

ABSTRAK

Toko Asih (TA) berdiri sejak tahun 1996, terletak di jalan Melong Asih no 15, Cimahi Selatan. TA adalah toko yang menjual peralatan kelistrikan. Sejak bulan Agustus 2018 sampai Desember 2020 persentase pencapaian target penjualan hanya 10.34% dari target omset yang ditentukan. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen, untuk mengetahui tingkat kinerja dan tingkat loyalitas, untuk mengetahui faktor kinerja apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen dalam berbelanja, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, untuk menentukan *segmentation*, *targetting* dan *positioning* yang tepat dan untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat.

Data diperoleh dari kuesioner pendahuluan dan penelitian. Variabel penelitian pada kuesioner didapat dari konsep bauran pemasaran yaitu *Segmentation*, *Targetting* dan *Positioning* (STP), *Product*, *Price*, *Place*, *People*, *Promotion*, *Physical Evidence* (7P) dan teori loyalitas konsumen.

Kuesioner pendahuluan dilakukan untuk mendapatkan variabel yang penting bagi konsumen. Kuesioner penelitian terdiri dari bagian I tentang profil responden. Bagian II berisi tentang tingkat kinerja TA dan tingkat kepentingan konsumen TA. Bagian III berisi tentang loyalitas konsumen TA. Responden yang mengisi kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian adalah responden di TA yang sudah bekerja dan pernah membeli barang di TA. Lalu diuji validitas dan reliabilitasnya kemudian diolah menggunakan *Multiple Linear Regression* (MRA), variabel yang diuji adalah tingkat kinerja (variabel independen) dan loyalitas konsumen (variabel dependen). Data tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas usulan dan uji hipotesis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen.

Berdasarkan metode MRA didapatkan nilai R dan R² sebesar 0.568 dan 0.323 dengan sepuluh variabel yang berpengaruh yaitu, keanekaragaman alat-alat listrik yang dijual, kemenarikan penataan alat-alat listrik yang dipajang ditoko, kemudahan dalam memarkirkan kendaraan, kemenarikan desain promosi yang dilakukan di media cetak, kualitas pencahayaan di dalam toko, sirkulasi udara di dalam toko, kemenarikan desain interior toko, kerapihan penampilan karyawan, kecepatan proses pembayaran dan pilihan alternatif pembayaran selain tunai. Hasil IPA menunjukkan semua variabel harus diperbaiki karena nilai rata-rata tingkat kinerjanya dibawah 3 (tidak baik) dan nilai rata-rata kepentingan semua variabel memiliki nilai diatas 3 (baik). Hasil uji hipotesis rata-rata, didapat semua variabel yang dirasakan tidak puas oleh konsumen.

Usulan *targetting* untuk TA adalah kontraktor dan pegawai/karyawan negeri/swasta yang bertempat tinggal di Cimahi Selatan, Taman Holis dan Rajawali. Usulan *positioning* untuk TA sebagai sebuah toko alat listrik menjual berbagai alat-alat listrik yang lengkap, harga yang bersaing (murah), mudah diakses oleh pembeli dan selalu memberikan pelayanan yang baik. Slogan yang tepat untuk TA: “berbagai kebutuhan alat-alat listrik tersedia disini dengan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang baik”. Berdasarkan analisis gabungan metode MRA, IPA dan Uji Hipotesis rata rata didapatkan 31 prioritas perbaikan. Usulan perbaikan prioritas utama adalah kemenarikan penataan alat-alat listrik yang dipajang ditoko.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BA 1 PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
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 Pasar.....	2-1
2.2 Pemasaran.....	2-1
2.3 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-3
2.4.1 <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar).....	2-3
2.4.2 <i>Targeting</i> (Target Pasar)	2-4
2.4.3 <i>Positioning</i>	2-5
2.5 Loyalitas Konsumen	2-5
2.6 Metode Pengumpulan Data	2-5
2.7 Populasi dan Sampel.....	2-7
2.7.1 Populasi	2-7
2.7.2 Sampel	2-7
2.8 Teknik Sampling.....	2-8

