

ABSTRAK

Toko Riviani Fajar *Accessories* (RFA) adalah usaha toko yang bergerak di bidang penjualan aksesoris wanita. Usaha ini berdiri pada tahun 2014 di Jalan Gandawijaya no.81, Cimahi. Terdapat penurunan omset penjualan sebesar 20,37% dari tahun 2015 - tahun 2018. Tujuan dari penelitian yang hendak dicapai yaitu: mengetahui tingkat kepentingan, tingkat kinerja Toko RFA, mengetahui keunggulan, ketertinggalan Toko RFA dibandingkan dengan pesaingnya, mengetahui tingkat kepuasan konsumen, mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning* yang baik sehingga dapat menentukan usulan yang tepat untuk meningkatkan omset penjualan Toko RFA.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan pemilik toko dan penyebaran kuesioner. Konsep yang digunakan pada pengolahan data adalah konsep 7P, yaitu: *product, price, place, promotion, people, physical evidence, process* dan konsep STP, yaitu: *segmentation, targeting, dan positioning*.

Pada penelitian ini, kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 30 responden wanita berusia minimal 15 tahun yang bertujuan untuk mengetahui variabel mana yang dianggap penting dan tidak penting serta mengetahui pesaing bagi Toko RFA, variabel yang dianggap penting akan dilanjutkan pada kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian disebarkan kepada 100 responden wanita berusia minimal 15 tahun yang pernah berbelanja pada Toko RFA dan Toko pesaing. Hasil penyebaran kuesioner pendahuluan didapatkan Toko Naughty sebagai toko pesaing dan 31 variabel yang dianggap penting, tetapi hanya 28 variabel yang digunakan pada pengolahan data dikarenakan terdapat 3 variabel yang belum terfasilitasi oleh toko sehingga tidak dapat diberi penilaian pada tingkat kinerja dan peringkat keunggulan.

Pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) didapatkan 10 variabel yang menjadi keunggulan Toko RFA dan 18 variabel yang menjadi ketertinggalan Toko RFA; metode *Importance Performance Analysis* (IPA) didapatkan 9 variabel pada kuadran I, 8 variabel pada kuadran II, 7 variabel pada kuadran III dan 4 variabel pada kuadran IV, terdapat 21 variabel (kuadran I, III, dan IV) yang perlu diperbaiki dan 8 variabel (kuadran II) yang harus dipertahankan; dan pada Uji Hipotesis didapatkan 5 variabel yang dinyatakan puas dan 23 variabel yang dinyatakan tidak puas. Hasil gabungan metode *Correspondence Analysis* (CA), metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Uji Hipotesis digunakan untuk menyusun prioritas perbaikan pada Toko RFA. Untuk *targeting*, diusulkan yang menjadi target pasar potensial Toko RFA adalah pelajar/mahasiswa, bertempat tinggal di Cimahi Selatan, Cimahi Tengah dan Cimahi Utara, berusia 15-20thn, tujuan datang membeli kebutuhan, alasan utama datang karena harga murah dan menggunakan media sosial Instagram.

Usulan diberikan berdasarkan skala prioritas, beberapa diantaranya yaitu; memberi usulan rak untuk kerapian penempatan aksesoris, memberikan usulan penambahan fasilitas (CCTV dan *barcode scanner*), memberikan usulan desain interior, membuat seragam karyawan dan usulan-usulan lain yang diberikan. *Positioning* usulan dengan slogan “*Good Price, Make Your Style!*”.

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.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2-1
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-2
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-3
2.5 Populasi dan Sampel	2-5
2.6 Penentuan Jumlah Sampel	2-6
2.7 Teknik <i>Sampling</i>	2-7
2.8 Skala Pengukuran.....	2-9
2.8.1 Macam-Macam Skala Pengukuran	2-9
2.8.2 Tipe-Tipe Skala Pengukuran.....	2-11
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-11

