

ABSTRAK

Gamenet Digigames adalah salah satu gamenet yang berada di daerah Surya Sumantri Bandung. Digigames berdiri pada tahun 2000. Digigames menghadapi masalah berkurangnya konsumen yang mengunjungi gamenet Digigames, sehingga Digigames mengalami penurunan profit, sejak berdirinya *Wiz Gamencenter* yang berdiri pada awal tahun 2006 sehingga dilakukan penelitian untuk membantu Digigames memecahkan masalah penurunan profit.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang menurut konsumen penting untuk memilih bermain di gamenet, kelemahan dan kelebihan dari Digigames, dan juga untuk mengetahui strategi yang tepat yang harus diambil Digigames agar dapat meningkatkan kemampuan bersaingnya.

Dalam melakukan penelitian ini dikumpulkan data-data dengan cara pengamatan langsung, wawancara dan juga dengan penyebaran kuesioner. Untuk kuesioner awal populasi yang dipakai adalah semua konsumen yang pernah sedikitnya tiga kali memakai jasa dari Warnet dengan penyebaran kuesioner dengan metode *purposive sampling*. Sedangkan pada kuesioner penelitian yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang telah mencoba jasa pesaing Digigames dan Digigames.

Model yang dipakai adalah 7 bauran pemasaran yang terdiri dari produk, place, promotion, people, price, bukti fisik, dan proses. Pengolahan data dengan menggunakan Cochran serta *correspondence analysis* (CA) dengan bantuan program Statistical Program For Social Science (SPSS ver. 10.00). Cochran digunakan untuk mereduksi faktor-faktor yang menurut konsumen tidak penting dalam memilih gamenet. Sedangkan CA digunakan untuk mengetahui peta posisi dari Digigames beserta atribut-atribut. Kemudian setelah diolah, hasil dari CA dimana peringkat pertama yang didapat oleh Digigames merupakan kekuatan dari Digigames Peringkat ketiga merupakan kelemahan yang dipunyai Digigames. Untuk menentukan prioritas untuk melakukan perbaikan dilakukan dengan membandingkan CA dengan kuesioner kepuasan konsumen dengan menggunakan *rating-scale*.

Dari hasil pengolahan menggunakan Cochran, dari 30 atribut yang ada direduksi menjadi hanya 20 atribut saja yang menurut konsumen penting dalam memilih gamenet. Kemudian dari 20 atribut tersebut dicari yang menjadi kelebihan dan kelemahan Digigames, dari kelebihan dan kelemahan tersebut kemudian akan dicari strategi bersaing yang memungkinkan digigames bersaing dengan pesaingnya.

Strategi bersaing yang tepat yang dapat diambil Digigames adalah strategi penantang pasar. Strategi tersebut diambil karena tujuan Digigames adalah merebut kembali konsumen. Adapun strategi-strategi tersebut harus dcondongkan kepada serangan frontal. Strategi-strategi tersebut antara lain : strategi inovasi produk dalam hal ini meningkatkan kualitas hardware yang digunakan, strategi peningkatan pelayanan dengan cara melakukan pelatihan kepada pegawai sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, dan juga strategi pengurangan harga.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
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 – 3
1.4 Perumusan Masalah	1 – 3
1.5 Tujuan Penelitian	1 – 3
1.6 Sistematika Penelitian	1 – 4
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pelanggan	2 – 1
2.2 Analisis Nilai Pelanggan	2 – 2
2.3 Bauran Pemasaran	2 – 3
2.3.1 <i>Product</i> (Produk)	2 – 4
2.3.2 <i>Price</i> (Harga)	2 – 5
2.3.3 <i>Place</i> (Tempat)	2 – 6
2.3.4 <i>Promotion</i> (Promosi)	2 – 6
2.3.5 <i>People</i> (Orang)	2 – 6
2.3.6 <i>Pyysical Evidence</i>	2 – 7
2.3.7 Proses	2 – 7
2.4 Peta Posisi (Perceptual Map)	2 – 7
2.5 Metode Penelitian	2 – 8
2.5.1 Metode Pengumpulan data	2 – 8
2.5.2 Populasi dan Sampel	2 – 10
2.5.3 Skala Pengukuran	2 – 13

2.6	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	2 – 16
2.6.1	Pengujian Validitas	2 – 16
2.6.2	Pengujian Reliabilitas	2 – 17
2.7	Correspondence Analysis (CA)	2 – 19
2.8	Merancang Strategi Bersaing	2 – 21
2.8.1	Strategi Pemimpin Pasar	2 – 21
2.8.2	Strategi Penantang Pasar	2 – 23
2.8.3	Strategi Pengikut Pasar	2 – 26
2.8.4	Strategi Pengisi Celah Pasar	2 – 26
2.10	<i>Cochran Q Test</i>	2 – 28

