

ABSTRAK

Rumah Makan Ampera didirikan oleh H. Tatang pada tahun 1975. Rumah Makan Ampera adalah rumah makan khas Sunda. Sejak berdiri sampai saat ini, cabang Rumah Makan Ampera sudah berjumlah lebih dari 30 cabang. Salah satunya adalah di Jl. Balong Gede No. 79 Kompleks Pertokoan ITC yang berdiri pada tahun 1990. Sejak tahun 1997, diketahui bahwa setiap bulannya omset penjualan Rumah Makan Ampera menurun hingga $\pm 30\%$, sehingga target pendapatan yang telah ditetapkan per bulannya tidak tercapai.

Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan teori *Segmentation Targetting, Positioning* (STP). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, penyebaran kuesioner pendahuluan, dan kuesioner penelitian. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian adalah teknik *Purposive Sampling*. Data hasil kuesioner pendahuluan menunjukkan bahwa rumah makan khas Sunda yang menjadi pesaing utama Rumah Makan Ampera adalah Rumah Makan Ibu Imas yang berlokasi tepat di seberang Rumah Makan Ampera dan Rumah Makan M. Udju yang lokasinya masih di daerah Kompleks Pertokoan ITC Kebon Kelapa. Setelah atribut-atribut pada kuesioner pendahuluan disaring menggunakan metode Statistika Deskriptif perhitungan persentase, disusun kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner penelitian diberikan kepada responden yang pernah mengunjungi ketiga rumah makan khas Sunda tersebut.

Data kuesioner penelitian awal sebanyak 30 buah yang diperoleh, diuji validitas dan reliabilitasnya terlebih dahulu. Dari kuesioner penelitian bagian kedua mengenai tingkat performansi Rumah Makan Ampera, dilakukan Pengujian Statistika Deskriptif dengan menghitung rata-rata tingkat kepuasan. Hasil yang didapatkan adalah bahwa pelanggan sudah puas terhadap performansi Rumah Makan Ampera. *Correspondence Analysis* (CA) menghasilkan peringkat dari setiap variabel penelitian, sehingga Rumah Makan Ampera dapat mengetahui posisi setiap variabelnya dibandingkan Rumah Makan Ibu Imas dan Rumah Makan M. Udju. Metode *Importance Performance Analysis* IPA digunakan untuk mengelompokkan setiap atribut Rumah Makan Ampera dalam 4 kuadran.

Mayoritas pelanggan Rumah Makan Ampera adalah karyawan dan wirawasta pria yang berusia 20–30 tahun. Usulan yang diberikan kepada Rumah Makan Ampera agar dapat bersaing dibagi menjadi 8 prioritas, didapat dari hasil pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) dan metode *Importance Performance Analysis* (IPA). Usulan yang diberikan adalah memberikan slogan Ampera Rumah Makan Harga Rakyat. Usulan perbaikan lainnya adalah: melengkapi menu dengan harga yang jelas, meningkatkan motivasi karyawan dengan program karyawan terbaik setiap bulan, memperbaiki wastafel yang rusak, menambah fasilitas kipas angin, memperbaiki tata letak meja rumah makan, diadakannya paket hemat yang sedikit mengurangi harga, adanya diskon untuk mahasiswa dan karyawan, dan sebagainya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-5

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Pelanggan	2-1
2.1.1 Nilai Pelanggan.....	2-1
2.2 Analisis Nilai Pelanggan.....	2-2
2.3 Pemasaran	2-3
2.3.1 Definisi Pemasaran	2-3
2.3.2 Bauran Pemasaran.....	2-4
2.4 Merancang Strategi Bersaing.....	2-9
2.4.1 Strategi Pemimpin Pasar	2-9

