

ABSTRAK

Toko “X” adalah toko yang menyediakan daging ayam segar dan produk – produk *groceries* (pelengkap bahan pangan) seperti bumbu masakan, minyak goreng, saus sambal dan sebagainya, selain itu Toko “X” menyediakan produk daging olahan dari *Fiesta* dan *Champ* seperti *nugget*, *chicken sausage*, dan kentang goreng *stick* dengan menawarkan harga yang terjangkau, penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mendapatkan variabel kinerja apa saja yang dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen pada Toko “X”, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja saat ini berdasarkan penilaian konsumen, mengetahui tingkat kepuasan terhadap Toko “X”, mengetahui *segmentation, targeting, and positioning* yang tepat, dan memberikan usulan yang cocok untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner bauran pemasaran 7P (*product, process, people, price, promotion, place, physical evidence*), konsep STP (*segmentation, targeting, and positioning*), dan kriteria loyalitas. Penyebaran dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* kepada 110 responden Toko “X”. Kuesioner tersusun dari 3 bagian yaitu bagian pertama untuk memperoleh informasi identitas responden, bagian kedua mengenai pengukuran tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari variabel bauran pemasaran yang terdapat pada Toko “X, dan bagian ketiga akan menanyakan tingkat loyalitas dari pelanggan Toko “X”.

Metode yang digunakan dalam penelitian terdiri dari *Multiple Regression Analysis* (MRA)menggunakan data tingkat kinerja dan rata – rata loyalitas untuk mengetahui variabel kinerja yang mempengaruhi loyalitas, *Importance Performance Analysis* (IPA) menggunakan data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan, Uji Hipotesis menggunakan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tidak mempengaruhi loyalitas untuk mengetahui variabel apa saja yang telah memberikan kepuasan, dan untuk profil responden menggunakan *Pie chart* untuk menentukan *segmentation, targeting, and positioning*.

Pada hasil pengolahan MRA didapatkan nilai R dan R² sebesar 0.431 dan 0.186 dengan variabel yaitu Kemudahan toko dengan luasnya ruangan agar memudahkan aktivitas yang terjadi dan Kemenarikan promosi melalui layanan aplikasi (Cashback jika pembayaran menggunakan OVO atau GO PAY). Pada hasil pengolahan IPA didapatkan 5 variabel dalam prioritas utama, 14 variabel dengan prestasi yang dipertahankan, 14 variabel pada prioritas rendah, dan 7 variabel yang berlebihan. Pada hasil pengolahan uji hipotesis diketahui terdapat 4 variabel yang telah memberikan kepuasan dan 34 variabel tidak memberikan kepuasan dari konsumen

Pada usulan *positioning* yang dilakukan, penulis memberikan usulan “ Ayam Segar dan banyak pilihan, dengan pelayanan terpercaya ? Toko “X” jawaban kebutuhan anda“, pada hasil analisis gabungan diberikan usulan yaitu penambahan alat sonar pengusir tikus, pelayanan yang sesuai dengan harga, pengaturan jadwal piket, penambahan mesin *impulse sealer* untuk kemasan, dan bonus pembelian jeroan ayam.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Batasan dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>	2-6
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-14
2.5 Menentukan Ukuran Sampel	2-17
2.6 Skala Pengukuran (<i>Likert</i>)	2-18
2.7 <i>Multiple Regression Analysis</i>	2-20
2.8 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-22
2.9 Uji Hipotesis	2-25
2.10 Loyalitas	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	3-1
3.1 Mulai	3-4
3.2 Studi Pendahuluan.....	3-4
3.3 Identifikasi Masalah	3-4
3.4 Pembatasan Masalah	3-5
3.5 Perumusan Masalah.....	3-5
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-6
3.7 Tinjauan Pustaka	3-6
3.8 Menentukan Variabel Penelitian	3-6
3.9 Menyusun Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.10 Menguji Validitas Konstruk	3-10
3.11 Menentukan Unit sampling dan Teknik Sampling.....	3-11
3.12 Merevisi Kuesioner Penelitian	3-12
3.13 Menyebarkan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.14 Menguji Validitas Kuesioner Penelitian	3-13
3.15 Menguji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.16 Mengolah Data	3-14
3.17 Menganalisis Hasil Pengolahan Data.....	3-26
3.18 Membuat Usulan	3-27
3.19 Memberikan Kesimpulan Dan Saran	3-27
3.20 Selesai.....	3-27
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>	4-2
4.2 Kuesioner Penelitian	4-3
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....	5-1
5.1 Uji Validitas Konstruk	5-1

