

ABSTRAK

Dago *Bowling Centre* adalah salah satu *bowling centre* yang berlokasi di Jl. Ir.H.Juanda no.3 Bandung, berdiri tanggal 17 Maret 2000. Dago *Bowling* mengalami fluktuasi penjualan game, hal ini terlihat paling jelas dengan penurunan jumlah game yang terjual mulai awal Januari 2003 sampai akhir Desember 2005. Dimana awalnya Dago *Bowling* mampu menjual 10472 *game* per bulan pada bulan Juni 2002, lalu hanya mampu menjual 2943 *game* per bulan pada bulan Februari 2005.

Untuk kembali meningkatkan kembali jumlah penjualan *game*-nya pihak Dago *Bowling* berusaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya agar mampu bersaing dengan kompetitornya. Pihak *bowling centre* perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih *bowling centre*, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap Dago *Bowling* dibandingkan dengan bowling center lainnya, sehingga dapat diketahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing Dago *Bowling Centre*.

Variabel penelitian menggunakan konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) serta bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Metode penelitian yang digunakan adalah *Strength, Weakness, Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) dan *Correspondence Analysis* (CA). Tujuan dari SWOT adalah untuk mengetahui kelebihan, kelemahan, peluang serta ancaman usaha. Tujuan dari CA adalah untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan Dago *Bowling Centre* berdasarkan persepsi konsumen dibandingkan kompetitor utamanya yaitu BSM *Bowling* dan Batununggal *Bowling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan dalam penyebaran kuesioner adalah *Purposive Sampling*. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden yang pernah bermain bowling di Dago *Bowling*, Batununggal *Bowling*, dan BSM *Bowling*.

Dari hasil pengumpulan data dapat diketahui mengenai karakteristik responden (usia konsumen sekitar 25-40 tahun dan sebagian besar berprofesi sebagai wiraswastawan atau pegawai swasta, penghasilan diatas 1 juta per bulan),tingkat kepuasan responden terhadap suatu atribut, dan juga ranking atau peringkat perusahaan berdasarkan atribut yang ditanyakan. Setelah melalui proses pengolahan dan analisis berdasarkan kaitan antara metode SWOT, CA, dan tingkat kepuasan dihasilkan prioritas usulan strategi yang ke-1 yaitu meningkatkan kegiatan promosi, sedangkan untuk proritas usulan strategi pemasaran yang ke-2 dengan metode CA seperti meningkatkan keramahan dan ketanggapan karyawan, memperbaiki kebersihan Dago *Bowling*, menambah jumlah bola *bowling*, serta prioritas usulan strategi ke-3 menggunakan metode SWOT dihasilkan usulan strategi pemasaran seperti melakukan diferensiasi produk, meningkatkan kegiatan promosi, menambah media publikasi, mengoptimalkan kinerja karyawan, pengemasan program-program Dago *Bowling* dengan penawaran berbagai paket dan potongan harga, serta dari dll. Usulan-usulan tersebut diberikan sebagai masukan untuk meningkatkan daya saing Dago *Bowling Centre*.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Barang dan Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian Barang.....	2-1
2.1.2 Lima Tingkatan Produk	2-1
2.1.3 Pengertian Jasa	2-2
2.1.4 Karakteristik Jasa	2-2
2.1.5 Klasifikasi Jasa	2-3
2.2 Kepuasan Pelanggan	2-4
2.3 Jenis Penelitian	2-5
2.4 Metode Pengumpulan Data	2-5
2.5 Sumber Data	2-7
2.6 Populasi dan Sampel	2-7
2.7 Teknik Sampling	2-7
2.8 Ukuran Sampel	2-11
2.9 Data Berskala	2-11

2.10	Tipe Skala Pengukuran	2-13
2.11	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.11.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-15
2.11.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi	2-15
2.11.1.2	Pengujian Validitas Isi	2-16
2.11.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2-16
2.11.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-17
2.12	Pengenalan Program SPSS	2-19
2.13	Bauran Pemasaran	2-21
2.14	<i>Correspondence Analysis</i>	2-25
2.15	Konsep <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-25
2.16	Diferensiasi	2-27
2.17	Konsep <i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat</i>	2-27
2.17.1	Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	2-28
2.17.2	Matriks Faktor Strategi Internal	2-30
2.17.3	Matriks TOWS atau SWOT	2-33
2.18	Strategi Porter	2-34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-1
3.2	Kajian Pustaka	3-2
3.3	Perumusan Masalah	3-2
3.4	Penentuan Tujuan Penelitian	3-2
3.5	Pembatasan Masalah.....	3-5
3.6	Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.7	Pengumpulan Data.....	3-8
3.8.1	Penentuan Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.8.2	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.9	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.10	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.11	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-10
3.11.1	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-10

