

ABSTRAK

Kondisi ekonomi Indonesia yang terpuruk pada tahun-tahun belakangan ini menyebabkan penurunan di segala bidang termasuk bidang industri sepatu. Untuk menghadapi kondisi tersebut diperlukan strategi yang tepat bagi perusahaan untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerjanya dengan terlebih dahulu melakukan riset pasar sehingga perusahaan sepatu tidak asal memasarkan sepatu tetapi benar-benar sesuai dengan kebutuhan pasar sehingga nantinya penjualan sepatu menjadi lebih baik.

Donatello merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi sepatu wanita. Dalam menghadapi kondisi yang demikian pentinglah bagi perusahaan yang mau berhasil dan keluar sebagai pemenang dalam kompetisi untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga volume penjualan sepatu mengalami peningkatan. Akan diusulkan suatu pengembangan strategi yang mungkin dapat diterapkan oleh Donatello dengan terlebih dahulu memantau lingkungan pemasaran saat ini, mengidentifikasi pesaing, mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian sepatu, serta mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan yang dimiliki Donatello terhadap pesaing utama sehingga nantinya strategi ini dapat meningkatkan penjualan produk Donatello.

Penelitian dilakukan di “*House of Donatello*” Bandung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang sedang membeli sepatu atau datang berkunjung untuk melihat-lihat model sepatu. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan metode *sampling sistematic*. Sedangkan metode pengolahan kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) dimana menghasilkan *perceptual map* merek-merek sepatu yang bersaing dan atribut yang menyertainya. Hasil yang diperoleh dari penelitian adalah saat ini Donatello memposisikan diri sebagai penantang pasar (*market challenger*), dan Edward Forrer sebagai Pemimpin pasar (*market leader*). Donatello mulai orientasikan *targetting* pada wisatawan domestik yang berkunjung ke Bandung. Usulan Strategi yang direkomendasikan bagi Donatello adalah strategi penantang pasar secara agresif selain itu strategi usulan bauran pemasaran.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 . PENDAHULUAN.....	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-1
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penelitian	1-3
BAB 2 . TINJAUAN PUSTAKA	2-1
2.1 Pendefinisian Pemasaran	2-1
2.2 Menganalisis Lingkungan Pemasaran	2-1
2.2.1 Lingkungan Demografi	2-2
2.2.2 Lingkungan Ekonomi	2-2
2.2.3 Lingkungan Alam.....	2-2
2.2.4 Lingkungan Teknologi	2-2
2.2.5 Lingkungan Politik-Hukum.....	2-3
2.2.6 Lingkungan Sosial Budaya.....	2-3
2.2.7 Hasil Tinjauan Pustaka Mengenai Lingkungan Pemasaran.....	2-3
2.3 Menganalisis Pasar Konsumen dan Perilaku Pembeli.....	2-3
2.3.1 Menganalisis Pasar Kosumen.....	2-3

2.3.2 Faktor Utama Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Sepatu	2-4
2.4 Mengidentifikasi Pesaing	2-6
2.4.1 Hasil Tinjauan Pustaka Mengenai Pesaing.....	2-6
2.5 Segmentasi Pasar	2-6
2.5.1 Dasar Segmentasi Pasar Konsumen	2-7
2.5.2 Segmentasi Yang Efektif.....	2-7
2.5.3 Memilih Segmen Pasar.....	2-8
2.6 <i>Positioning</i>	2-8
2.7 Merancang Strategi Bersaing	2-9
2.7.1 Strategi Pemimpin Pasar	2-9
2.7.2 Strategi Penantang Pasar	2-9
2.7.3 Strategi Pengikut Pasar.....	2-11
2.7.4 Strategi Pengisi Celah Pasar.....	2-12
2.8 Diferensiasi.....	2-12
2.8.1 Diferensiasi Produk	2-13
2.8.2 Diferensiasi Pelayanan	2-13
2.8.3 Diferensiasi Personalia	2-13
2.8.4 Diferensiasi Saluran	2-14
2.8.5 Diferensiasi Citra.....	2-14
2.9 Peta Posisi.....	2-14
2.10 Teknik Pengumpulan Data	2-15
2.10.1 Wawancara	2-16
2.10.2 Observasi	2-16
2.10.3 Kuesioner.....	2-16
2.10.4 Hasil Tinjauan Pustaka Mengenai Teknik Pengumpulan Data	2-16
2.11 Populasi dan Sampel	2-17
2.12 Skala Pengukuran	2-18