5.2	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-3
5.2.1	Bagian 1 (Profil Responden).....	5-3
5.2.2	<i>Targeting</i>	5-12
5.2.3	Bagian 2 dan Bagian 3 (Uji Validitas dan Reliabilitas)	5-13
5.3	Uji Asumsi Klasik	5-17
5.3.1	Uji Normalitas	5-17
5.3.2	Uji Linear	5-21
5.3.3	Uji Heterokedastisitas	5-23
5.3.4	Uji <i>Multicollinearity</i>	5-26
5.3.5	Uji Autokorelasi	5-28
5.4	<i>Multiple Regression Analysis</i> (MRA)	5-30
5.4.1	Analisis Hasil <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-30
5.4.2	Analisis Uji F.....	5-32
5.4.3	Analisis Uji T	5-33
5.5	Analisis Tingkat Loyalitas Konsumen Toko “X”	5-35
5.6	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-36
5.7	Uji Hipotesis.....	5-41
5.8	Analisis Gabungan <i>Multiple Regression Analysis, Importance Performance Analysis</i> , dan Uji Hipotesis	5-43
5.9	<i>Positioning</i>	5-46
5.10	Usulan.....	5-48
BAB 6	KESIMPULAN DAN SARAN.....	6-1
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-14

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

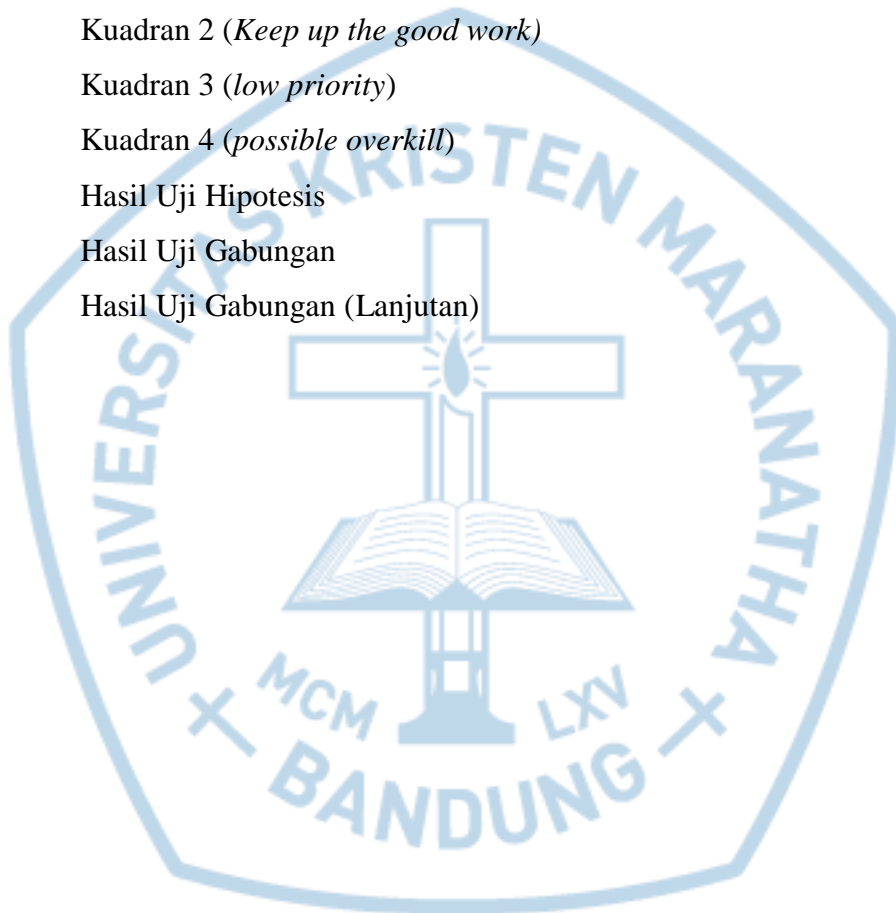
Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Ayam Potong	1-2
3.1	Variabel 7P	3-7
3.2	Variabel STP	3-8
3.3	Analisis Gabungan	3-27
4.1	Profil Responden berdasarkan Profesi	4-4
4.2	Profil Responden berdasarkan Uang Saku (Pelajar/Mahasiswa)	4-4
4.3	Profil Responden berdasarkan Pendapatan	4-4
4.4	Profil Responden berdasarkan Unit ayam yang dibeli dalam 1x pembelian	4-5
4.5	Profil Responden berdasarkan Hari Berkunjung	4-5
4.6	Profil Responden berdasarkan Waktu Berkunjung	4-5
4.7	Profil Responden berdasarkan Daerah Tinggal	4-6
4.8	Profil Responden berdasarkan Frekuensi Berkunjung	4-6
4.9	Profil Responden berdasarkan Produk yang ikut dibeli	4-6
4.10	Profil Responden berdasarkan Bagian Ayam	4-6
4.11	Profil Responden berdasarkan Keperluan membeli	4-7
4.12	Profil Responden berdasarkan Jenis Pembayaran	4-7
4.13	Profil Responden berdasarkan Media Cetak yang sering digunakan	4-7
4.14	Profil Responden berdasarkan Media Elektronik yang sering digunakan	4-7
4.15	Profil Responden berdasarkan Media Sosial sering yang digunakan	4-8
4.16	Tingkat Kepentingan	4-9
4.17	Tingkat Kinerja	4-10
4.18	Loyalitas	4-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.1	Variabel Penelitian	5-2
5.2	Rankuman <i>Targetting</i>	5-12
5.3	Tabel r	5-13
5.4	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-14
5.5	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-15
5.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-15
5.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-16
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-16
5.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Loyalitas	5-17
5.9	Hasil Uji Reliabilitas	5-17
5.10	Data rata – rata loyalitas	5-18
5.11	Hasil RES_1	5-20
5.12	Hasil Uji Normalitas	5-21
5.13	Hasil Uji Linearitas	5-22
5.14	Nilai ABS_RES1	5-24
5.15	Hasil Uji Heterokedastisitas	5-25
5.15	Hasil Uji Heterokedastisitas (Lanjutan)	5-25
5.16	Hasil Uji <i>Multicollinearity</i>	5-27
5.17	Hasil Uji Autokorelasi	5-28
5.18	Rankuman Hasil Uji Asumsi Klasik (1)	5-29
5.19	Rankuman Hasil Uji Asumsi Klasik (2)	5-30
5.20	Variabel <i>Entered/Removed</i>	5-31
5.21	<i>Model Summary</i>	5-31
5.22	Tingkat Hubungan	5-32
5.23	ANOVA	5-32
5.24	<i>Coefficients</i>	5-33

