

## ABSTRAK

Perusahaan Asia Shoes adalah salah satu perusahaan yang memproduksi sepatu di kota Bandung. Pihak manajemen Perusahaan Asia Shoes menyatakan bahwa permasalahan yang kini tengah dialami Perusahaan Asia Shoes adalah kurangnya strategi pemasaran akan produk sepatu “Light Star” (L.S.), karena pangsa pasar masih dinilai kurang (menurut hasil kuesioner pendahuluan pangsa pasar L.S. sebesar 31 persen). Penelitian ini dilakukan untuk membantu perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasar.

Pengumpulan data-data yang dipergunakan dalam penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap manajemen Perusahaan Asia Shoes dan sejumlah konsumen, serta menyebarkan kuesioner kepada konsumen (menggunakan metode *Purposive Sampling*). Kuesioner pendahuluan digunakan untuk mengetahui seberapa besar pangsa pasar produk L.S. (100 responden) di Kota Bandung. Kuesioner penelitian dibagi menjadi dua bagian, kuesioner untuk responden non L.S. (120 responden) dan responden L.S. (120 responden). Kuesioner non L.S. digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kepentingan konsumen untuk membeli sepatu berbahan kanvas. Kuesioner L.S. digunakan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai perbandingan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Perusahaan Asia Shoes.

Dari hasil pengolahan data berdasarkan kuesioner penelitian dari kuesioner non L.S. (responden pengguna sepatu kanvas), didapati faktor yang penting untuk membeli sepatu kanvas. Dari kuesioner L.S. (pengguna sepatu L.S.) diperoleh perbandingan antara kepentingan konsumen dengan tingkat kinerja perusahaan. Hasil tersebut diolah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, sehingga menurut IPA terbagi menjadi empat kuadran. Kuadran yang menurut konsumen penting ada pada kuadran satu dan dua. Atribut yang terdapat di dalamnya adalah model produk, garansi toko, bonus produk, promosi iklan, macam warna produk, harga termurah, promosi selebaran, kualitas produk, ciri produk, persediaan produk, merek produk yang dikenal, karet sepatu yang lentur, garansi pabrik.

Dari kuesioner non L.S. dan kuesioner L.S. dapat diperoleh Segmentasi (pekerja sebagai pelajar dengan keperluan utama untuk sekolah), Target, dan Posisi dari Produk sepatu kanvas L.S. Selanjutnya diusulkan Strategi Pemasaran dengan menggunakan Bauran Pemasaran 4P menurut Mc. Carty. Usulan tersebut diberikan kepada perusahaan, yakni Strategi dalam bidang produk (mis: meningkatkan kualitas produk), Strategi dalam bidang harga (mis: mempertahankan harga termurah), Strategi dalam bidang promosi (mis: melalui iklan), Strategi dalam bidang tempat (mis: mendirikan toko di berbagai pusat perbelanjaan). Usulan ini dapat digunakan sebagai upaya peningkatan pangsa pasar bagi perusahaan Asia Shoes.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1- 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1- 3
1.3 Pembatasan Masalah.....	1- 4
1.4 Perumusan Masalah.....	1- 4
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	1- 5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1- 6
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pengantar.....	2- 1
2.2 Pemasaran.....	2- 1
2.2.1 Definisi Pemasaran.....	2- 2
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	2- 4
2.3 Analisis Persaingan.....	2- 7
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2- 9
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-12
2.5.1 Populasi .....	2-12
2.5.2 Sampel.....	2-12
2.5.3 Teknik Sampling.....	2-13
2.6 Macam-Macam Skala Pengukuran.....	2-15
2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-19
2.7.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-19

2.7.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-21
2.8	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-23
2.9	Pendekatan Umum Terhadap Evaluasi Kinerja di dalam Analisis Kuadran.....	2-25
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>		
3.1	Sistematika Penelitian.....	3- 1
3.2	Uraian Sistematika Penelitian.....	3- 1
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3- 4
3.2.2	Identifikasi Masalah.....	3- 4
3.2.3	Pembatasan Masalah.....	3- 4
3.2.4	Perumusan Masalah.....	3- 5
3.2.5	Tujuan Penelitian.....	3- 5
3.2.6	Studi Pustaka.....	3- 5
3.2.7	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3- 6
3.2.8	Pengujian Validitas Konstruk.....	3- 6
3.2.9	Penentuan Sampel dan Objek Penelitian Kuesioner Pendahuluan..	3- 6
3.2.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3- 7
3.2.11	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3- 8
3.2.11.1	Produk.....	3- 8
3.2.11.2	Harga.....	3- 8
3.2.11.3	Promosi.....	3- 8
3.2.11.4	Tempat.....	3- 9
3.2.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.13	Pengujian Validitas Konstruk.....	3-12
3.2.14	Penentuan Teknik Sampling.....	3-12
3.2.15	Penentuan Ukuran Sampel.....	3-14
3.2.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.2.17	Pengujian Validitas Isi.....	3-15
3.2.18	Pengujian Reliabilitas .....	3-16
3.2.19	Analisis dan Interpretasi Pengolahan Data.....	3-17
3.2.20	Usulan Strategi Pemasaran.....	3-17

