

ABSTRAK

Bisnis telekomunikasi sekarang ini berkembang sangat pesat sehingga persaingan menjadi semakin ketat. Karena itulah perencanaan strategi usaha merupakan hal yang perlu dilakukan dalam bisnis. Suatu perusahaan perlu memiliki kemampuan bersaing dengan perusahaan lain yang sejenis dalam memenuhi keinginan konsumen, dengan memahami permasalahan permasalahan yang terjadi dan mendapatkan solusi. Pada kajian skripsi ini, bidang usaha yang dilakukan adalah bisnis ritel yaitu suatu kegiatan usaha yang menjual barang dalam jumlah kecil atau eceran langsung kepada konsumen.

Toko Lunatic adalah sebuah toko yang bergerak dalam jual beli *handphone*, *voucher* isi ulang, dan *accessories handphone*, yang berada di *BEC (Bandung Electronic Center)* pada lantai UG blok D.15. Permasalahan yang terjadi dalam toko ini adalah tidak stabilnya tingkat penjualan, bahkan terjadi penurunan penjualan, hal ini diduga disebabkan oleh lokasi yang terkait dengan pergantian arah tangga jalan yang berada didekat toko Lunatic yang terjadi setiap bulannya. Karena itu perlu dikaji permasalahan tersebut dengan harapan dapat diketahui hal hal lain yang menjadi penghambat dalam penjualan berdasarkan bauran pemasaran, agar dapat disusun strategi usaha untuk dapat meningkatkan penjualan.

Langkah langkah yang dilakukan adalah menguji pengaruh arah tangga jalan dengan statistik uji t beda rata rata untuk mengetahui apakah benar pergantian arah tangga jalan mempengaruhi penjualan. Dan untuk menentukan faktor faktor lain yang mempengaruhi penjualan berdasarkan bauran pemasaran, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang dibagi menjadi 3 bagian kuesioner yaitu untuk mengetahui karakteristik konsumen, tingkat kepentingan konsumen berdasarkan bauran pemasaran dan keinginan konsumen. Lalu dilakukan Analisis Regresi, Analisis Regresi digunakan untuk menentukan nilai koefisien faktor faktor yang mempengaruhi penjualan berdasarkan Bauran Pemasaran (Tempat, Harga, Produk, Promosi) sehingga diketahui urutan kepentingan dari Tempat, Harga, Produk dan Promosi. Sebelum dilakukan Analisis Regresi terlebih dahulu dilakukan Uji Validitas dan Uji Realibilitas serta Analisisi Faktor untuk menentukan suatu data tersebut bisa digunakan untuk penelitian lebih lanjut dan menganalisis interaksi antar variabel variabel.

Setelah semua data diolah dan diketahui, hasil dari data tersebut dianalisa dan disimpulkan untuk didapatkan suatu formulasi perencanaan strategi usaha dan usulan usulan perbaikan untuk memperbaiki kinerja dari toko Lunatic secara khusus dalam rangka meningkatkan penjualan dan usulan usulan serta saran saran terhadap toko toko yang berada di *BEC (Bandung Electronic Center)* secara umum dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan dan meningkatkan penjualan. Dan kesimpulan yang didapat adalah arah tangga jalan mempengaruhi penjualan dan faktor harga yang paling menentukan penjualan di *BEC (Bandung Electronic Center)*. Dan saran yang

dapat diberikan adalah menjallin kerjasama antara toko toko yang berada pada *BEC* (*Bandung Electronic Center*).

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan Laporan.....	1-5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Usaha dan Perencanaan Usaha.....	2-1
2.1.1 Pengertian Ritel.....	2-3
2.2 Pengertian Strategi.....	2-4
2.2.1 Strategi Ritel.....	2-8
2.3 Pemasaran.....	2-12
2.3.1 Bauran Pemasaran.....	2-17
2.3.1.1 <i>Product</i> (Barang).....	2-18
2.3.1.2 <i>Price</i> (Harga).....	2-19
2.3.1.3 <i>Place</i> (Tempat).....	2-21

2.3.1.4	<i>Promotion</i> (Promosi).....	2-22
2.4	Perilaku Konsumen.....	2-25
2.4.1	Analisis Keinginan Pelanggan.....	2-26
2.5	Analisis Persaingan.....	2-26
2.6	Tata Letak Fasilitas.....	2-28
2.7	Teknik Pengumpulan Data.....	2-29
2.7.1	Macam Macam Skala dan Teknik Membuat Skala.....	2-31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Pendekatan Masalah.....	3-1
3.2	Tahap Tahap Penelitian.....	3-1
3.2.1	Latar Belakang Masalah.....	3-1
3.2.2	Studi Pustaka.....	3-2
3.2.3	Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian.....	3-2
3.2.4	Penentuan Metodologi Penelitian.....	3-2
3.2.5	Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner.....	3-4
3.2.6	Pengumpulan Data dan Pengolahan Data.....	3-4
3.2.7	Uji t Beda Rata Rata.....	3-5
3.2.8	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	3-6
3.2.8.1	Uji Validitas.....	3-6
3.2.8.2	Uji Reliabilitas.....	3-7
3.2.9	Analisis Faktor.....	3-8
3.2.10	Analisis Regresi.....	3-8
3.2.11	Analisa dan Pembahasan.....	3-14
3.2.12	Kesimpulan dan Saran.....	3-14

BAB 4. PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Toko.....	4-1
4.2	Data Penjualan.....	4-1

