

## ABSTRAK

Toko “X” merupakan salah satu toko pakaian di kota Bandung yang membuat pakaiannya sendiri, berlokasi di Pasar Baru Bandung, dan menjual produk pakaian pria seperti baju kaos dan kemeja. Pada bulan Juli 2018 hingga April 2019 terdapat penurunan pendapatan sebesar 54% dan tidak tercapainya target pendapatan toko per bulan. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan usulan terhadap strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh toko “X”.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence*) untuk kuesioner, STP (*segmentation, targeting, dan positioning*) untuk mengetahui latar belakang dan profil konsumen di kuesioner, dan 5 strategi bersaing Michael Porter yang digunakan sebagai pedoman wawancara dengan pemilik toko.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 30 responden dengan teknik *sampling purposive* untuk mendapatkan tingkat kepentingan dari setiap variabel. Selanjutnya melakukan penyebaran kuesioner penelitian dengan teknik *sampling purposive* untuk mendapatkan data dan karakteristik peminatan konsumen, tingkat kinerja, dan peringkat toko. Selanjutnya melakukan wawancara dengan pemilik toko untuk mengetahui ancaman dan peluang yang terjadi.

Metode CA (*Correspondence Analysis*) bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan toko dengan menggunakan data peringkat toko. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dengan menggunakan data hasil CA, tingkat kepentingan, dan tingkat kinerja didapatkan total skor. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dengan menggunakan hasil wawancara didapatkan total skor. Selanjutnya matriks IE (*Internal – Eksternal*) untuk memperoleh strategi bisnis yang lebih detail, dengan menggunakan data dari total skor matriks IFE dan EFE. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk menentukan strategi yang lebih baik berdasarkan kemenarikan variabel yang ada.

Hasil pengolahan CA didapatkan bahwa toko “X” memiliki 25 variabel unggul, dan 13 variabel kelemahan. Hasil pengolahan matriks IFE dan EFE didapatkan total nilai berturut-turut yaitu 2.748 dan 3.028. Hasil matriks IE didapatkan toko terdapat di sel II yang berarti toko perlu melakukan strategi pertumbuhan, tindakan yang dapat dilakukan yaitu menurunkan harga, mengembangkan produk baru, dan menambah kualitas produk atau jasa. Selanjutnya hasil pengolahan QSPM didapatkan strategi yang terpilih yaitu mengembangkan produk baru dan alternatif strateginya menambah kualitas produk dan jasa.

Usulan yang diberikan penulis terhadap pihak toko untuk strategi pengembangan produk yaitu membuat kaos berkerah, kaos lengan panjang, dan celana. Lalu untuk strategi alternatif menambah kualitas produk dan jasa yaitu menambah variasi model pakaian, melakukan promosi dan *update* produk yang menarik melalui media sosial, menambah alternatif cara pembayaran, menambah mesin kasir, meningkatkan kualitas kain, dan lainnya. Usulan juga diberikan untuk *positioning* di toko “X” yaitu “Produk Kekinian Dengan Kualitas Terbaik”.

# DAFTAR ISI

Lembar pengesahan.....	ii
Pernyataan Hasil Karya Pribadi.....	iii
Pernyataan Publikasi Laporan Penelitian.....	iv
Abstrak.....	v
Kata Pengantar dan Ucapan Terima Kasih .....	vi
Daftar Isi .....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Lampiran .....	xvi
<b>Bab 1 Pendahuluan</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-3
1.3 Batasan Masalah dan Asumsi .....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
<b>Bab 2 Tinjauan Pustaka</b>	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Sampel dan Populasi .....	2-1
2.3 Teknik Pengumpulan Data .....	2-1
2.4 Teknik-teknik Pengukuran .....	2-4
2.5 Teknik <i>Sampling</i> .....	2-4
2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	2-7
2.7 Strategi Bersaing .....	2-9
2.8 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i> .....	2-9
2.9 Strategi Bauran Pemasaran.....	2-10
2.10 <i>Multi Dimensional Scaling (MDS) dan Correspondence Analysis (CA)</i> .....	2-11
2.11 Analisis SWOT.....	2-11
2.11.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	2-13
2.11.2 Matriks Faktor Strategi Internal.....	2-14
2.11.3 Matriks Internal Eksternal .....	2-15