3.2.21 Kesimpulan dan Saran.....	3-18
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA</b>	
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4- 1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4- 1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4- 2
4.1.3 Perkembangan Produk Asia Shoes.....	4- 3
4.2 Pengumpulan Data.....	4- 4
4.3 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4- 4
4.4 Pengujian Validitas Konstruk.....	4- 5
4.5 Pengujian Validitas Isi.....	4- 5
4.6 Pengujian Reliabilitas.....	4-11
4.7 Rekapitulasi Data Kuesioner Penelitian.....	4-13
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b>	
5.1 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5- 1
5.1.1 Pengolahan Variabel menggunakan IPA.....	5- 1
5.2 Analisis Pengolahan Data Penelitian.....	5- 5
5.2.1 Analisis Validitas Konstruk Instrumen.....	5- 4
5.2.2 Analisis Reliabilitas Instrumen .....	5- 6
5.2.3 Analisis Hasil Pengolahan Data dengan IPA.....	5- 6
5.2.4 Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	5-10
5.2.4.1 Segmentasi.....	5-10
5.2.4.2 <i>Targeting</i> .....	5-14
5.2.4.3 <i>Positioning</i> .....	5-15
5.3 Usulan Strategi Pemasaran Produk Light Star.....	5-16
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	6- 1
6.1 Kesimpulan.....	6- 1
6.2 Saran.....	6- 4
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	viii
<b>LAMPIRAN.....</b>	ix
<b>KOMENTAR DOSEN PENGUJI.....</b>	x
<b>DATA PENULIS.....</b>	xi

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pendahuluan	1 - 2
3.1	Variabel-Variabel Bauran Pemasaran	3 -10
4.2	<i>Reliability Analysis Scale</i> (Non L.S.)	4 - 7
4.3	<i>Reliability Analysis Scale</i> (L.S.- <i>Importance</i> )	4 - 8
4.4	<i>Reliability Analysis Scale</i> (L.S.- <i>Performance</i> )	4 - 9
4.5	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner Non L.S	4 -10
4.6	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner L.S ( <i>Importance</i> )	4 -11
4.7	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner L.S. ( <i>Performance</i> )	4 -12
4.8	Reliabilitas Non L.S.	4 -13
4.9	Reliabilitas <i>Importance</i> L.S.	4 -13
4.10	Reliabilitas <i>Performance</i> L.S.	4 -13
4.11	Rekapitulasi hasil kuesioner penelitian Non L.S.	4 -14
4.12	Rekapitulasi hasil kuesioner penelitian <i>importance</i> L.S.	4 -15
4.13	Rekapitulasi hasil kuesioner penelitian <i>performance</i> L.S.	4 -16
5.1	Nilai rata-rata <i>performance</i> menurut responden L.S.	5 - 2
5.2	Nilai rata-rata <i>importance</i> menurut responden L.S.	5 - 3
5.3	Gabungan <i>importance</i> dan <i>performance</i> menurut responden L.S.	5 - 4
5.4	Rangkuman posisi atribut dalam kuadran	5 - 7
5.5	Profil segmen pasar konsumen sepatu kanvas Non L.S.	5 -10
5.6	Profil segmen pasar konsumen produk L.S.	5 -12

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Macam-Macam Merek Sepatu Kanvas	1 - 2
2.1	<i>Five Competitive Force</i>	2 - 8
2.2	Posisi Kuadran	2 -24
3.1	Sistematika Penelitian	3 - 1
4.1	Struktur Organisasi Toserba X	4 - 3
5.1	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5 - 5
5.2	Diagram Persentase Responden Non L.S. (Pekerjaan)	5 -11
5.3	Diagram Persentase Responden Non L.S. (Penghasilan)	5 -11
5.4	Diagram Persentase Responden Non L.S. (Kep. Utama)	5 -12
5.5	Diagram Persentase Responden L.S. (Pekerjaan)	5 -13
5.3	Diagram Persentase Responden L.S. (Penghasilan)	5 -13
5.4	Diagram Persentase Responden L.S. (Kep. Utama)	5 -14

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Pendahuluan	L - I
2	Kuesioner Penelitian	L - V
3	Data Kuesioner Penelitian non L.S.	L - X
4	Data Kuesioner Penelitian non L.S.	L – XIV
5	Rekapitulasi Data Demografi Kuesioner Pendahuluan	L - 1
6	Rekapitulasi Data Demografi Kuesioner Penelitian Non L.S	L - 2
7	Rekapitulasi Data Demografi Kuesioner Penelitian L.S	L - 3
8	<i>Reliability Analysis Scale (ALPHA)</i>	L - 4
9	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner Non L.S	L - 7
10	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner L.S ( <i>Importance</i> )	L - 8
11	Rekapitulasi Validitas Isi Kuesioner L.S ( <i>Performance</i> )	L - 9
12	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Menurut Responden Non L.S	L -10
13	Nilai Rata-Rata <i>Importance</i> Menurut Responden L.S	L -11
14	Nilai Rata-Rata <i>Performance</i> Menurut Responden L.S	L -12
15	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> Menurut Responden L.S	L-13
16	Rangkuman Posisi Atribut Dalam Kuadran	L-14
17	Nama-Nama Toko Sepatu di Bandung	L-15