BAB 3 . METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 Analisis Lingkungan Pemasaran	3-3
3.2 Identifikasi Faktor-faktor Perilaku Pembelian Sepatu	3-3
3.3 Identifikasi Pesaing Sepatu Donatello.....	3-3
3.4 Penentuan Segmentasi Konsumen.....	3-4
3.5 Penyusunan Instrumen Penelitian.....	3-4
3.6 Uji Coba Kuesioner	3-5
3.7 Pengumpulan Data	3-5
3.7.1 Penentuan Populasi, Jumlah Sampel, dan Teknik Sampling.....	3-5
3.8 Pemeriksaan Data	3-6
3.9 Pengolahan Data.....	3-6
3.10 Menganalisis Data dan Usulan	3-7
3.11 Kesimpulan Studi	3-8
3.12 Penulisan Skripsi	3-8
BAB 4 . PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan Donatello	4-2
4.2 Memantau Lingkungan Pemasaran Sepatu	4-5
4.2.1 Data Lingkungan Demografis	4-5
4.2.2 Data Lingkungan Ekonomi	4-6
4.2.3 Data Lingkungan Sosial Budaya	4-7
4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepatu	4-7
4.4 Data Mengenai Situasi Pembelian Sepatu.....	4-8
4.5 Identifikasi Pesaing Sepatu Wanita Donatello	4-9
4.6 Segmentasi Pasar Sepatu Donatello	4-9
4.7 Penyusunan Instrumen Penelitian.....	4-9
4.8 Data Profil Konsumen	4-11
4.9 Penyebaran dan Pengambilan Data Kuesioner.....	4-11

BAB 5 . PENGOLAHAN DAN ANALISA DATA	5-1
5.1 Analisis Lingkungan Pemasaran	5-1
5.1.1 Lingkungan Demografis	5-1
5.1.2 Lingkungan Ekonomi	5-1
5.1.3 Lingkungan Sosial Budaya.....	5-2
5.1.4 Pesaing Utama.....	5-2
5.1.5 Rangkuman Analisis Lingkungan Pemasaran	5-3
5.2 Analisis Faktor Perilaku Konsumen Sepatu Wanita	5-3
5.2.1 Faktor-faktor Perilaku Pembelian Konsumen	5-3
5.2.2 Situasi Pembelian Sepatu Wanita.....	5-4
5.3 Pengolahan Data Profil Konsumen	5-5
5.4 Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> Sepatu Wanita Donatello	5-6
5.4.1 Segmentasi Sepatu Wanita Donatello	5-6
5.4.1.1 Segmentasi Geografis / Wilayah	5-6
5.4.1.2 Segmentasi Demografis.....	5-6
5.4.1.3 Segmentasi Psikografis.....	5-6
5.4.2. Penetapan Target Konsumen.....	5-7
5.4.3. <i>Positioning</i> Sepatu Wanita Donatello	5-7
5.4.3.1. Pengolahan Data <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-8
5.5 Analisis Hasil Pengolahan Data	5-16
5.5.1. Analisis Kuadran Gabungan <i>Rows and Column Scores</i>	5-16
5.6 Analisis Persaingan Donatello dengan Pesaing Berdasarkan Faktor-faktor Prioritas Konsumen dan Peta Posisi.....	5-27
5.7 Analisis Kepentingan Konsumen dalam Membeli Sepatu Terhadap Keunggulan Sepatu Donatello.....	5-34
5.8 Analisis Rekomendasi Strategi Persaingan	5-36
5.9 Analisis Usulan Bauran Pemasaran Sepatu Donatello	5-39

BAB 6 . PENUTUP	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Prosedur <i>Correspondence Analysis</i>	3-7
4.1	Struktur Organisasi “Donatello”	4-2
5.1	Diagram Pareto	5-2
5.2	<i>Row Scores</i>	5-13
5.3	Grafik Posisi Donatello dengan Pesaing	5-14
5.4	Peta Posisi Persaingan	5-14
5.5	Grafik Hubungan Kepentingan dengan Keunggulan Sepatu Donatello	5-35

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Model Perilaku Pembeli	2-4
2.2	Variabel Diferensiasi Produk	2-12
4.1	Jumlah Penduduk Kota Bandung	4-5
4.2	Data Statistik Perekonomian Kota Bandung Periode Tahun 2001-2003	4-6
4.3	Kontribusi Subsektor Terhadap PDRB Sektor Industri Pengolahan	4-6
4.4	Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Membeli Sepatu	4-7
4.5	Data Situasi Pembelian Sepatu	4-8
4.6	Data Persentase Merek-merek Sepatu	4-9
4.7	Data Profil Konsumen	4-11
4.8	Tabel Klarifikasi Data Kuesioner	4-12
5.1	Persentase Profil Konsumen	5-5
5.2	<i>The Table to be analyzed</i>	5-9
5.3	<i>The Rowfiles</i>	5-10
5.4	<i>The Columnprofiles</i>	5-11
5.5	<i>Dimension</i>	5-12
5.6	<i>Row Scores</i>	5-12
5.7	Prioritas Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Sepatu	5-28

<u>Tabel</u>	<u>Judul</u>	<u>Halaman</u>
5.8	Prioritas Faktor-faktor dan Peringkat Masing-masing Merek	5-29
5.9	Tabel Faktor Keunggulan Sepatu Donatello	5-34
5.10	Tabel Faktor Keunggulan Sepatu Edward Forrer	5-34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner Awal
Lampiran B	Kuesioner 1
Lampiran C	Data Mentah
Lampiran D	Pengolahan SPSS