2.9.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-12
2.9.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-13
2.10	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja atau <i>Importance Performance Analysis</i>	2-15
2.11	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	2-17
2.12	Uji Hipotesis	2-19
BAB 3	METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-5
3.2.1	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2.2	Identifikasi Masalah	3-5
3.2.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-6
3.2.4	Perumusan Masalah	3-6
3.2.5	Tujuan Penelitian	3-7
3.2.6	Tinjauan Pustaka	3-7
3.2.7	Perancangan Penelitian	3-8
3.2.8	Identifikasi Variabel Penelitian (7P)	3-8
3.2.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-10
3.2.10	Pengujian Validitas Konstruk	3-11
3.2.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.2.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.2.13	Penentuan Jumlah Sampel	3-12
3.2.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.2.15	Pengujian Validitas	3-13
3.2.16	Pengujian Reliabilitas	3-14
3.2.17	Pengumpulan Data	3-14
3.2.18	Pengolahan Data	3-15
3.2.19	Analisis	3-18
3.2.20	Usulan	3-19
3.2.21	Kesimpulan dan Saran	3-19

BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-1
4.2 Kuesioner	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-3
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....	5-1
5.1 Uji Validitas Konstruksi	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3 Kuesioner Penelitian.....	5-4
5.3.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-5
5.3.1.1 Uji Validitas.....	5-5
5.3.1.2 Uji Reliabilitas	5-6
5.3.1.3 Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan.....	5-6
5.3.1.4 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-9
5.3.1.5 Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja.....	5-9
5.3.1.6 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-11
5.3.2 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-11
5.3.3 Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-17
5.3.4 Uji Hipotesis.....	5-19
5.3.5 Analisis Gabungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), <i>Correspondence Analysis</i> (CA), dan Uji Hipotesis.....	5-22
5.3.6 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-24
5.4 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-43
5.5 Usulan Berdasarkan Tingkat Kepentingan	5-68
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-10
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Omset Penjualan Toko Riviani Fajar <i>Accessories</i>	1-2
2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-8
3.1	Variabel 7P	3-9
3.2	Variabel Segmentasi	3-10
3.3	Hasil Pengabungan IPA, CA, dan Uji Hipotesis	3-19
4.1	Data Pesaing	4-2
4.2	Variabel Penting dan Tidak Penting	4-2
4.3	Variabel Penting dan Tidak Penting (Lanjutan)	4-3
4.4	Wilayah Tempat Tinggal	4-3
4.5	Usia	4-4
4.6	Pekerjaan	4-4
4.7	Uang Saku/ Bulan	4-4
4.8	Penghasilan/ Bulan	4-4
4.9	Pengeluaran 1x Pembelian	4-5
4.10	Tujuan Datang	4-5
4.11	Alasan Utama Datang	4-5
4.12	Darimana Mengetahui Keberadaan Toko	4-5
4.13	Datang Siapa Datang	4-6
4.14	Aksesoris Wanita yang Dibeli	4-6
4.15	Seberapa Penting Pembayaran Selain Cash	4-6
4.16	Mengunjungi Hari	4-7
4.17	Jam Kunjungan	4-7
4.18	Media Informasi yang Sering Digunakan	4-7
4.19	Tingkat Kepentingan	4-8
4.20	Tingkat Kinerja	4-9
4.21	Peringkat Keunggulan	4-10

