

ABSTRAK

Rub a Dub *Car Spa* adalah usaha yang bergerak dalam bidang otomotif, khususnya cuci mobil. Usaha ini berdiri pada Bulan November 2018 di Jalan Bungur No.3 Kota Bandung, Jawa Barat. Rub a Dub *Car Spa* mengalami permasalahan omset yang tidak mencapai *target* Rp.35.000.000,- per bulan. Dari keseluruhan total data omset, persentase omset yang mencapai *target* sebesar 12% dari keseluruhan data omset 25 bulan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui variabel apa saja yang dirasa penting oleh konsumen dalam memilih tempat cuci mobil, menentukan strategi bauran pemasaran yang tepat, menentukan *segmentation, targeting* dan *positioning*.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan melakukan wawancara. Konsep pengolahan data yang digunakan adalah 7P dan *Segmentation, Targetting, Positioning* (STP). Penyebaran kuesioner dilakukan sebanyak dua kali, pertama adalah kuesioner pendahuluan sebanyak 30 kuesioner lalu kuesioner penelitian sebanyak 120 kuesioner. Kuesioner penelitian dibagi ke dalam 2 bagian, bagian pertama berisikan pertanyaan yang berkaitan dengan profil konsumen, sedangkan bagian 2 berisikan mengenai tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan peringkat keunggulan dari setiap variabel.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) dengan *input* data berupa urutan peringkat Rub a Dub *Car Spa* dan kedua pesaingnya, yang menghasilkan *output* 13 variabel peringkat 1, 12 variabel peringkat 2, dan 9 variabel peringkat 3. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan *input* data berupa tingkat kepentingan dan kinerja menurut responden, yang menghasilkan 9 variabel di kuadran 1 yang berarti variabel perlu ditingkatkan kembali kinerjanya, 13 variabel di kuadran 2 yang berarti kinerja harus dipertahankan, 7 variabel di kuadran 3 yang berarti variabel tersebut masih harus ditingkatkan kembali kinerjanya, dan 5 variabel di kuadran 4 yang berarti kinerja sudah melebihi kebutuhan responden sehingga harus dipertahankan kinerjanya. Pada metode uji hipotesis menggunakan *input data* variansi yang menghasilkan 19 variabel dinyatakan “puas” dan 15 variabel dinyatakan “tidak puas”. Hasil metode gabungan *Correspondence Analysis* (CA), *Importance Performance Analysis* (IPA), dan Uji Hipotesis digunakan untuk menyusun prioritas perbaikan dari 34 variabel penelitian. Hasil dari *targeting* didapatkan pasar yang potensial yaitu konsumen yang memiliki status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai swasta, dengan rentang pendapatan Rp.1.000.000 s/d < Rp.10.000.000,-, yang berdomisili Bandung bagian Utara, Instagram media sosial yang kerap digunakan dan paket cuci mobil favorit adalah paket *Wash and Sealant*.

Peneliti dapat memberikan usulan perbaikan berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), Uji Hipotesis, dan *Segmentation, Targetting, Positioning* (STP). Beberapa usulan perbaikan yang diberikan adalah memperbanyak konten promosi cuci mobil melalui media sosial Instagram, mempertimbangkan kembali promosi-promosi diskon untuk pelajar/mahasiswa. Peneliti memberikan usulan slogan “*One Stop for Clean and Shine*” untuk Rub a Dub *Car Spa*.

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.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1. Latar Belakang Masalah	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-5
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-6
1.4. Perumusan Masalah.....	1-6
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-7
1.6. Sistematika Penelitian	1-7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2-1
2.1. Pemasaran.....	2-1
2.2. Bauran Pemasaran	2-1
2.3. <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-5
2.3.1. <i>Segmentation</i>	2-5
2.3.2. <i>Targeting</i>	2-6
2.3.3. <i>Positioning</i>	2-6
2.4. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.5. Populasi dan Sampel	2-8
2.5.1. Populasi	2-8
2.5.2. Sampel.....	2-8
2.5.3. Teknik Sampling	2-9

