

## ABSTRAK

Kedai kopi “x” merupakan kedai kopi yang dibuka pada tanggal 11 Juni 2018. Kedai kopi ini terletak di jalan Jl. Ciawitali No.42, Cimahi. Sejak Februari 2019, penjualan kedai kopi “x” tidak mencapai target yang diinginkan hingga saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab tidak tercapainya target dan upaya yang dapat dilakukan untuk mencapai target.

Metode pengumpulan data yang dilakukan: observasi, wawancara dan kuesioner. Penyebaran kuesioner ini dibagi menjadi dua tahap: penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 30 responden, penyebaran kuesioner penelitian kepada 115 responden. Responden yang mengisi kuesioner pendahuluan adalah responden di kedai kopi “x” dengan usia minimum 16 tahun, untuk kuesioner penelitian adalah responden dengan usia minimum 16 tahun yang pernah datang ke kedai kopi “x” dan juga kedai kopi pesaing.

Kuesioner pendahuluan terdiri tiga bagian. Bagian I untuk memastikan kepentingan variabel yang dianggap penting atau tidak penting. Bagian II untuk mencari variabel yang penting namun belum ada di bagian I. Bagian III untuk mencari pesaing yang dijadikan pembanding kedai kopi “x”. Kuesioner penelitian terdiri atas bagian I tentang segmentasi yang akan digunakan dalam penentuan *targeting*. Bagian II dan III berisi tentang tingkat kinerja, tingkat kepentingan, tingkat keunggulan dan loyalitas konsumen yang diuji validitas dan reliabilitasnya. Tingkat kinerja dan loyalitas diolah dengan *Multiple Linear Regression* (MRA). Tingkat keunggulan diolah dengan *Correspondence Analysis* (CA). Tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* (IPA). Hasil kuesioner pendahuluan menghasilkan pesaing Cenghar Coffee. Hasil kuesioner penelitian adalah: MRA didapatkan variabel yang berpengaruh: Kenyamanan meja yang tersedia, Rasa produk non kopi yang dijual, Rasa produk kopi yang dijual, Keramahan karyawan, Promosi saat *event-event* tertentu, Kemenarikan *packaging* produk untuk *take away*, Jumlah stopkontak di setiap meja, dan Frekuensi Promosi di Media Sosial. Dari CA diperoleh 11 variabel yang menjadi kelemahan bagi kedai kopi “x” dan 34 variabel yang menjadi kelebihan bagi kedai kopi “x”. Hasil IPA didapat 10 variabel yang sudah baik dan dapat dipertahankan, terdapat 12 variabel dengan tingkat kinerja tidak baik sehingga perlu ditingkatkan kinerjanya. Hasil uji hipotesis didapat 18 variabel yang memuaskan dan 37 variabel yang tidak memuaskan konsumen. Kemudian dilakukan analisis penggabungan dari empat metode untuk menghasilkan urutan prioritas perbaikan.

Target pasar konsumen berumur 16 – 35 tahun, status pekerjaannya siswa sekolah, mahasiswa, dan pegawai negeri/swasta, penghasilan/bulan “<Rp. 3.100.000 - Rp. 5.600.000”, pelajar/mahasiswa yang uang saku/bulan “Rp 500.000 sampai Rp. 2.500.000” dan bertempat tinggal di Cimahi Utara dan Cimahi Tengah, tujuannya berkumpul dengan teman/keluarga. *Positioning* kedai kopi “x” adalah kedai kopi yang menyediakan tempat berkumpul dan bersantai yang nyaman dengan tetap memberikan pelayanan dan kualitas produk kopi yang baik dengan harga yang bersahabat dengan slogan “*Make a good memory at a cozy place with good coffee*”.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
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.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	1-4
1.4 Perumusan Masalah .....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2-1
2.1 <i>Segmentation, Targetting, Positioning</i> .....	2-1
2.1.1 <i>Segmenting</i> (Segmentasi Pasar).....	2-1
2.1.2 <i>Targetting</i> (Target Pasar).....	2-2
2.1.3 <i>Positioning</i> .....	2-3
2.2 Bauran Pemasaran .....	2-3
2.3 Loyalitas Konsumen .....	2-4
2.4 Metode Pengumpulan Data.....	2-4
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-5
2.5.1 Populasi .....	2-5
2.5.2 Sampel .....	2-5
2.6 Teknik Sampling .....	2-6
2.7 Skala Pengukuran .....	2-8

