

ABSTRAK

RM Lomie Lian Hoa adalah salah satu RM Lomie yang terkenal di Bandung, terletak di Jl Astana Anyar 101 yang berdiri sejak tahun 1970. Masalah yang dihadapi saat ini adalah adanya fluktuasi penjualan yang cenderung menurun dimana RM Lian Hoa hanya mampu menjual kurang lebih 40-50 mangkuk lomie per harinya pada hari Senin-Jumat, dan 70-100 mangkuk lomie per hari di hari Sabtu-Minggu. Sebelum kondisi seperti ini terjadi RM Lian Hoa mampu menjual kurang lebih 70-120 mangkuk lomie per harinya pada hari Senin-Jumat, dan 150-250 mangkuk lomie per hari di hari Sabtu-Minggu. Menurut RM Lian Hoa, terjadinya penurunan penjualan sejak tahun 2003 ini karena adanya kompetitor yang sama-sama bergerak dalam usaha RM Lomie sehingga RM Lian Hoa kalah bersaing dengan beberapa RM Lomie lainnya di kota Bandung.

RM Lian Hoa perlu mengetahui faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih RM Lomie, persepsi konsumen terhadap RM Lian Hoa dibandingkan dengan pesaing utamanya dan juga mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap RM Lian Hoa serta *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari RM Lian Hoa sehingga dapat diketahui upaya perbaikan apa yang dapat dilakukan RM Lian Hoa. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan didapat pesaing utama dari RM Lian Hoa ini adalah RM Lomie 61 yang berada di Jl Kalipah Apo dan RM Lomie Karuhun yang berada di Jl Pasirkaliki.

Penentuan variabel penelitian menggunakan konsep bauran pemasaran 7P. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden yang pernah mengkonsumsi lomie di ke-3 RM. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis tingkat kepuasan konsumen untuk mengetahui seberapa puas konsumen terhadap atribut yang dinilai, CA untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan setiap RM berdasarkan persepsi konsumen serta menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari RM Lian Hoa.

Adapun usulan perbaikan yang menjadi prioritas utama untuk RM Lian Hoa adalah menambah jenis minuman yang tersedia, menurunkan harga penjualan, meningkatkan promosi melalui media cetak, memperhatikan kebersihan *toilet*, dan menambah jumlah meja dan kursi yang ada. Hal ini dikarenakan berdasarkan tingkat kepuasan konsumen, konsumen merasa tidak puas dan juga kelima atribut ini merupakan kekurangan RM Lian Hoa. Sedangkan usulan perbaikan yang menjadi prioritas kedua adalah menambah jenis makanan yang tersedia, memperhatikan kebersihan makanan, menyediakan tempat parkir khusus pengunjung, memperhatikan kebersihan dari RM, mengefektifkan penggunaan *wastafel*, memperhatikan kebersihan dari *wastafel*, memperhatikan ketersediaan kelengkapan meja makan, memperhatikan ketersediaan makanan pelengkap dan memperhatikan ketepatan dalam perhitungan total biaya yang harus dibayar oleh konsumen. Hal ini dikarenakan walaupun berdasarkan tingkat kepuasan konsumen, konsumen merasa puas, namun berdasarkan persepsi konsumen atribut-atribut ini merupakan kekurangan dari RM Lian Hoa.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Produk.....	2-1
2.2 Lima Tingkatan Produk.....	2-1
2.3 Klasifikasi Produk.....	2-2
2.4 Klasifikasi Jasa.....	2-3
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	2-4
2.6 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	2-4
2.7 Bauran Pemasaran.....	2-5
2.8 Proses Penelitian Survei.....	2-9
2.9 Sumber Data.....	2-10
2.10 Metode Pengumpulan Data.....	2-10
2.11 Populasi dan Sampel.....	2-12
2.12 Teknik Sampling.....	2-12

2.13 Ukuran Sampel.....	2-15
2.14 Data Berskala	2-16
2.15 Tipe Skala Pengukuran.....	2-17
2.16 Kriteria Instrumen yang Baik.....	2-18
2.17 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-19
2.18 Pengujian Validitas Instrumen	2-20
2.18.1 Pengujian Validitas Internal.....	2-20
2.18.1.1 Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-20
2.18.1.2 Pengujian Validitas Isi	2-21
2.18.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-22
2.19 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.20 Prosedur Cochran Q Test	2-23
2.21 <i>Correspondence Analysis</i>	2-25
2.22 Konsep <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-25
2.23 Diferensiasi.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian.....	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.3 Kajian Pustaka.	3-3
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-4
3.6 Penentuan Tujuan Penelitian	3-4
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-5
3.8 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.9 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.12 Wawancara dan Observasi.....	3-9
3.13 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.14 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.15 Uji Validitas Konstruksi	3-12