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Pencarian Perusahaan	3 – 4
3.2	Studi Literatur	3 – 4
3.3	Penelitian Pendahuluan	3 – 4
3.4	Identifikasi Masalah	3 – 4
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3 – 5
3.6	Perumusan Masalah	3 – 5
3.7	Penentuan Tujuan Penelitian	3 – 5
3.8	Penentuan Model Penelitian dan variabel penelitian	3 – 6
3.9	Validasi Konstruksi	3 – 9
3.10	Penyusunan Kuesioner Awal	3 – 9
3.11	Penentuan Sampel Kuesioner	3 – 10
3.12	Penentuan Obyek Kuesioner	3 – 10
3.13	Pengumpulan Kuesioner Awal	3 – 10
3.14	Penyaringan Variabel Kuesioner Awal	3 – 10
3.15	Penyusunan Kuesioner Penelitian lanjutan	3 – 11
3.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.17	Pengujian Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.18	Pengolahan Data	3 – 13
3.19	Analisis	3 – 13

3.20 Kesimpulan Dan Saran	3 – 13
---------------------------	--------

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4 – 1
4.2 Sejarah Umum Perusahaan	4 – 1
4.3 Data Penelitian	4 – 1
4.2.1 Pengumpulan Data Awal	4 – 1
4.2.2 Pengumpulan Data Kuesioner Awal	4 – 2
4.2.3 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4 – 4

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Data Awal	5 – 1
5.2 Data Kuesioner Awal	5 – 1
5.3 Pengolahan Data	5 – 3
5.3.1 Pengolahan Validitas Data Dengan Uji Cochran	5 – 3
5.3.2 Pengolahan Data Dengan Correspondence Analysis	5 – 23
5.3.3 Pengujian Kepuasan Konsumen	5 – 31
5.4 Analisis	5 – 32
5.4.1 Analisis Metoda Cochran	5 – 32
5.4.2 Analisis Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian	5 – 32
5.4.3 Analisis Kuadran Pada Grafik <i>Row Scores</i>	5 – 33
5.4.4 Analisis Kuadran Pada Grafik <i>Column Scores</i>	5 – 34
5.4.5 Analisis Kuadran Pada Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5 – 35
5.4.6 Analisis Persepsi Persaingan Digigames dengan Pesaing Utamanya pada Peta Posisi	5 – 37
5.4.7 Analisis Hubungan Antara CA dan Kepuasan Konsumen	5 - 39
5.4.8 Analisis dan Usulan strategi bersaing berdasarkan Peta Posisi	5 – 42

BAB 6 PENUTUP

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5-1	Tabel Pengujian Cohran ke 1	5 - 4
5-2	Tabel Pengujian Cohran ke 2	5 - 8
5-3	Tabel Pengujian Cohran ke 3	5 - 11
5-4	Tabel Pengujian Cohran ke 4	5 - 14
5-5	Tabel Pengujian Cohran ke 5	5 - 17
5-6	Tabel Pengujian Cohran ke 6	5 - 19
5-7	<i>Tabel to be analyzed</i>	5 - 23
5-8	<i>Tabel Rowprofiles</i>	5 - 24
5-9	<i>Tabel Columnprofiles</i>	5 - 24
5-10	<i>Tabel Dimension</i>	5 - 25
5-11	<i>Tabel Rowscores</i>	5 - 26
5-12	Tabel Kuadran	5 - 27
5-13	Tabel Pengujian Kepuasan Konsumen	5 - 31
5-14	Tabel Pengujian Reliabilitas	5 – 33
5-15	Tabel Peringkat antara Digigames dan Pesaingnya	5 – 35
5-16	Tabel Prioritas Penanganan	5 -38

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Penentuan Nilai yang Diberikan Ke Pelanggan	2 - 2
2.2	Teknik Sampling	2- 11
2.3	Struktur Pasar Hipotesa	2- 22
2.4	Strategi Pertahanan	2- 23
2.5	Strategi Penyerangan	2 -25
3.1	Langkah-langkah Penelitian	3 - 1
5.1	Row Scores	5 -27
5.2	Column Scores	5 -28
5.3	Row and Column Scores	5 -29

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	JUDUL	HALAMAN
1	Kuesioner Pendahuluan	L1
2	Kuesioner Penelitian	L3
3	Pengumpulan Data Kuesioner Awal	L6
4	Pengujian Data Kuesioner Awal	L7
5	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	L8
6	Pengujian Data Kuesioner Penelitian	L15
7	Kuesioner untuk Kepuasan Konsumen	L17
8	Tabel Nilai Chi Kuadrat	L18