2.8 Validitas dan Reliabilitas .....	2-10
2.9 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-10
2.9.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-10
2.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen .....	2-11
2.10 Uji Asumsi Klasik.....	2-13
2.10.1 Uji Linearitas .....	2-13
2.10.2 Uji Normalitas.....	2-13
2.10.3 Uji Multikolinearitas .....	2-14
2.10.4 Uji Heterokedastisitas.....	2-14
2.11 <i>Multiple Linear Regression</i> .....	2-15
2.12 <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	2-17
2.13 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	2-18
2.14 Uji Hipotesis.....	2-20
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>3-1</b>
3.1 Sistematika Penelitian.....	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i> .....	3-5
3.2.1 Mulai .....	3-5
3.2.2 Penelitian Pendahuluan .....	3-5
3.2.3 Identifikasi Masalah .....	3-5
3.2.4 Pembatasan Masalah .....	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.6 Tujuan Penelitian .....	3-6
3.2.7 Tinjauan Pustaka .....	3-6
3.2.8 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.2.8.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	3-6
3.2.8.2 Bauran Pemasaran (7P).....	3-7
3.2.8.3 Loyalitas Konsumen .....	3-9

3.2.9 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian .....	3-9
3.2.9.1 Kuesioner Pendahuluan .....	3-9
3.2.9.2 Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.10 Pengujian Validitas Kosntruksi.....	3-11
3.2.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.2.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-12
3.2.13 Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.15 Pengujian Validitas.....	3-14
3.2.16 Pengujian Reliabilitas.....	3-15
3.2.17 Pengolahan Data.....	3-16
3.2.18 Analisis Hasil Pengolahan Data dan Usulan.....	3-30
3.2.18.1 Analisis Hasil Pengolahan Data .....	3-30
3.2.18.2 Usulan .....	3-32
3.2.19 Kesimpulan dan Saran.....	3-32
3.2.20 Selesai .....	3-32
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>4-1</b>
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2 Kuesioner Pendahuluan .....	4-1
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan Bagian I.....	4-1
4.2.2 Kuesioner Pendahuluan Bagian II.....	4-3
4.2.3 Kuesioner Pendahuluan Bagian III.....	4-4
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.3.1 Kuesioner Penelitian Bagian I.....	4-7
4.3.2 Kuesioner Penelitian Bagian II .....	4-11
4.3.3 Kuesioner Penelitian Bagian III.....	4-14
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....</b>	<b>5-1</b>
5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5-7
5.2.1 Bagian I (Profil Responden) .....	5-7
5.2.2 Bagian II dan III (Validitas dan Reliabilitas).....	5-24

5.3 Uji Asumsi Klasik .....	5-35
5.3.1 Uji Linearitas .....	5-36
5.3.2 Uji Normalitas.....	5-38
5.3.3 Uji Multikolinearitas .....	5-40
5.3.4 Uji Heterokedastisitas.....	5-44
5.4 <i>Multiple Linear Regression</i> .....	5-48
5.4.1 Analisis Koefisien Determinasi .....	5-50
5.4.2 Analisis Uji F.....	5-51
5.4.3 Analisis Uji T.....	5-52
5.5 Analisis Loyalitas Konsumen Kedai kopi “X” .....	5-53
5.6 <i>Correspondence Analysis</i> .....	5-55
5.7 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-57
5.8 Uji Hipotesis.....	5-63
5.9 Analisis Tingkat Kinerja Kedai kopi “X” Secara Keseluruhan ....	5-68
5.10 Analisis Gabungan.....	5-70
5.11 <i>Positioning</i> .....	5-75
5.12 Usulan .....	5-77
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....	6-1
6.1 Kesimpulan .....	6-1
6.2 Saran .....	6-8
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