2.4.2 Strategi Penatang Pasar	2-10
2.4.3 Strategi Pengikut Pasar	2-12
2.4.3 Strategi Pengisi Celah Pasar	2-13
2.5 Segmentasi	2-14
2.6 Segmentasi Pasar dalam Manajemen Pemasaran.....	2-15
2.7 <i>Targeting</i>	2-16
2.8 <i>Positioning</i>	2-18
2.9 Perilaku dalam Demografi	2-19
2.10 Teknik Pengumpulan Data	2-21
2.11 Skala Pengukuran.....	2-25
2.12 Populasi dan Sampel	2-27
2.12.1 Populasi.....	2-27
2.12.2 Sampel.....	2-27
2.13 Penentuan Ukuran Sampel	2-27
2.14 Teknik Sampling	2-28
2.15 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-30
2.15.1 Validitas Instrumen.....	2-31
2.15.2 Reliabilitas Instrumen	2-32
2.16 Pengujian Hipotesis Rata-rata	2-34
2.17 <i>Importance Perfomance Analysis</i>	2-36
2.18 Peta Posisi (<i>Correspondence Analysis</i>)	2-37

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pencarian Perusahaan	3-4
3.2 Studi Pustaka.....	3-4
3.3 Penelitia Pendahuluan.....	3-4
3.4 Penentuan Topik	3-4
3.5 Identifikasi Masalah.....	3-5

3.6	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.7	Perumusan Masalah	3-6
3.8	Penentuan Tujuan Penelitian	3-6
3.9	Penentuan Variabel Penelitian	3-6
3.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.11	Validasi Konstruksi.....	3-11
3.12	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan dan Teknik Sampling.....	3-11
3.13	Penentuan Objek Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.15	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.16	Penyaringan Data Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.17	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.18	Penentuan Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.19	Penentuan Objek Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.20	Penyebaran Kuesioner Penelitian Awal (30 buah)	3-14
3.21	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian(30 buah)	3-14
3.22	Pengujian Validitas dan Reabilitas Data Kuesioner Penelitian Awal....	3-15
3.23	Penyebaran Kuesioner Penelitian Awal (30 buah)	3-15
3.24	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian(30 buah)	3-15
3.25	Pengolahan Data	3-16
3.26	Analisis.....	3-17
3.27	Kesimpulan dan Saran	3-17

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.2	Data Kuesioner Pendahuluan	4-2

4.3	Data Pesaing.....	4-3
4.4	Profil Responden (Kuesioner Bagian Pertama)	4-3
4.5	Peringkat (Kuesioner Bagian Kedua)	4-6
4.6	Tingkat Kepentingan dan Kepuasan (Kuesioner Bagian Kedua)	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data	5-1
5.1.1	Atribut Penelitian	5-1
5.1.2	Pengujian Validitas Konstruks.	5-3
5.1.3	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan Awal Terhadap 30 Respoden	5-3
5.1.3.1	Analisis setiap atribut yang dihilangkan (karena dianggap tidak penting menurut responden dari kuesioner pendahuluan).....	5-5
5.1.4	Atribut Penelitian Setelah Penyaringan.....	5-8
5.1.5	Uji Validitas Eksternal Kuesioner Penelitian Awal Terhadap 30 Konsumen	5-9
5.1.4.1	Uji Validitas Harapan Kosumen	5-10
5.1.4.2	Uji Validitas Performansi Ampera	5-11
5.1.6	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian Awal Terhadap 30 Responden	5-12
5.1.7	Uji Reliabilitas Harapan Responden	5-12
5.1.8	Uji Reliabilitas Performansi Ampera.....	5-13
5.1.9	Pengolahan Data Uji Hipotesis Rata-rata	5-13
5.1.10	Pengolahan Data Tingkat Kepentingan dan Perfomansi Ampera <i>Importance Performance Analysis</i>)	5-16
5.1.11	Peringkat	5-21

5.2	Analisis.....	5-27
5.2.1	Analisis Kepuasan Konsumen	5-27
5.2.2	Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	5-27
5.2.3	Analisis CA	5-30
5.2.4	Analisis Penentuan Target Prioritas Perbaikan.....	5-32
5.2.5	Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-37
5.3	Usulan	5-38
5.3.1	Usulan Berdasarkan CA dan IPA	5-39
5.3.2.1	Usulan Kelompok 1 (semua atribut peringkat ke-3 pada peta posisi)	5-39
5.3.2.2	Usulan Kelompok 2 (semua atribut peringkat ke-2 pada peta posisi)	5-41
5.3.2.3	Usulan Kelompok 3 (semua atribut peringkat ke-1 pada peta posisi)	5-48
5.3.2	Rekapitulasi Usulan Berdasarkan 7P.....	5-51