2.5.4. Menentukan Ukuran Sampel.....	2-10
2.6. Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-10
2.6.1. Macam-macam Skala Pengukuran	2-10
2.6.2 Tipe Skala Pengukuran.....	2-11
2.6.3. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.7. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.7.1. Pengujian Validitas Instrumen	2-14
2.7.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-15
2.8. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2-16
2.9. <i>Correspondence Analysis</i>	2-19
2.10. Uji Hipotesis.....	2-20
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.1.1. Mulai	3-5
3.1.2. Penelitian Pendahuluan	3-5
3.1.3. Identifikasi Masalah.....	3-5
3.1.4. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-6
3.1.5. Perumusan Masalah.....	3-6
3.1.6 Tujuan Penelitian.....	3-7
3.1.7. Studi Pustaka	3-7
3.1.8. Rancangan Penelitian	3-8
3.1.9. Penentuan Konsep dan Variabel Penelitian	3-8
3.1.10. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-11
3.1.11. Pengujian Validitas Konstruk	3-12
3.1.12. Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-13
3.1.13. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.1.14. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-13
3.1.15. Menentukan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.1.16. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-15
3.1.17. Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	3-15

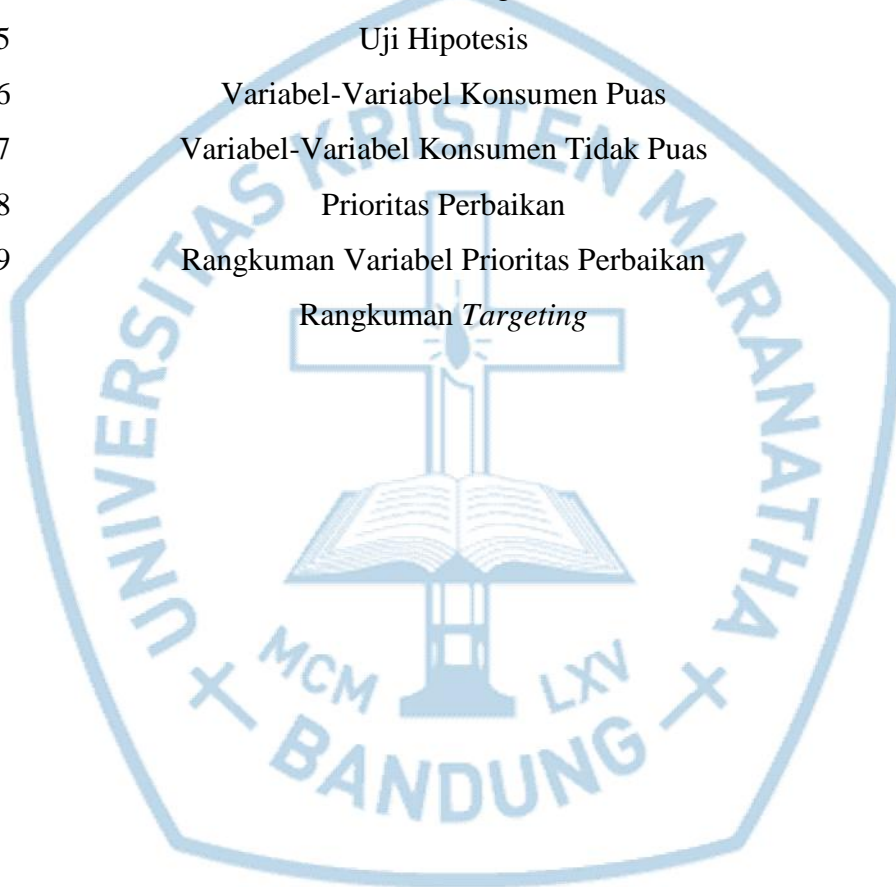
3.1.18. Pengujian Reliabilitas.....	3-15
3.1.19. Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	3-16
3.1.20. Analisis.....	3-21
3.1.21. Usulan.....	3-22
3.1.22. Kesimpulan.....	3-23
3.1.23. Selesai.....	3-23
BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.2. Kuesioner Pedahuluan.....	4-2
4.3 Kuesioner Penelitian	4-4
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....	5-1
5.1. Validitas Konstruk.....	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3. Variabel Penelitian	5-5
5.4. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-6
5.5 Hasil Segmentasi Pengolahan Data Profil Responden	5-10
5.6 <i>Targeting</i>	5-29
5.7. Perhitungan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja.....	5-31
5.8. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-36
5.9. <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-41
5.10. Uji Hipotesis.....	5-51
5.11. Analisis Gabungan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), <i>Correspondence Analysis</i> (CA), dan Uji Hipotesis	5-57
5.12. <i>Positioning</i>	5-59
5.13. Usulan.....	5-60
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	Tabel Omset Cuci Mobil	1-3
1.2	Tabel Selisih Pencapaian <i>Target</i> Omset Cuci Mobil	1-5
3.1	Variabel 7P	3-10
3.2	Variabel Segmentasi 4 Aspek	3-11
3.3	Gabungan Hasil Metode	3-23
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2	Data Pesaing Rub a Dub <i>Car Spa</i>	4-4
4.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	4-5
4.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan (Sudah Bekerja)	4-5
4.5	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan (Belum Bekerja)	4-5
4.6	Profil Responden Berdasarkan Daerah Tempat Tinggal	4-6
4.7	Profil Responden Berdasarkan Media Elektronik yang Digunakan	4-6
4.8	Profil Responden Berdasarkan Media Cetak (Koran) yang Digunakan	4-6
4.9	Profil Responden Berdasarkan Media Cetak (Majalah) yang Digunakan	4-7
4.10	Profil Responden Berdasarkan Paket Cuci Mobil Favorit	4-7
4.11	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	4-7
4.12	Profil Responden Berdasarkan Hari Berkunjung	4-7
4.13	Profil Responden Berdasarkan Jam Berkunjung	4-8
4.14	Profil Responden Berdasarkan Metode Pembayaran yang Disukai	4-8
4.15	Profil Responden Berdasarkan Kartu Debit yang Digunakan	4-8
4.16	Profil Responden Berdasarkan Kartu Kredit yang Digunakan	4-9

