

ABSTRAK

East Bali Cashews didirikan pada tahun 2012 oleh Aaron Fishman. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pihak *East Bali Cashews* didapatkan bahwa hingga awal tahun 2019 terjadi penurunan penjualan khususnya untuk kemasan 35 gr. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja *East Bali Cashews*, faktor apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, menentukan usulan perbaikan bagi perusahaan, dan penerapan STP yang tepat bagi perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pihak *East Bali Cashews*, penyebaran kuesioner, dan observasi. Konsep yang digunakan dalam melakukan penyusunan kuesioner adalah STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), bauran pemasaran 5P (*Product, Place, Price, Promotion, People*) dan variabel loyalitas.

Penyebaran kuesioner dilakukan sebanyak 2 kali, kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 30 orang yang mengkonsumsi produk sejenis berisi untuk mengetahui variabel yang dipentingkan oleh konsumen, sedangkan kuesioner penelitian disebarkan terhadap 110 responden yang merupakan konsumen *East Bali Cashews* dan berisi profil responden, tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, serta tingkat loyalitas konsumen.

Kuesioner bagian pertama yaitu hasil profil responden disajikan dalam *pie chart*. Kuesioner bagian kedua yaitu tingkat kinerja dan tingkat kepentingan konsumen diolah dengan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) yang digunakan untuk mengetahui prioritas perbaikan variabel. Dan bagian ketiga kuesioner adalah mengenai loyalitas konsumen, diolah dengan menggunakan MRA untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil yang didapatkan dengan MRA adalah R^2 sebesar 23%. Variabel kinerja yang berpengaruh yaitu variabel 6 (Masa Kadaluarsa), variabel 11 (Kemenerikan Sampel). Berdasarkan hasil IPA yang didapatkan 4 kuadran, dimana kuadran I memiliki 4 variabel, kuadran II memiliki 6 variabel, kuadran III memiliki 6 variabel, dan kuadran IV memiliki 4 variabel, dimana keseluruhan variabel memerlukan perbaikan. Prioritas perbaikan kuadran dilakukan dengan urutan kuadran II – III – I – IV. Berdasarkan hasil uji hipotesis yang dilakukan didapatkan keseluruhan variabel masih belum memuaskan konsumen. Pengukuran loyalitas didapatkan sebesar 2,627 dimana loyalitas konsumen masih kurang. Analisis gabungan antara metode MRA, IPA, dan Uji Hipotesis digunakan untuk mengetahui urutan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh *East Bali Cashews*.

Usulan target pasar bagi *East Bali Cashews* adalah konsumen dengan usia 16 tahun s/d 35 tahun dengan profesi sebagai mahasiswa, karyawan swasta, dan pegawai negeri sipil. Usulan *positioning* yang diusulkan adalah “*East Bali Cashews is the real Cashews with good taste*”. Usulan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah dengan memperhatikan ukuran kacang, memperbaiki cara penyajian pada saat sampel diberikan kepada konsumen, dan melakukan penyelidikan mengenai ketahanan produk yang sesungguhnya.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-4
1.3. Pembatasan Masalah 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. Loyalitas Konsumen.....	2-1
2.2. Bauran Pemasaran.....	2-2
2.3. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-4
2.4. Teknik Pengumpulan Data	2-6
2.5. Populasi dan Sampel	2-9
2.6. Menentukan Ukuran Sampel.....	2-10
2.7. Teknik Sampling	2-10
2.8. Teknik Skala.....	2-12
2.9. Tipe Skala Pengukuran.....	2-13
2.10. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.11. Uji Hipotesis.....	2-17
2.12. Uji Klasik	2-18

2.13. <i>Multiple Regression Analysis</i>	2-20
2.14. <i>Importance Performance Analysis</i>	2-21
2.15. Uji Hipotesis Rata - rata	2-24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2. Mulai.....	3-3
3.3 Studi Pendahuluan.....	3-4
3.4. Identifikasi Masalah	3-4
3.5. Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.6. Perumusan Masalah.....	3-5
3.7. Tujuan Penelitian.....	3-5
3.8. Studi Pustaka	3-6
3.9. Penentuan Model Penelitian.....	3-6
3.10. Penyusunan Kuisisioner.....	3-7
3.11. Penentuan Jumlah Sampel.....	3-7
3.12. Uji Validitas Konstruk.....	3-7
3.13. Penyebaran Kuisisioner.....	3-8
3.14. Uji Validitas Internal	3-8
3.15 Uji Reliabilitas.....	3-8
3.16. Pengolahan Kuisisioner.....	3-9
3.16.1 <i>Multiple Regression Analysis</i>	3-9
3.16.2 <i>Importance Performance Analysis</i>	3-13
3.16.3 Uji Hipotesis.....	3-15
3.17. Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-16
3.18. Kesimpulan dan Saran.....	3-17
3.19. Selesai.....	3-17
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1. Profil Perusahaan.....	4-1
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-1
4.1.3. Visi dan Misi Perusahaan	4-4