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.1.1	Atribut-atribut yang Dipentingkan Konsumen dalam Memilih Rumah Maka Khas Sunda	6-1
6.1.2	Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Maka Ampera	6-2
6.1.3	Strategi Pemasaran Rumah Makan Ampera yang Tepat untuk dapat Meningkatkan Kemampuan Bersaing.....	6-2
6.2	Saran.....	6-8

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN
DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Kelas Sosial dan Penghasilan di Kota Metropolitan	2-21
3.2	Kisi-kisi Instrumen	3-10
3.1	Hubungan CA dan IPA 4 untuk Prioritas	3-21
4.1	Data Metah Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Data Pemilihan Rumah Makan Khas Sunda Sebagai Pesaing	4-3
4.3	Jenis Kelamin	4-3
4.4	Usia	4-3
4.5	Pekerjaan	4-4
4.6	Penghasilan Per Bulan Bagi yang Telah Bekerja	4-4
4.7	Penghasilan Per Bulan Bagi yang Belum Bekerja	4-4
4.8	Frekuensi Datang ke Rumah Makan Ampera selama 1 Bulan	4-4
4.9	Jumlah Uang yang Dikeluarkan	4-5
4.10	Mengetahui Rumah Makan Ampera Jalan Pungkur No. 79	4-5
4.11	Jumlah Peringkat Ketiga Rumah Makan	4-6
4.12	Data Mentah Total Bobot Tingkat Kepentingan	4-8
4.13	Data Mentah Total Bobot Tingkat Performansi	4-9
5.1	Variabel Penelitian	5-2
5.2.	Penyaringan Atribut	5-4
5.3	Atribut Penelitian Setelah Penyaringan	5-8
5.4	Uji Validitas Harapan Terhadap 30 Responden	5-10
5.5	Uji Validitas Performansi Ampera (Terhadap 30 Konsumen)	5-11
5.6	Uji Realibilitas Tingkat Kepentingan	5-12
5.7	Uji Realibilitas Performansi Rumah Makan Ampera	5-13
5.8	Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Ampera	5-15
5.9	Rata-rata Bobot Tingkat Kepentingan	5-16
5.10	Rata-rata Bobot Tingkat Performansi	5-17

5.11	Nilai Rata-rata Kepentingan dan Performansi	5-18
5.11	Nilai Rata-rata Kepentingan dan Performansi (Lanjutan)	5-19
5.12	Prioritas Perbaikan Kinerja Menggunakan Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi (IPA)	5-20
5.13	Nilai Bobot dari Setiap RUMah Makan khas Sunda	5-21
5.14	Peringkat dari Rumah Makan khas Sunda Untuk Setiap Atribut	5-26
5.15	Keunggulan Setiap Rumah Makan Khas Sunda	5-30
5.16	Tabel Peringkat Setiap Variabel Rumah Makan	5-31
5.17	Tabel Prioritas Perbaikan untuk Setiap Atribut	5-36
5.18	Tabel Rekapitulasi Usulan Berdasarkan 7P	5-51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Struktur Pasar Hipotesis	2 - 15
2.2	Teknik Sampling	2 - 28
2.3	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	2 - 37
3.1	Langkah-langkah Penelitian	3-1
3.1	Langkah-langkah Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	Langkah-langkah Penelitian (Lanjutan)	3-3
5.1	Uji Hipotesis Rata-rata	5-14
5.2	Diagram IPA 4 Kuadran	5-19
5.3	Hasil dari Pengolahan <i>Corespondence Analysis</i>	5-22
5.4	Daerah Arah Vektor Positif dan Negatif	5-23
5.5	Tata Letak Rumah Makan Ampera Saat Ini	5-42
5.6	Tata Letak Rumah Makan Ampera Usulan	5-43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1.2	Kuesioner Penelitian	L1-2
2.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2.2	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L2-2
3.1	Olah Data SPSS Validitas	L3-1
3.2	Olah Data SPSS Reliabilitas	L3-2
4.1	Olah Data Correspondence Analysis	L4-1
5.1	Validasi Konstruk	L5-1
6.1	Tabel Chi Square	L7-1