3.11.2	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.11.3	Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-12
3.12	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.13	Uji Validitas Isi dan Reliabilitas	3-13
3.13.1.	Uji Validitas.....	3-13
3.13.2.	Uji Reliabilitas.....	3-14
3.14	Pengolahan Data.....	3-14
3.14.1	Metode SWOT.....	3-14
3.14.1.1	Wawancara Dengan Manager.....	3-15
3.14.1.2	Penyusunan Matrik Strategi Internal dan Eksternal.....	3-16
3.14.1.3	Penentuan Kelompok Strategi.....	3-16
3.14.1.4	Penyusunan Matrik TOWS atau SWOT.....	3-16
3.14.2	Metode Correspondence Analysis.....	3-16
3.15	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-16
3.16	Usulan	3-17
3.13	Kesimpulan dan Saran.....	3-17
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi	4-1
4.2	Konsep Targeting dan Positioning.....	4-5
4.3	Kuesioner.....	4-6
4.3.1	Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.3.2	Kuesioner Penelitian	4-7
4.4.	Metode SWOT.....	4-9
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data	5-1
5.1.1	Uji Cochran.....	5-1
5.1.2	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5-6
5.1.3	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian.....	5-8
5.2	Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-9

5.3 Pengolahan Data	5-10
5.3.1. Pengolahan Correspondence Analysis	5-10
5.3.2 Pengolahan SWOT.....	5-17
5.3.2.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal	5-17
5.3.2.2 Matriks Faktor Strategi Internal	5-18
5.3.2.3 Matriks TOWS atau SWOT	5-21
5.4 Analisis Hasil Pengolahan Data	5-22
5.4.1 Analisis Profil Responden	5-22
5.5.1 Analisis Hasil Pengolahan Data dengan <i>Correspondence Analysis</i>	5-22
5.5.2 Analisis Keterkaitan Hubungan SWOT dan Tingkat Kepuasan.....	5-35
5.5.3 Analisis Hasil Pengolahan Data Dengan Matrik SWOT.....	5-41
5.5.3.1 Analisis Faktor Strategi Eksternal.....	5-41
5.5.3.2 Analisis Faktor Strategi Internal.....	5-42
5.5.4.1 Analisis Matrik SWOT.....	5-44
5.5.4.2 Analisis Keterkaitan SWOT dengan CA.....	5-45
5.6 Usulan	5-50
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-5
DAFTAR PUSTAKA.....	xiii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Contoh <i>External Strategic Factors Analysis Summary</i>	2-29
2.2	Contoh <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>	2-30
2.3	Tabel Internal-Eksternal Matrik	2-32
2.4	Matriks SWOT	2-34
3.1	Skala Penilaian Kuesioner	3-8
3.2	Contoh Matrik EFAS	3-15
3.3	Contoh Matrik IFAS	3-16
3.4	Matrik SWOT	3-17
4.1	Segmentasi Pasar	4-5
4.2	Hasil Kuesioner Penelitian	4-7
5.1	Hasil Uji <i>Cochran</i>	5-3
5.2	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5-8
5.3	Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-10
5.4	Tabel EFAS	5-8
5.5	Tabel IFAS	5-9
5.6	Matriks SWOT	5-10
5.4	<i>The Table to be Analyzed</i>	5-12
5.5	Row Profiles	5-13
5.6	Column Profiles	5-14
5.7	<i>The Row Scores</i>	5-15
5.8	<i>The Column Scores</i>	5-16
5.9	Tabel EFAS	5-19
5.10	Tabel IFAS	5-19
5.11	Internal Eksternal Matrik	5-20
5.12	Matrik SWOT	5-21
5.13	<i>Row Scores</i>	5-23
5.14	Column Scores	5-23
5.15	Analisis Grafik Gabungan	5-24

5.16	Tabel prioritas I	5-35
5.17	Tabel Prioritas II	5-38
5.18	Tabel Prioritas III	5-39
5.19.	Tabel SWOT	5-45
5.20	Kelebihan dan kekurangan Dago Bowling	5-46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-8
3.1	Sistematika Penelitian	3-2
3.2	Analisis SWOT	3-13
3.3	Sistematika Pengolahan Data SWOT	3-13
4.1	Struktur Organisasi Dago Bowling	4-2
4.2	Diagram Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-8
5.1	Diagram Lingkaran Hasil Pengolahan Profil Konsumen	5-5
5.2	Grafik <i>Row Scores</i>	5-16
5.3	Grafik <i>Column Scores</i>	5-16
5.4	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA-1
A	Kuesioner Penelitian	LA-4
A	Kuesioner Penelitian tingkat kepentingan	LA-5
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	LB-1
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian Dago Bowling	LB-4
B	Data Tabel Kepuasan	LB-6
B	Panduan Wawancara	LB-7
C	Hasil perhitungan Reliabilitas	LC-1
D	Perhitungan Persen (%) Tingkat Kepentingan	LD-1
E	Hasil Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	LE-1
F	Tabel Angka Kritik Nilai r	LF-1
G	Tabel Wilayah Luas Dibawah Kurva Normal	LG-2