
3.3	Jadwal Penyebaran Kuesioner Hari Biasa	3-14
3.4	Jadwal Penyebaran Kuesioner Akhir Pekan dan Hari Libur	3-14
3.5	Prioritas Perbaikan Kerja	3-21
4.1	Ringkasan Data Pesaing	4-2
4.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3	Profil Responden Berdasarkan Usia	4-4
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4-4
4.5	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	4-4
4.6	Profil Responden Berdasarkan Alasan Utama Dalam Pemilihan <i>Café Z</i>	4-5
4.7	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Saat Datang Ke <i>Café Z</i>	4-5
4.8	Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi Media Sosial	4-5
4.9	Profil Responden Sumber Informasi Media Cetak	4-5
4.10	Profil Responden Berdasarkan Sumber Informasi Media Elektronik	4-6
4.11	Profil Responden Berdasarkan Radio Yang Sering Didengarkan	4-6
4.12	Profil Responden Berdasarkan Koran Yang sering Dibaca	4-6
4.13	Profil Responden Berdasarkan Media Sosial Yang Sering Digunakan	4-6
4.14	Profil Responden Berdasarkan Majalah Yang Sering Dibaca	4-7
4.15	Profil Responden Berdasarkan Jumlah Pengeluaran Perorang	4-7
4.16	Profil Responden Berdasarkan Makanan Favorit	4-7
4.17	Profil Responden Berdasarkan Minuman Favorit	4-7

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.18	Profil Responden Berdasarkan Datang Bersama Siapa	4-8
4.19	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi ke <i>Café Z</i>	4-8
4.20	Profil Responden Berdasarkan Hari Kedatangan	4-8
4.21	Profil Responden Berdasarkan Jam Kedatangan	4-8
4.22	Profil Responden Berdasarkan Waktu Yang Dibutuhkan	4-9
4.23	Profil Responden Berdasarkan Menu Pengganti Nasi Putih	4-9
4.24	Profil Responden Berdasarkan Cara Pembayaran	4-9
4.25	Profil Responden Berdasarkan Kartu Debit	4-9
4.26	Profil Responden Berdasarkan Kartu Kredit	4-10
4.27	Profil Responden Berdasarkan Uang Elektronik	4-10
4.28	Data Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	4-11
4.29	Data Peringkat	4-11
5.1	Hasil Pengolahan Persentase	5-1
5.2	Hasil Variabel Yang Dibuang	5-3
5.3	<i>Café Pesaing</i>	5-3
5.4	Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-5
5.5	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-5
5.6	Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-7
5.7	Variabel Tingkat Kinerja Yang Tidak Valid)	5-8
5.8	Hasil SPSS Uji Validitas Ulang Tingkat Kinerja	5-9
5.9	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-10
5.10	Hasil Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-11
5.11	Variabel-Variabel Kuadran 1	5-13
5.12	Variabel-Variabel Kuadran 2	5-14
5.13	Variabel-Variabel Kuadran 3	5-14
5.14	Variabel-Variabel Kuadran 4	5-15
5.15	Hasil Uji Hipotesis	5-16

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
5.16	Variabel Puas Hasil Uji Hipotesis	5-18
5.17	Variabel Tidak Puas Hasil Uji Hipotesis	5-19
5.18	Jumlah Jawaban Peringkat	5-20
5.19	Jarak Peringkat Tiap Variabel (Satuan <i>Centimeter</i> )	5-24
5.20	Variabel Peringkat 1 <i>Café Z</i>	5-25
5.21	Variabel Peringkat 2 <i>Café Z</i>	5-25
5.22	Variabel Peringkat 3 <i>Café Z</i>	5-26
5.23	Skala Prioritas Perbaikan	5-27
5.24	Variabel Yang Tidak Diberikan Usulan	5-28
5.25	Analisis Penilaian Tingkat Kepentingan	5-29
5.26	Rangkuman Segmentasi	5-43
5.27	Rangkuman <i>Targeting</i>	5-46
5.28	Variabel Usulan Berdasarkan Tingkat Kepentingan	5-103