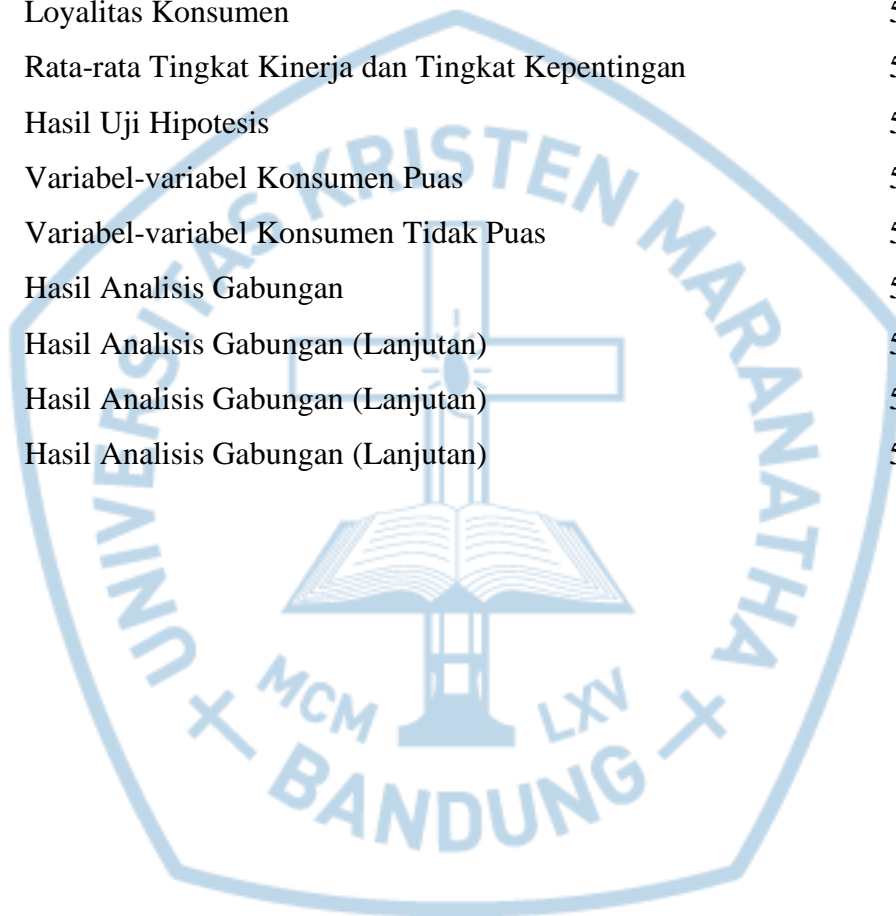
## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
1.1	Data Penjualan	1-2
3.1	Aspek <i>Segmentation</i>	3-7
3.2	Variabel 7P	3-8
3.3	Analisis Gabungan	3-27
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian I	4-2
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian I (Lanjutan)	4-3
4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian II	4-5
4.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian III	4-4
4.4	Variabel Hasil Revisi Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.4	Variabel Hasil Revisi Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-6
4.5	Profil Responden Berdasarkan Umur	4-7
4.6	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4-7
4.7	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	4-7
4.8	Profil Responden Berdasarkan Uang Saku	4-8
4.9	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	4-8
4.10	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Utama	4-8
4.11	Profil Responden Berdasarkan Jam Kunjungan	4-8
4.12	Profil Responden Berdasarkan Dana yang Dikeluarkan	4-9
4.13	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	4-9
4.14	Profil Responden Berdasarkan Hari Kedatangan	4-9
4.15	Profil Responden Berdasarkan Media Cetak	4-9
4.16	Profil Responden Berdasarkan Media Sosial	4-10
4.17	Profil Responden Berdasarkan Media Elektronik	4-10
4.18	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pembayaran	4-10
4.19	Profil Responden Berdasarkan Uang Elektronik Yang Digunakan	4-10
4.20	Profil Responden Berdasarkan Jasa Antar <i>Online</i> Yang Digunakan	4-10
4.21	Rangkuman Tingkat Kepentingan	4-11
4.22	Rangkuman Tingkat Kinerja	4-12