2.9 Skala Pengukuran	2-9
2.10 Validitas dan Reliabilitas	2-11
2.11 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-11
2.11.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-11
2.11.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-12
2.12 Uji Asumsi Klasik	2-13
2.12.1 Uji Linearitas	2-13
2.12.2 Uji Normalitas	2-14
2.12.3 Uji Multikolinearitas	2-14
2.12.4 Uji Heterokedastisitas	2-15
2.12.5 Uji Autokorelasi	2-16
2.13 <i>Multiple Linear Regression</i>	2-16
2.14 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-18
2.15 Uji Hipotesis	2-20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 Sistematika Penelitian	3-1
3.2 Penjelasan <i>Flowchart</i>	3-5
3.2.1 Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2.2 Identifikasi Masalah	3-5
3.2.3 Batasan dan Asumsi	3-6
3.2.4 Perumusan Masalah	3-6
3.2.5 Tujuan Penelitian	3-6
3.2.6 Tinjauan Pustaka	3-7
3.2.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-7
3.2.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-10
3.2.9 Pengujian Validitas Kosntruksi	3-11
3.2.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.2.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.2.12 Revisi Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.13 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.14 Uji Validitas	3-13

3.2.15 Uji Reliabilitas	3-14
3.2.16 Pengolahan Data	3-16
3.2.17 Analisis.....	3-25
3.2.18 Kesimpulan dan Saran.....	3-27
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-2
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 Pengujian Validitas Konstruk	5-1
5.2 Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-3
5.3.1 Bagian I (Profil Responden)	5-3
5.3.2 Bagian II dan III (Validitas dan Reliabilitas).....	5-13
5.4 Uji Asumsi Klasik.....	5-19
5.4.1 Uji Linearitas.....	5-20
5.4.2 Uji Normalitas.....	5-22
5.4.3 Uji Multikolinearitas.....	5-23
5.4.4 Uji Heterokedastisitas.....	5-24
5.4.5 Uji Autokorelasi.....	5-26
5.5 <i>Multiple Linear Regression</i>	5-28
5.5.1 Analisis Koefisien Determinasi	5-29
5.5.2 Analisis Uji F	5-30
5.5.3 Analisis Uji T	5-31
5.6 Analisis Loyalitas Konsumen Toko Asih.....	5-33
5.7 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-34
5.8 Uji Hipotesis.....	5-38
5.9 Analisis Tingkat Kinerja Secara Keseluruhan	5-41
5.10 Analisis Gabungan.....	5-43
5.11 <i>Positioning</i>	5-44
5.12 Usulan.....	5-45

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-6
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Omset Penjualan	1-2
3.1	Variabel STP	3-8
3.2	Pengelompokkan 7P	3-8
3.2	Pengelompokkan 7P (Lanjutan)	3-9
3.3	Analisis Gabungan	3-26
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian I	4-1
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian I (Lanjutan)	4-2
4.2	Pekerjaan Responden	4-2
4.3	Pendapatan Responden	4-3
4.4	Tempat Tinggal Responden	4-3
4.5	Tujuan Utama Responden Datang	4-3
4.6	Pengetahuan Keberadaan Toko	4-3
4.7	Frekuensi Kedatangan Responden	4-4
4.8	Metode Pembayaran yang Digunakan Responden	4-4
4.9	Media Sosial yang Digunakan Responden	4-4
4.10	Media Cetak yang Digunakan Responden	4-4
4.11	Media Elektronik yang Digunakan Responden	4-4
4.12	Kebutuhan Responden Terhadap Jasa Servis/Reparasi	4-5
4.13	Jasa Servis/Reparasi yang Dibutuhkan Responden	4-5
4.14	Kebutuhan Responden Terhadap Jasa Pengiriman Barang	4-5
4.15	Kebutuhan Responden Terhadap Penjualan <i>Online</i>	4-5
4.16	Aplikasi Penjualan <i>Online</i>	4-5
4.17	Rangkuman Tingkat Kepentingan	4-6
4.18	Rangkuman Tingkat Kinerja	4-7
4.19	Rangkuman Loyalitas Konsumen	4-8
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Hasil Segmentasi	5-12
5.2	Hasil Segmentasi (Lanjutan)	5-13