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pencapaian Omset Terhadap Target Omset	1-2
2.1	Matrix <i>Importance Performance Analysis</i>	2-18
2.2	Grafik Uji Z	2-20
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Diagram Kerangka Penelitian	3-6
3.3	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	3-18
3.4	Wilayah Kritis Uji Z	3-20
4.1	Bagian depan <i>Cafe Z</i>	4-1
4.2	Peta Lokasi <i>Cafe Z</i>	4-2
5.1	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-12
5.2	Wilayah Kritis Uji Z Variabel 2	5-18
5.3	Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-22
5.4	Perhitungan Jarak <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-23
5.5	<i>Pie Chart</i> Umur	5-30
5.6	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-30
5.7	<i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-31
5.8	<i>Pie Chart</i> Alasan Utama Dalam Pemilihan <i>Café Z</i>	5-31
5.9	<i>Pie Chart</i> Tujuan Saat Datang Ke <i>Café Z</i>	5-32
5.10	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi Media Sosial Tentang <i>Café Z</i>	5-32
5.11	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi Media Cetak Tentang <i>Café Z</i>	5-33
5.12	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi Media Elektronik Tentang <i>Café Z</i>	5-33
5.13	<i>Pie Chart</i> Radio Yang Sering Didengarkan	5-34
5.14	<i>Pie Chart</i> Koran Yang Sering Dibaca	5-34
5.15	<i>Pie Chart</i> Media Sosial Yang Sering Digunakan	5-35
5.16	<i>Pie Chart</i> Majalah Yang sering Dibaca	5-35
5.17	<i>Pie Chart</i> Jumlah Pengeluaran Perorang Sekali Datang Ke <i>Cafe Z</i>	5-36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.18	<i>Pie Chart</i> Makanan Favorit Di <i>Cafe Z</i>	5-36
5.19	<i>Pie Chart</i> Minuman Favorit Di <i>Cafe Z</i>	5-37
5.20	<i>Pie Chart</i> Datang Bersama Siapa Ke <i>Cafe Z</i>	5-37
5.21	<i>Pie Chart</i> Seberapa Sering Datang Ke <i>Cafe Z</i>	5-38
5.22	<i>Pie Chart</i> Hari Kedatangan Yang Disukai	5-38
5.23	<i>Pie Chart</i> Jam Kedatangan Yang Disukai	5-39
5.24	<i>Pie Chart</i> Waktu Yang Dibutuhkan Selama Berada Di <i>Cafe Z</i>	5-40
5.25	<i>Pie Chart</i> Menu Pengganti Nasi Putih	5-40
5.26	<i>Pie Chart</i> Cara Pembayaran Yang Disukai	5-41
5.27	<i>Pie Chart</i> Kartu Debit Yang Digunakan	5-41
5.28	<i>Pie Chart</i> Kartu Kredit Yang Digunakan	5-42
5.29	<i>Pie Chart</i> Uang Elektronik Yang Digunakan	5-42
5.30	Usulan Logo	5-53
5.31	Usulan Penggunaan Logo	5-53
5.32	Porsi Makanan di <i>Café Z</i>	5-54
5.33	Porsi Makanan di <i>Café Tafso Barn</i>	5-55
5.34	Usulan Tempat Makanan di <i>Café Z</i>	5-56
5.35	Usulan Teknik Food Plating di <i>Café Z</i>	5-56
5.36	Usulan Tab Menu Makanan	5-58
5.37	Kondisi Papan Nama <i>Café Z</i>	5-58
5.38	Kondisi Papan Nama <i>Café Lereng Anteng</i>	5-59
5.39	Usulan Papan Nama <i>Café Z</i>	5-60
5.40	Kondisi Area Parkir <i>Café Z</i>	5-62
5.41	Pintu Masuk <i>Café Lereng Anteng</i>	5-62
5.42	Kondisi Area Parkir <i>Café Lereng Anteng</i>	5-63
5.43	Harga Makanan di <i>Café Z</i>	5-64
5.44	Harga Makanan di <i>Café Lereng Anteng</i>	5-64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.45	Akses Jalan Menuju <i>Café Z</i>	5-65
5.46	Akses Jalan Menuju <i>Café Z</i> (2)	5-66
5.47	Usulan Kendaraan Khusus	5-67
5.48	Harga Minuman <i>Café Z</i>	5-68
5.49	Harga Minuman Lereng Anteng	5-68
5.50	<i>Design Interior Café Z</i> (1)	5-69
5.51	<i>Design Interior Café Z</i> (2)	5-69
5.52	Design Interior <i>Café Lereng Anteng</i> (1)	5-70
5.53	Design Interior <i>Café Lereng Anteng</i> (2)	5-71
5.54	Usulan Design Vintage Industrial	5-72
5.55	Kondisi Kebersihan <i>Café Tafso Barn</i>	5-73
5.56	Usulan Tempat Sampah	5-74
5.57	Usulan Rambu-rambu Petunjuk Arah	5-76
5.58	Nota Pembelian <i>Café Z</i>	5-77
5.59	Kejelasan Rincian Harga Nota <i>Café Tafso Barn</i>	5-78
5.60	Usulan Mesin Printer Nota	5-78
5.61	Menu Makanan di <i>Café Z</i>	5-79
5.62	Menu Makanan di <i>Café Tafso Barn</i>	5-80
5.63	Usulan <i>Bitterballen Mozarella</i>	5-81
5.64	Usulan Seblak <i>Spaghetti</i>	5-81
5.65	Usulan Paket Nasi Hijau Ayam Sambal Hijau	5-81
5.66	Menu Minuman <i>Café Z</i>	5-82
5.67	Menu Minuman <i>Café Tafso Barn</i>	5-82
5.68	Usulan Minuman Kopi Millo	5-83
5.69	Usulan Minuman <i>Blue Ocean Mojito</i>	5-84
5.70	Isi Promosi Media Sosial <i>Café Z</i>	5-85
5.71	Isi Promosi Media Sosial <i>Café Lereng Anteng</i>	5-86