4.24	Rangkuman Tingkat Keunggulan	4-13
4.25	Rangkuman Loyalitas Konsumen	4-14
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	5-2
5.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian II	5-3
5.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian III	5-4
5.4	Kuesioner Penelitian	5-5
5.4	Kuesioner Penelitian (Lanjutan)	5-6
5.5	Hasil Segmentasi	5-21
5.5	Hasil Segmentasi (Lanjutan)	5-22
5.6	Target Pasar	5-23
5.7	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-25
5.8	Perbandingan R tabel dan R hitung Tingkat Kepentingan	5-26
5.9	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-22
5.10	Uji Validitas Tingkat Kinerja	5-23
5.12	Perbandingan R tabel dan R hitung Tingkat Kinerja	5-24
5.13	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-24
5.14	Uji Validitas Tingkat Keunggulan	5-25
5.15	Perbandingan R tabel dan R hitung Tingkat Keunggulan	5-26
5.16	Uji Reliabilitas Tingkat Keunggulan	5-26
5.17	Uji Validitas Loyalitas Konsumen	5-27
5.18	Perbandingan R tabel dan R hitung Loyalitas Konsumen	5-27
5.19	Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-27
5.20	Variabel Y: Rata-rata Loyalitas	5-28
5.21	Variabel X: Variabel Kinerja	5-28
5.22	Hasil Uji Linearitas	5-29
5.23	Hasil Uji Normalitas	5-30
5.24	Hasil Uji Multikolinearitas Awal	5-31
5.25	Hasil Uji Multikolinearitas Akhir	5-32
5.26	Hasil Uji Heteroskedastisitas	5-34
5.27	Rangkuman Hasil Uji Asumsi Klasik	5-35

5.28	Variabel Independen dan Variabel Dependen	5-36
5.29	<i>Variables Entered / Removed</i>	5-37
5.30	<i>Model Summary</i>	5-37
5.31	Hasil <i>Multiple Linear Regression</i>	5-37
5.32	Uji F	5-38
5.33	Uji T	5-39
5.34	Koefisien Determinasi Akhir	5-40
5.35	Loyalitas Konsumen	5-42
5.36	Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-45
5.37	Hasil Uji Hipotesis	5-51
5.38	Variabel-variabel Konsumen Puas	5-53
5.39	Variabel-variabel Konsumen Tidak Puas	5-54
5.38	Hasil Analisis Gabungan	5-58
5.38	Hasil Analisis Gabungan (Lanjutan)	5-59
5.38	Hasil Analisis Gabungan (Lanjutan)	5-60
5.38	Hasil Analisis Gabungan (Lanjutan)	5-61





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Penjualan	1-2
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 1)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 3)	3-4
3.2	<i>Rating Scale</i>	3-24
3.3	Diagram IPA	3-27
3.4	Grafik Uji Hipotesis	3-29
5.1	Presentase untuk Umur	5-7
5.2	Presentase untuk Pekerjaan	5-8
5.3	Presentase untuk Pendapatan	5-9
5.4	Presentase untuk Uang Saku	5-10
5.5	Presentase untuk Tempat Tinggal	5-10
5.6	Presentase untuk Tujuan Utama	5-11
5.7	Presentase untuk Hari Kedatangan	5-11
5.8	Presentase untuk Jam Kedatangan	5-12
5.9	Presentase untuk Pengeluaran per Kunjungan	5-13
5.10	Presentase untuk Kedatangan per Bulan	5-14
5.11	Presentase untuk Jenis Pembayaran Yang Sering Digunakan	5-14
5.12	Presentase untuk Media Sosial	5-15
5.13	Presentase untuk Media Cetak	5-15
5.14	Presentase untuk Media Eletronik	5-16
5.15	Presentase untuk Uang Elektronik	5-16
5.16	Persentase untuk Jasa Pembelian <i>Online</i>	5-17
5.17	<i>Rating Scale</i> Loyalitas	5-53
5.18	<i>Row Scores</i>	5-55
5.19	<i>Column Scores</i>	5-55