4.3	Pengumpulan Data Kuesioner.....	4-2
4.3.1	Responden Penelitian.....	4-2
4.3.2	Kuisisioner Bagian 1.....	4-2
4.3.3	Kuisisioner Bagian 2.....	4-7
4.3.4	Kuisisioner Bagian 3.....	4-11

BAB 5. PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1	Pengolahan Data.....	5-1
5.1.1	Pengujian Hipotesis dengan Menggunakan Uji t Beda Rata Rata..	5-1
5.1.2	Pengolahan Data Kuesioner.....	5-4
5.1.2.1	Karakteristik Responden.....	5-5
5.1.2.2	Keinginan Responden.....	5-9
5.1.2.3	Validitas Kuisisioner.....	5-13
5.1.2.4	Reliabilitas Kuisisioner.....	5-15
5.1.2.5	Faktor Analisis.....	5-16
5.1.2.6	Analisis Regresi.....	5-21
5.2	Analisis Data.....	5-26
5.2.1	Analisis Karakteristik Data Responden.....	5-26
5.2.2	Analisis Keinginan Konsumen.....	5-27
5.2.3	Analisis Pengaruh Tangga Jalan Terhadap Penjualan.....	5-29
5.2.4	Strategi Penjualan.....	5-30

BAB 6. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-3
6.2.1	Harga.....	6-2
6.2.2	Tempat.....	6-3
6.2.3	Produk.....	6-3

6.2.4	Promosi.....	6-3
6.2.5	Saran Buat Penelitian.....	6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

Daftar Tabel

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Penjualan Toko Lunatic	1-3
Tabel 4.1	Penjualan Mingguan Toko Lunatic	4-1
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	4-2
Tabel 4.3	Usia Responden	4-3
Tabel 4.4	Pekerjaan Responden	4-3
Tabel 4.5	Pendidikan Responden	4-4
Tabel 4.6	Intensitas ke <i>BEC</i> Responden	4-4
Tabel 4.7	Kecenderungan ke <i>BEC</i>	4-5
Tabel 4.8	Penggunaan HP Responden	4-6
Tabel 4.9	Simcard yang Digunakan Responden	4-6
Tabel 4.10	Sistem HP yang Digunakan Responden	4-7
Tabel 4.11	Variabel Tempat	4-7
Tabel 4.12	Variabel Harga	4-8
Tabel 4.13	Variabel Produk	4-9
Tabel 4.14	Variabel Promosi	4-10
Tabel 4.15	Variabel Tingkat Penjualan	4-11
Tabel 4.16	Toko yang Cenderung Didatangi	4-12
Tabel 4.17	Acuan Membeli HP	4-12
Tabel 4.18	Bersedia Membeli Harga Lebih Dengan Tambahan	4-13
Tabel 4.19	Promosi yang Paling Mempengaruhi	4-13
Tabel 4.20	Bonus yang Paling Diinginkan	4-14
Tabel 4.21	Kecenderungan Membeli HP Baru atau Bekas	4-14
Tabel 4.22	Kecenderungan Membeli Sistem HP	4-14
Tabel 4.23	Kecenderungan Membeli Merk HP	4-15

Tabel 4.24	Kecenderungan Membeli Bentuk HP	4-15
Tabel 4.25	Kecenderungan Membeli HP Dengan Fasilitas	4-16
Tabel 4.26	Kecenderungan Membeli Layar HP	4-16
Tabel 5.1	Hasil Penjualan Mingguan Toko Lunatic	5-1
Tabel 5.2	Uji Validitas Kuisisioner Terhadap Tingkat Penjualan	5-13
Tabel 5.3	Uji Reliabilitas Kuisisioner	5-15
Tabel 5.4	KMO and Bartlet Test	5-16
Tabel 5.5	Communalities	5-17
Tabel 5.6	Matrik Rotasi	5-19
Tabel 5.7	Pengolahan Rotasi Matrix	5-20
Tabel 5.8	Coefficients(a)	5-22
Tabel 5.9	Model Summary	5-22
Tabel 5-10	Correlations	5-23

Daftar Gambar

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	<i>Lay Out</i> Pada Saat Tangga Turun	1-2
Gambar 1.2	<i>Lay Out</i> Pada Saat Tangga Naik	1-2
Gambar 2.1	Bagian Bagian Dari Strategi Ritel	2-11
Gambar 2.2	Konsep Pemasaran	2-13
Gambar 2.3	Langkah Pengambilan Keputusan	2-17
Gambar 3.1	Metodologi Penelitian	3-3
Gambar 3.2	Model Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan	3-9
Gambar 5.1	Nilai Koefisien Regresi Hubungan Struktural Hasil Pengujian	5-26
Gambar 5.2	Usulan Sebelum Perencanaan Strategi	5-31
Gambar 5.3	Usulan Sesudah Perencanaan Strategi	5-32

Daftar Lampiran

Lampiran	Judul	Halaman
1	Bentuk Kuesioner	Lampiran-1
2	Data Print dan <i>SPSS</i> Data Kuesioner	Lampiran-2
3	<i>OutPut SPSS</i> Data Kuesioner	Lampiran-3
4	<i>OutPut SPSS</i> Uji Validitas dan Reliabilitas	Lampiran-4
5	<i>OutPut SPSS</i> Analisis Faktor	Lampiran-5
6	<i>OutPut SPSS</i> Analisis Regresi	Lampiran-6