2.12 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> .....	2-18
--	------

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

3.1 Mulai .....	3-6
3.2 Studi Pendahuluan.....	3-6
3.3 Identifikasi Masalah .....	3-6
3.4 Batasan Masalah dan Asumsi.....	3-7
3.5 Perumusan Masalah.....	3-7
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-8
3.7 Tinjauan Pustaka .....	3-8
3.8 Penyusunan Variabel Penelitian.....	3-9
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.10 Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-13
3.11 Uji Validitas Konstruk.....	3-14
3.12 Penentuan Unit <i>Sampling</i> .....	3-15
3.13 Penentuan Teknik <i>Sampling</i> .....	3-15
3.14 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-15
3.15 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-16
3.16 Menentukan Jumlah Sampel Penelitian dan Teknik <i>Sampling</i> .....	3-16
3.17 Revisi Kuesioner Penelitian .....	3-17
3.18 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-18
3.19 Uji Validitas .....	3-18
3.20 Uji Reliabilitas.....	3-19
3.21 Penyusunan Pertanyaan Wawancara.....	3-20
3.22 Wawancara Dengan Pemilik Toko “X” .....	3-21
3.23 Pengolahan Data.....	3-21
3.24 Analisis dan Usulan.....	3-28
3.25 Kesimpulan dan Saran.....	3-29
3.26 Selesai.....	3-29

### **Bab 4 Pengumpulan Data**

4.1 Profil Perusahaan.....	4-1
4.2 Hasil Kuesioner Pendahuluan .....	4-2
4.3 Hasil Wawancara dengan Pemilik Toko “X” .....	4-3

4.4 Hasil Kuesioner Penelitian .....	4-8
4.5 Hasil Penentuan Bobot dan Rating Untuk Matriks EFE .....	4-13
<b>Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis</b>	
5.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.1.1 Variabel Penelitian yang Terpilih.....	5-2
5.1.2 Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih.....	5-3
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data .....	5-3
5.2.1 Uji Validitas Data .....	5-3
5.2.2 Uji Reliabilitas Data .....	5-5
5.2.3 Kesimpulan Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data .....	5-5
5.3 <i>Correspondence Analysis</i> .....	5-6
5.4 <i>Segmentasi dan Targeting</i> .....	5-13
5.4.1 Pengolahan <i>Segmentasi</i> .....	5-13
5.4.2 <i>Targeting</i> .....	5-21
5.5 Matriks IFE, EFE, dan IE.....	5-22
5.5.1 Matriks IFE ( <i>Internal Factor Evaluation</i> ).....	5-22
5.5.2 Matriks EFE ( <i>Eksternal Factor Evaluation</i> ) .....	5-26
5.5.3 Matriks IE ( <i>Internal – Eksternal</i> ) .....	5-27
5.6 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)</i> .....	5-29
5.7 Kinerja yang Diberikan Toko “X” .....	5-35
5.8 Usulan.....	5-38
5.8.1 Usulan <i>Positioning</i> .....	5-39
5.8.2 Usulan Strategi Mengembangkan Produk Baru .....	5-41
5.8.3 Usulan Strategi Menambah Kualitas Produk dan Jasa .....	5-47
<b>Bab 6 Kesimpulan dan Saran</b>	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-19
<b>Daftar Pustaka.....</b>	
<b>Lampiran .....</b>	
<b>Komentar Dosen Penguji.....</b>	
<b>Data Penulis .....</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Pendapatan Periode Juli 2018 – Januari 2019	1-2
3.1	Pertanyaan Untuk Wawancara	3-20
3.2	Matriks IFE	3-24
3.3	Matriks EFE	3-25
3.4	QSPM	3-28
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Jenis Kelamin Responden	4-7
4.3	Usia Responden Saat Ini	4-8
4.4	Pekerjaan Saat Ini	4-8
4.5	Pendapatan Responden	4-8
4.6	Uang Saku Responden	4-8
4.7	Harga Kaos yang Diharapkan	4-9
4.8	Harga Kemeja yang Diharapkan	4-9
4.9	Tujuan Datang ke Toko “X”	4-9
4.10	Alasan Membeli Pakaian di Toko “X”	4-9
4.11	Darimana Mengetahui Toko “X”	4-10
4.12	Frekuensi Pembelian Pakaian di Toko “X”	4-10
4.13	Media Sosial yang Suka Digunakan	4-10
4.14	Pembelian Pakaian dapat Dilakukan Secara <i>Online</i>	4-10
4.15	Aplikasi Belanja <i>Online</i> yang Suka Digunakan	4-10
4.16	Tingkat Kinerja Toko “X”	4-11
4.17	Peringkat dari Tiap Variabel	4-12
4.18	Penentuan Bobot dan Rating di Matriks EFE	4-13
5.1	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Variabel Penelitian yang Terpilih	5-2
5.3	Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih	5-3
5.4	Hasil Pengolahan Validitas Data	5-3
5.5	Hasil Pengolahan Reliabilitas Data	5-5
5.6	Hasil Perhitungan Jarak	5-10