4.2. Kuesioner.....	4-4
4.2.1. Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2.2. Kuesioner Penelitian.....	4-5
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1. Uji Validitas Konstruksi	5-1
5.2. Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-1
5.2.1 Profil Responden	5-1
5.2.2 <i>Targeting</i>	5-8
5.2.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	5-10
5.3. Uji Asumsi Klasik	5-14
5.3.1. Uji Normalitas.....	5-14
5.3.2. Uji Linearitas	5-16
5.3.3. Uji Heterokedastisitas	5-17
5.3.4. Uji Multikolinearitas.....	5-19
5.3.5. Uji Autokorelasi.....	5-21
5.4. <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-22
5.5. Analisis Tingkat Loyalitas.....	5-28
5.6. <i>Importance Performance Analysis</i>	5-29
5.7. Uji Hipotesis.....	5-32
5.8. Analisa Gabungan <i>Multiple Regression Analysis, Importance Performance Analysis</i> , dan Uji Hipotesis.....	5-34
5.9. <i>Positioning</i>	5-34
5.10. Usulan.....	5-35
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.2. Saran.....	6-8

DAFTAR PUSTAKA

DATA PENULIS

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan per Kuartal	1-2
3.1	Variabel	3-11
3.2	Urutan Prioritas Usulan	3-17
4.1	Hasil Kuisisioner Pendahuluan	4-5
4.2	Usia Responden	4-6
4.3	Pekerjaan Responden	4-6
4.4	Pendapatan Responden	4-6
4.5	Uang Saku Responden	4-7
4.6	Kuantitas Yang Dibeli	4-7
4.7	Frekuensi Membeli	4-7
4.8	Media Cetak yang Digunakan	4-8
4.9	Koran Yang Sering Digunakan	4-8
4.10	Majalah Yang Sering Digunakan	4-8
4.11	Media Sosial Yang Digunakan	4-8
4.12	Media Elektronik yang Digunakan	4-9
4.13	Channel TV yang Sering Ditonton	4-9
4.14	Mendapatkan Informasi	4-9
4.15	Rasa yang Paling Disukai	4-9
4.16	Usulan Rasa <i>Cashews</i> 35 gr	4-10
4.17	Tingkat Kinerja	4-11
4.18	Tingkat Kepentingan	4-12
4.19	Tingkat Loyalitas	4-12
5.1	<i>Targeting</i>	5-9
5.2	<i>Targeting</i> (Lanjutan)	5-10
5.3	Nilai r tabel	5-11
5.4	Hasil Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-12
5.5	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-12
5.6	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-13
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-13

5.8	Hasil Uji Validitas Tingkat Loyalitas	5-14
5.9	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Loyalitas	5-14
5.10	Data Rata – rata Loyalitas	5-15
5.11	Hasil Uji Normalitas	5-15
5.12	Hasil Uji Linearitas Variasi Rasa	5-16
5.13	Hasil Uji Linearitas	5-17
5.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	5-18
5.15	Kesimpulan Uji Heterokedastisitas	5-19
5.16	Hasil Uji Multikolinearitas	5-20
5.17	Kesimpulan Hasil Uji Multikolinearitas	5-20
5.18	Hasil Uji Autokorelasi	5-21
5.19	Rangkuman Hasil Uji Asumsi Klasik	5-21
5.20	Variabel Lolos Uji Asumsi Klasik	5-22
5.21	Data Regresi Linear	5-23
5.22	Hasil Pengolahan Multiple Regression Linear	5-24
5.23	Model Summary	5-24
5.24	Hasil SPSS Uji Anova	5-26
5.25	Hasil SPSS Uji Koefisien Regresi Linear	5-27
5.26	Hasil Pengolahan Tingkat Loyalitas Konsumen	5-28
5.27	Rata – rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-30
5.28	Hasil Pengolahan Uji Hipotesis	5-33
5.29	Hasil Analisis Gabungan	5-34

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan Cashews 35 gr	1-2
1.2	Grafik Penjualan Cashews 75 gr	1-2
1.3	Grafik Penjualan Cereals 400 gr	1-3
1.4	Grafik Penjualan Granola Bites	1-3
1.5	Grafik Penjualan Popcorn	1-3
2.1	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	2-22
3.1	<i>Flowchart</i>	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> (Lanjutan)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> (Lanjutan)	3-3
3.4	Model Penelitian	3-6
3.5	Kuadran <i>Importance Performance Analysis</i>	3-14
3.6	Wilayah Kritis	3-16
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
5.1	<i>Pie Chart</i> Usia Responen	5-1
5.2	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan Responen	5-2
5.3	<i>Pie Chart</i> Pendapatan Responen	5-2
5.4	<i>Pie Chart</i> Uang Saku	5-3
5.5	<i>Pie Chart</i> Kuantitas Yang Dibeli	5-3
5.6	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Membeli	5-4
5.7	<i>Pie Chart</i> Media Cetak	5-4
5.8	<i>Pie Chart</i> Koran Yang Digunakan	5-5
5.9	<i>Pie Chart</i> Majalah Yang Digunakan	5-5
5.10	<i>Pie Chart</i> Media Sosial Yang Digunakan	5-6
5.11	<i>Pie Chart</i> Media Elektronik Yang Digunakan	5-6
5.12	<i>Pie Chart</i> Channel TV	5-7
5.13	<i>Pie Chart</i> Mendapatkan Informasi Promo	5-7
5.14	<i>Pie Chart</i> Rasa <i>Cashews</i> 35 gr Favorit	5-8
5.15	Usulan Rasa <i>Cashews</i> 35 gr	5-8
5.16	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-30

5.17	Wilayah Kritis Uji Z	5-33
5.18	Masa Kadaluaarsa	5-36
5.19	Kegiatan <i>Sampling</i>	5-37
5.20	Ukuran Kacang	5-38
5.21	Rasa Original	5-43
5.22	Kemasan Saat Ini	5-44
5.23	Kemasan Yang Diusulkan	5-45