5.3	Target Pasar	5-13
5.4	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-14
5.5	Perbandingan R tabel dan R hitung Tingkat Kepentingan	5-15
5.6	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-16
5.7	Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-16
5.8	Perbandingan R tabel dan R hitung Tingkat Kinerja	5-17
5.9	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-18
5.10	Uji Validitas Loyalitas Konsumen	5-18
5.11	Perbandingan R tabel dan R hitung Loyalitas Konsumen	5-18
5.12	Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-19
5.13	Variabel X: Tingkat Kinerja	5-19
5.14	Variabel Y: Rata-rata Loyalitas	5-19
5.15	Hasil Uji Linearitas	5-20
5.16	Hasil Uji Linearitas Gabungan	5-21
5.17	Hasil Uji Normalitas	5-22
5.18	Hasil Uji Multikolinearitas	5-23
5.19	Hasil Uji Heteroskedastisitas	5-25
5.20	Hasil Uji Autokorelasi	5-27
5.21	Rangkuman Uji Asumsi Klasik	5-28
5.22	<i>Variables Entered / Removed</i>	5-29
5.23	<i>Model Summary</i>	5-29
5.24	Uji F	5-30
5.25	Uji T	5-32
5.26	Loyalitas Konsumen	5-34
5.27	Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-35
5.28	Hasil Uji Hipotesis Rata-rata	5-39
5.28	Hasil Uji Hipotesis Rata-rata (Lanjutan)	5-40
5.29	Hasil Analisis Gabungan	5-43

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Penjualan	1-3
2.1	Diagram <i>Cartesius</i>	2-19
2.2	Wilayah Kritis Uji Z	2-21
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-4
3.2	Diagram IPA	3-22
3.3	Grafik Uji Hipotesis	3-24
3.4	<i>Rating Scale</i>	3-25
5.1	Presentase untuk Pekerjaan	5-3
5.2	Presentase untuk Pendapatan	5-4
5.3	Presentase untuk Tempat Tinggal	5-4
5.4	Presentase untuk Tujuan Utama	5-5
5.5	Presentase untuk Mengetahui Keberadaan Toko	5-6
5.6	Presentase untuk Waktu Kedatangan ke Toko	5-6
5.7	Presentase untuk Jenis Pembayaran	5-7
5.8	Presentase untuk Media Sosial	5-7
5.9	Presentase untuk Media Cetak	5-8
5.10	Presentase untuk Media Elektronik	5-8
5.11	Presentase untuk Kebutuhan Terhadap Jasa Servis/Reparasi	5-9
5.12	Presentase untuk Jasa Servis/Reparasi yang Dibutuhkan	5-9
5.13	Presentase untuk Jasa Pengiriman Barang	5-10
5.14	Presentase untuk Pembelian Secara <i>Online</i>	5-10
5.15	Persentase untuk Aplikasi Penjualan <i>Online</i>	5-11
5.16	<i>Rating Scale</i> Loyalitas	5-33
5.17	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-36
5.18	<i>Rating Scale</i> Tingkat Kinerja	5-41
5.19	Keadaan Dalam Toko	5-45

5.20	Tempat Parkir Toko	5-48
5.21	Lokasi Toko Asih dari <i>Google Maps</i>	5-51
5.22	Papan Nama Toko	5-56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel Uji Normal (Uji Z)	L-9
4	Tabel Durbin-Watson	L-10
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-11
6	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-13
7	Data Mentah Tingkat Loyalitas	L-15
8	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	L-17
9	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja	L-18
10	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Loyalitas Konsumen	L-19
11	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	L-19
12	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	L-19
13	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	L-19
14	Data Rata-rata Tingkat Kinerja	L-20
15	Data Rata-rata Loyalitas Konsumen	L-22
14	<i>Output</i> SPSS Uji Linearitas	L-24
15	<i>Output</i> SPSS Uji Normalitas	L-34
16	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas	L-35
17	<i>Output</i> SPSS Uji Heteroskedastisitas	L-36
18	<i>Output</i> SPSS Autokorelasi	L-37
19	<i>Output</i> SPSS <i>Model Summary</i>	L-37
20	<i>Output</i> SPSS Uji F	L-38
21	<i>Output</i> SPSS Uji T	L-39
22	<i>Output</i> SPSS <i>Importance Performance Analysis</i>	L-39