5.7	Variabel-variabel Keunggulan dari Toko “X”	5-12
5.8	Variabel-variabel Kelemahan dari Toko “X”	5-13
5.9	Rata-rata Tingkat Kinerja	5-22
5.10	Rata-rata dan Batas Nilai <i>Strengths</i>	5-23
5.11	Rata-rata dan Batas Nilai <i>Weaknesses</i>	5-23
5.12	Matriks IFE	5-25
5.13	Matriks EFE	5-26
5.14	QSPM	5-31
5.15	Rata-rata Kinerja	5-36



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan Periode Juli 2018 – Januari 2019	1-2
2.1	Macam-macam Teknik <i>Sampling</i>	2-5
2.2	Diagram Analisis SWOT	2-12
2.3	Matriks IE	2-15
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Matriks IE	3-25
4.1	Contoh Produk Toko “X”	4-1
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
5.1	Kondisi Penataan Produk di Toko “X”	5-6
5.2	Contoh Produk Kaos Dari Toko “X”	5-6
5.3	Contoh Produk Kemeja Dari Toko “X”	5-7
5.4	Kondisi Toko “X”	5-7
5.5	Lokasi Dari Toko Kakkooi Fashion	5-7
5.6	Kondisi Penataan Produk di Kakkooi Fashion	5-8
5.7	Contoh Produk Kaos di Kakkooi Fashion	5-8
5.8	Contoh Produk Kemeja di Kakkooi Fashion	5-9
5.9	Hasil <i>Correspondence Analysis – Row and Column Scores</i>	5-9
5.10	Cara Perhitungan Jarak di <i>Microsoft Visio</i>	5-11
5.11	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-14
5.12	<i>Pie Chart</i> Usia Saat Ini	5-14
5.13	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Saat Ini	5-15
5.14	<i>Pie Chart</i> Pendapatan	5-15
5.15	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-16
5.16	<i>Pie Chart</i> Harga Kaos yang Diharapkan	5-16
5.17	<i>Pie Chart</i> Harga Kemeja yang Diharapkan	5-17
5.18	<i>Pie Chart</i> Tujuan Datang ke Toko “X”	5-18
5.19	<i>Pie Chart</i> Alasan Membeli Pakaian di Toko “X”	5-18
5.20	<i>Pie Chart</i> Mengetahui Toko “X”	5-19
5.21	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Pembelian Pakaian di Toko “X”	5-19

5.22	<i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Suka Digunakan	5-20
5.23	<i>Pie Chart</i> Pembelian Pakaian Dapat Dilakukan Secara <i>Online</i>	5-20
5.24	<i>Pie Chart</i> Aplikasi Belanja <i>Online</i> yang Suka Digunakan	5-21
5.25	Matriks IE	5-28
5.26	Contoh Produk Kaos Berkerah	5-41
5.27	Contoh Produk Kaos Lengan Panjang	5-44
5.28	Contoh Produk Celana	5-45





## DAFTAR LAMPIRAN

- Kuesioner Pendahuluan
- Kuesioner Penelitian
- Uji Validitas Konstruk
- Hasil Kuesioner Pendahuluan
- Hasil Kuesioner Penelitian
- Proses Wawancara dengan Pemilik Toko
- Langkah-langkah Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data di SPSS
- Langkah-langkah Pengolahan *Correspondence Analysis* di SPSS
- Hasil Seminar Prasadang Tugas Akhir
- Tabel r
- Komentar Dan Saran Tugas Akhir