Tabel	Judul	Halaman
4.17	Profil Responden Berdasarkan Uang Elektronik yang Digunakan	4-9
4.18	Profil Responden Berdasarkan Fasilitas yang Diharapkan ada	4-9
4.19	Profil Responden Berdasarkan Fasilitas Keamanan yang Diharapkan ada	4-10
4.20	Profil Responden Berdasarkan Protokol Kesehatan yang Diharapkan ada	4-10
4.21	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian II Tingkat Kepentingan	4-12
4.22	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian II Tingkat Kinerja	4-13
4.23	Hasil Kuesioner Peringkat Keunggulan (CA)	4-14
5.1	Hasil Pengolahan Persentase Penting Tidak Penting	5-2
5.2	Variabel yang Dianggap Tidak Penting	5-3
5.3	Variabel Penelitian	5-4
5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-6
5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-7
5.6	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-8
5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-9
5.8	Rangkuman Segmentasi	5-26
5.8	Rangkuman Segmentasi Lanjutan	5-27
5.9	Rangkuman <i>Targeting</i>	5-28
5.10	Hasil Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-29
5.11	Hasil Rata-Rata Tingkat Kepentingan	5-30
5.12	Contoh Perhitungan Rata – Rata Tingkat Kepentingan	5-31
5.13	Hasil Rata-Rata Tingkat Kinerja	5-32
5.14	Contoh Perhitungan Rata – Rata Tingkat Kinerja	5-33
5.15	Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-35
5.16	Rangkuman Variabel pada Kuadran 1	5-37
5.17	Rangkuman Variabel pada Kuadran 2	5-38
5.18	Rangkuman Variabel pada Kuadran 3	5-39

Tabel	Judul	Halaman
5.19	Rangkuman Variabel pada Kuadran 4	5-39
5.20	Rangkuman Penjumlahan Peringkat <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-41
5.21	Hasil Perhitungan Jarak <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-45
5.22	Variabel Peringkat 1	5-46
5.23	Variabel Peringkat 2	5-47
5.24	Variabel Peringkat 3	5-48
5.25	Uji Hipotesis	5-50
5.26	Variabel-Variabel Konsumen Puas	5-51
5.27	Variabel-Variabel Konsumen Tidak Puas	5-52
5.28	Prioritas Perbaikan	5-55
5.29	Rangkuman Variabel Prioritas Perbaikan	5-56
6.1	Rangkuman <i>Targeting</i>	6-8