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.25	Data Loyalitas Responden	5-35
5.26	Rata – rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja	5-37
5.26	Rata – rata tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (Lanjutan)	5-37
5.27	Kuadran 1 (<i>concentrate here</i>)	5-38
5.28	Kuadran 2 (<i>Keep up the good work</i>)	5-39
5.29	Kuadran 3 (<i>low priority</i>)	5-39
5.30	Kuadran 4 (<i>possible overkill</i>)	5-40
5.31	Hasil Uji Hipotesis	5-42
5.32	Hasil Uji Gabungan	5-44
5.32	Hasil Uji Gabungan (Lanjutan)	5-45



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	<i>Chart</i> Penjualan Ayam Potong	1-3
2.1	Diagram Kartesius	2-24
3.1	<i>Flowchart</i> Penulisan 1	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penulisan 1 (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penulisan 1 (Lanjutan)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penulisan 1 (Lanjutan)	3-4
3.2	Kuadran IPA	3-15
3.3	Wilayah Kritis	3-24
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	<i>Pie Chart</i> Usia	5-3
5.2	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-4
5.3	<i>Pie Chart</i> Pendapatan	5-4
5.4	<i>Pie Chart</i> Jumlah Ayam Potong yang dibeli	5-5
5.5	<i>Pie Chart</i> Hari Berkunjung	5-6
5.6	<i>Pie Chart</i> Waktu Berkunjung	5-6
5.7	<i>Pie Chart</i> Daerah Tinggal	5-7
5.8	<i>Pie Chart</i> Jumlah Berkunjung	5-7
5.9	<i>Pie Chart</i> Produk yang ikut dibeli	5-8
5.10	<i>Pie Chart</i> Bagian Ayam	5-9
5.11	<i>Pie Chart</i> Kepeluan Membeli	5-9
5.12	<i>Pie Chart</i> Jenis Pembayaran	5-10
5.13	<i>Pie Chart</i> Media Cetak	5-10
5.14	<i>Pie Chart</i> Media Elektronik	5-11
5.15	<i>Pie Chart</i> Media Sosial	5-11
5.16	Menu <i>Linear Regression</i>	5-19
5.17	Menu <i>Linear Regression Save</i>	5-19

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.18	<i>Compute Variabel</i>	5-23
5.19	Hasil <i>Importance Performace Analysis</i>	5-38
5.20	Wilayah Kritis	5-43
5.21	Tata Letak Aktual	5-48
5.22	Tata Letak Usulan	5-49
5.23	Promo <i>cashback</i>	5-50
5.24	Alat Sonar Pengusir Tikus	5-51
5.25	Letak Alat	5-51
5.26	Jam Terbaik Promosi di Sosial Media	5-55
5.27	<i>Fishbone</i> Kemasan tidak rapih	5-57
5.28	Mesin <i>Impulse Sealer</i>	5-58
5.29	Area Parkir	5-62
5.30	Form Piket	5-63
5.31	Area Toko	5-63
5.32	Kemasan Ayam Potong	5-68
5.33	Tempat Pemotongan Ayam	5-69
5.34	<i>Pamflet</i>	5-71
5.35	Etalase Toko “X”	5-72