5.20	<i>Row and Column Scores</i>	5-56
5.21	<i>Grafik Importance Performance Analysis</i>	5-59
5.22	<i>Rating Scale Tingkat Kinerja</i>	5-68
5.23	Meja yang digunakan di kedai kopi “x”	5-77
5.24	Meja yang digunakan di cenghar coffee	5-78
5.25	<i>Cup</i> yang digunakan di kedai kopi “x”	5-81
5.26	<i>Cup</i> yang digunakan di cenghar coffee	5-82
5.27	Toilet di kedai kopi “x”	5-84
5.28	Toilet di cebghar coffee	5-85
5.29	Meja dan kursi di lantai satu kedai kopi “x”	5-87
5.30	Meja dan kursi di lantai satu kedai kopi “x”	5-88
5.31	Meja dan kursi di lantai satu kedai kopi “x”	5-89
5.32	Meja dan kursi di lantai satu kedai kopi “x”	5-90
5.33	Meja dan kursi di cenghar coffee	5-91
5.34	Meja dan kursi di cenghar coffee	5-92
5.35	<i>Feed instagram</i> kedai kopi “x”	5-94
5.36	<i>Feed instagram</i> cenghar coffee”	5-94
5.37	Wastafel di kedai kopi “x”	5-97
5.38	Tabel cek kebersihan	5-98
5.39	Tampilan <i>snack</i> di kedai kopi “x”	5-100
5.40	Tampilan <i>snack</i> di cenghar coffee	5-100
5.41	Tampilan produk non kopi kedai kopi “x”	5-101
5.42	Tampilan produk kopi kedai kopi “x”	5-102
5.43	Tampilan produk non kopi cenghar coffee”	5-102
5.44	Tampilan produk kopi kedai kopi “x”	5-103
5.45	Tempat parkir kedai kopi “x”	5-104
5.46	Tempat parkir motor kedai kopi “x”	5-105
5.47	Tempat parkir cenghar coffee	5-105

5.48	Papan nama kedai kopi “x”	5-107
5.49	Papan nama cenghar coffee	5-108
5.50	Jalan masuk parkir an kedai kopi “x”	5-110
5.51	Akun <i>instagram</i> kedai kopi “x”	5-113
5.52	Akun <i>facebook</i> kedai kopi “x”	5-114



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-3
3	Tabel R <i>Product Moment</i>	L-11
4	Tabel Uji Normal (Uji Z)	L-12
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-13
6	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-15
7	Data Mentah Tingkat Keunggulan	L-17
8	Data Mentah Tingkat Loyalitas	L-19
9	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	L-21
10	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Kinerja	L-22
11	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Tingkat Keunggulan	L-23
12	<i>Output</i> SPSS Uji Validitas Loyalitas Konsumen	L-24
13	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	L-25
14	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	L-25
15	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Keunggulan	L-25
16	<i>Output</i> SPSS Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen	L-25
17	<i>Output</i> SPSS Uji Linearitas	L-26
18	<i>Output</i> SPSS Uji Normalitas	L-28
19	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas Awal	L-28
20	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas Kedua	L-29
21	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas Ketiga	L-30
21	<i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas Akhir	L-31
22	<i>Output</i> SPSS Uji Heteroskedastisitas	L-32
23	<i>Output</i> SPSS <i>Model Summary</i>	L-33
24	<i>Output</i> SPSS Uji F - 1	L-33
25	<i>Output</i> SPSS Uji T - 1	L-34
28	<i>Output</i> SPSS <i>Correspondence Analysis</i>	L-34
29	<i>Output</i> SPSS <i>Importance Performance Analysis</i>	L-36

30	Rata-rata Tingkat Kinerja	L-37
31	Rata-rata Tingkat Loyalitas	L-39