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.1	Perhitungan Persentase Pesaing	5-1
5.2	Pengolahan dengan Metode Statistika Deskriptif	5-3
5.3	Variabel Penelitian	5-4
5.4	Rangkuman Tingkat Kepentingan	5-7
5.5	Perbandingan Nilai r Hitung dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-8
5.6	Rangkuman Tingkat Kinerja	5-9
5.7	Rangkuman Tingkat Kinerja (Lanjutan)	5-10
5.8	Perbandingan Nilai r Hitung dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-10
5.9	Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Rata-Rata Tingkat Kinerja	5-12
5.10	Peringkat Unggul Toko Riviani Fajar <i>Accessories</i>	5-18
5.11	Peringkat Tertinggal Toko Riviani Fajar <i>Accessories</i>	5-19
5.12	Uji Hipotesis	5-20
5.13	Variabel Yang Sudah Memuaskan Konsumen	5-22
5.14	Variabel Yang Belum Memuaskan Konsumen	5-22
5.15	Prioritas Perbaikan	5-23
5.16	Rangkuman Segmentasi	5-38
5.17	Rangkuman Segmentasi	5-39
5.18	Rangkuman <i>Targeting</i>	5-40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penurunan Omset Penjualan Riviani Fajar <i>Accessories</i>	1-2
2.1	Matrix IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	2-16
2.2	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	2-20
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Matrix IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	3-16
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-18
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Presentase Toko Pesaing Aksesoris Wanita	5-2
5.2	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-9
5.3	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-11
5.4	Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-13
5.5	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-17
5.6	Grafik Uji Hipotesis	5-21
5.7	Wilayah Tempat Tinggal	5-24
5.8	Usia	5-25
5.9	Pekerjaan	5-25
5.10	Uang Saku/ Bulan	5-26
5.11	Penghasilan/ Bulan	5-27
5.12	Pengeluaran 1x Pembelian	5-28
5.13	Tujuan Datang	5-29
5.14	Alasan Utama Datang	5-29
5.15	Darimana Mengetahui Keberadaan Toko	5-30
5.16	Dengan Siapa Datang	5-31
5.17	Aksesoris Wanita yang Dibeli	5-32
5.18	Seberapa Penting Pembayaran Selain <i>Cash</i>	5-33
5.19	Mengunjungi Hari	5-34
5.20	Jam Kedatangan	5-35

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.21	Media Cetak	5-36
5.22	Media Elektronik	5-36
5.23	Media Sosial	5-37
5.24	Usulan Logo Toko Riviani Fajar <i>Accessories</i>	5-42
5.25	Kualitas Aksesoris yang Ditawarkan Toko	5-43
5.26	Kualitas Aksesoris yang Ditawarkan Pesaing	5-44
5.27	Kejelasan Pengelompokkan Penempatan Barang Toko	5-46
5.28	Kejelasan Pengelompokkan Penempatan Barang Toko Pesaing	5-47
5.29	Kejelasan Pengelompokkan Penempatan Barang Usulan	5-48
5.30	Kejelasan Pengelompokkan Penempatan Barang Usulan (2)	5-48
5.31	Kejelasan Pengelompokkan Penempatan Barang Usulan (3)	5-49
5.32	Kerapihan Penataan Letak Aksesoris Toko	5-51
5.33	Kerapihan Penataan Letak Aksesoris Toko (2)	5-51
5.34	Kerapihan Penataan Letak Aksesoris Toko Pesaing	5-52
5.35	Kerapihan Penataan Letak Aksesoris Toko Usulan	5-53
5.36	Kebersihan Lokasi Toko Usulan	5-54
5.37	Keamanan Lokasi Toko Usulan	5-55
5.38	Variasi Warna Aksesoris Toko	5-55
5.39	Variasi Warna Aksesoris Toko Pesaing	5-56
5.40	Papan Nama Toko	5-56
5.41	Papan Nama Toko Pesaing	5-57
5.42	Papan Nama Toko Usulan	5-58
5.43	Papan Nama Toko Usulan	5-58
5.44	Desaian Interior Toko	5-59
5.45	Desaian Interior Toko Pesaing	5-60
5.46	Desaian Interior Toko Usulan	5-61
5.47	Kerapihan Penampilan Karyawan Toko	5-61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.48	Kerapihan Penampilan Karyawan Toko Pesaing	5-62
5.49	Kerapihan Penampilan Karyawan Usulan	5-62
5.50	Kerapihan Kemasan Produk Toko Pesaing Tampak Depan	5-63
5.51	Kerapihan Kemasan Produk Toko Pesaing Tampak Belakang	5-63
5.52	Ketelitian Kasir dalam Perhitungan Transaksi Pembayaran Usulan	5-64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel r	L-7
4	Tabel z	L-8
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-9
6	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-10
7	Data Mentah Peringkat	L-11
8	Hasil Uji Validitas dan Reliabel	L-12
9	Hasil Uji <i>Importance Performance Analysis</i>	L-23
10	Hasil Uji <i>Correspondence Analysis</i>	L-26