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Omset Cuci Mobil	1-4
2.1	Diagram <i>Importance Performance Analysis</i>	2-18
2.2	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	2-21
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 3)	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 4)	3-4
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 5)	3-5
3.2	Rancangan Penelitian	3-8
3.3	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-18
4.1	Rub a Dub Car Spa	4-1
5.1	Persentase Pekerjaan Responden	5-9
5.2	Persentase Pendapatan per Bulan Responden (Bekerja)	5-10
5.3	Persentase Pendapatan per Bulan Responden (Belum Bekerja)	5-11
5.4	Persentase Daerah Tempat Tinggal Responden	5-12
5.5	Persentase Media Elektronik yang Digunakan Responden	5-13
5.6	Persentase Media Cetak (Koran) yang Sering Digunakan Responden	5-14
5.7	Persentase Media Cetak (Majalah) yang Sering Digunakan Responden	5-15
5.8	Persentase Paket Cuci Mobil Favorit Responden	5-16
5.9	Persentase Frekuensi Kedatangan Responden	5-17
5.10	Persentase Hari Berkunjung Responden	5-18
5.11	Persentase Jam Berkunjung Responden	5-18
5.12	Persentase Metode Pembayaran yang Disukai	5-19
5.13	Persentase Kartu Debit yang Digunakan Responden	5-20

Gambar	Judul	Halaman
5.14	Persentase Kartu Kredit yang Digunakan Responden	5-21
5.15	Persentase Uang Elektronik yang Digunakan Responden	5-22
5.16	Persentase Fasilitas yang Diharapkan Responden	5-23
5.17	Persentase Fasilitas Keamanan yang Diharapkan Responden	5-24
5.18	Persentase Protokol Kesehatan yang Diharapkan	5-25
5.19	Grafik <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-36
5.20	Hasil <i>Output Correspondence Analysis (CA)</i>	5-43
5.21	Hasil <i>Output SPSS Correspondence Analysis (CA)</i>	5-44
	Perhitungan Jarak & Vektor	
5.22	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-53
5.23	Halaman Instagram Rub a Dub <i>Car Spa</i>	5-59
5.24	Halaman Instagram Clean 8 <i>Car Wash</i> (1)	5-59
5.24	Halaman Instagram Clean 8 <i>Car Wash</i> (2)	5-60
5.25	Posisi Spanduk Rub a Dub <i>Car Spa</i>	5-62
5.26	Posisi Spanduk Checkpoint Sutami (1)	5-63
5.26	Posisi Spanduk Checkpoint Sutami (2)	5-63
5.27	Posisi Spanduk Clean 8 <i>Car Wash</i>	5-64
5.28	Lahan Parkiran Rub a Dub <i>Car Spa</i>	5-65
5.29	Lahan Parkiran Checkpoint Sutami	5-65
5.30	Lahan Parkiran Clean 8 <i>Car Wash</i>	5-66
5.31	Daftar Paket Cuci Mobil Rub a Dub <i>Car Spa</i>	5-80
5.32	Daftar Paket Cuci Mobil Checkpoint Sutami	5-80
5.33	Daftar Paket Cuci Mobil Clean 8 <i>Car Wash</i>	5-81
5.34	Kursi Ruang Tunggu Rub a Dub <i>Car Spa</i>	5-82
5.35	Kursi Ruang Tunggu Checkpoint Sutami	5-83
5.36	Kursi Ruang Tunggu Clean 8 <i>Car Wash</i>	5-83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
L.1	Kuesioner Penelitian	L-1
L.2	Data Mentah <i>Correspondence Analysis</i>	L-6
L.3	Tabel Nilai r	L-10
L.4	Tabel Normal	L-11
L.5	<i>Output SPSS Tingkat Kepentingan</i>	L-12
L.6	<i>Output SPSS Tingkat Kinerja</i>	L-14
L.7	<i>Output SPSS Importance Performance Analysis (IPA)</i>	L-15
L.8	<i>Output SPSS Correspondence Analysis (CA)</i>	L-16
L.9	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-17
L.10	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-18
L.11	Lembar Komentar Sidang Proposal	L-19
L.12	Lembar Komentar Pra-Sidang	L-22
L.13	Lembar Komentar Sidang Akhir	L-25
L.14	Lembar Bimbingan	L-28