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.72	Contoh Usulan Iklan Pop Up di Instagram	5-87
5.73	Contoh Usulan <i>Official Line</i>	5-87
5.74	Kasir <i>Café Lereng Anteng</i>	5-88
5.75	Usulan Mesin Kasir 1	5-89
5.76	Usulan Mesin Kasir 2	5-89
5.77	Kondisi Ruangan <i>Non Smoking Café Z</i>	5-90
5.78	Kondisi Ruangan <i>Smoking Café Z</i>	5-90
5.79	Kondisi <i>Café Lereng Anteng</i>	5-91
5.80	Usulan <i>Exhaust Fan</i>	5-91
5.81	Kondisi Peralatan Makan dan Minum <i>Café Z</i>	5-92
5.82	Kondisi Peralatan Makan dan Minum <i>Café Tafso Barn</i>	5-93
5.83	Besar Diskon <i>Café Z</i> Saat Ini	5-94
5.84	Kondisi Penerangan <i>Café Z</i>	5-96
5.85	Kondisi Penerangan <i>Café Lereng Anteng</i> (1)	5-96
5.86	Kondisi Penerangan <i>Café Lereng Anteng</i> (2)	5-97
5.87	Usulan Lampu LED	5-98
5.88	Usulan Lampu Hias	5-98
5.89	Usulan Tingkat Penerangan <i>Café Z</i>	5-98
5.90	Usulan Guest Pager	5-101
5.91	Kondisi Wastafel <i>Café Z</i>	5-102
5.92	Usulan Pengering Tangan	5-103
5.93	Kondisi Toilet <i>Café Z</i> Saat Ini	5-105
5.94	Usulan <i>Cleaning Checklist</i>	5-106
5.95	Usulan Tempat Tunggu Pelayan	5-107
5.96	Usulan Langkah-Langkah Reservasi	5-108
5.97	Usulan Pemesanan Melalui GrabFood	5-109
5.98	Usulan <i>Cup</i> Minuman	5-110
5.99	Usulan Kotak Makanan	5-110

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel r	L-6
4	Tabel z	L-7
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-8
6	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-9
7	Data Mentah Peringkat	L-10
8	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	L-11
9	Hasil Uji <i>Importance Performance Analysis</i>	L-14
10	Hasil Uji <i>Correspondence Analysis</i>	L-15