3.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.17	Uji Validitas	3-12
3.18	Uji Reliabilitas	3-13
3.19	Pengolahan Data	3-14
3.20	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-15
3.21	Usulan	3-16
3.22	Kesimpulan dan Saran	3-16
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.2	Kuesioner	4-1
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.2.2	Kuesioner Penelitian	4-4
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data dan Analisis	5-1
5.1.1	Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner	
	Pendahuluan	5-1
5.1.1.1	Uji Cochran Q Test	5-1
5.1.1.2	Data Pesaing.....	5-15
5.1.2	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner	
	Penelitian.....	5-16
5.1.2.1	Pengujian Validitas Konstruksi.....	5-16
5.1.2.2	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	5-16
5.1.3	Pengolahan Data dan Analisis Kuesioner	
	Penelitian.....	5-18
5.1.3.1	Pengolahan Tingkat Kepuasan Konsumen	5-18
5.1.3.2	Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	5-22
5.1.3.3	Pengolahan <i>Segmentation, Targeting, dan</i>	
	<i>Positioning</i>	5-31
5.2	Analisis Keseluruhan	5-37
5.3	Usulan	5-39

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-10
DAFTAR PUSTAKA	xvii
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xviii
DATA PENULIS	xix

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Ringkasan Data Pesaing	4-3
4.3	Jenis Kelamin Responden Keseluruhan	4-5
4.4	Usia Responden Keseluruhan	4-5
4.5	Pekerjaan Responden Keseluruhan	4-6
4.6	Uang Saku Responden Keseluruhan	4-6
4.7	Penghasilan Responden Keseluruhan	4-6
4.8	Lokasi Tempat Tinggal Responden Keseluruhan	4-7
4.9	Perolehan Informasi Responden Mengenai Rumah Makan Lomie Lian Hoa Keseluruhan	4-7
4.10	Rumah Makan Lomie Yang Lebih Sering Dikunjungi Responden Keseluruhan	4-7
4.11	Jenis Kelamin Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-7
4.12	Usia Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-8
4.13	Pekerjaan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-8
4.14	Uang Saku Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-8
4.15	Penghasilan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-9
4.16	Lokasi Tempat Tinggal Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-9
4.17	Perolehan Informasi Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Lian Hoa Mengenai	

Tabel	Judul	Halaman
	Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-9
4.18	Rumah Makan Lomie Yang Lebih Sering Dikunjungi Responden Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-9
4.19	Jenis Kelamin Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-10
4.20	Usia Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-10
4.21	Pekerjaan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-10
4.22	Uang Saku Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-11
4.23	Penghasilan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-11
4.24	Lokasi Tempat Tinggal Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61	4-11
4.25	Perolehan Informasi Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie 61 Mengenai Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-11
4.26	Rumah Makan Lomie Yang Lebih Sering Dikunjungi Responden Rumah Makan Lomie 61	4-12
4.27	Jenis Kelamin Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun	4-12
4.28	Usia Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun	4-12
4.29	Pekerjaan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun	4-13
4.30	Uang Saku Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun	4-13
4.31	Penghasilan Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi	

Tabel	Judul	Halaman
	Rumah Makan Lomie Karuhun	4-13
4.32	Lokasi Tempat Tinggal Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun	4-14
4.33	Perolehan Informasi Responden Yang Lebih Sering Mengunjungi Rumah Makan Lomie Karuhun Mengenai Rumah Makan Lomie Lian Hoa	4-14
4.34	Rumah Makan Lomie Yang Lebih Sering Dikunjungi Responden Rumah Makan Lomie Karuhun	4-14
4.35	Ringkasan Pengumpulan Data Peringkat Rumah Makan Lomie Kuesioner Penelitian	4-15
4.36	Ringkasan Pengumpulan Data Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lomie Lian Hoa Kuesioner Penelitian	4-16
5.1	Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen	5-18
5.2	Contoh Perhitungan Tingkat Kepuasan Konsumen	5-19
5.3	Kelebihan Rumah Makan Lomie 61	5-24
5.4	Kelebihan Rumah Makan Lomie Karuhun	5-25
5.5	Kelebihan Dan Kekurangan Rumah Makan Lomie Lian Hoa	5-25
5.6	Jenis Kelamin Target Konsumen	5-33
5.7	Usia Target Konsumen	5-33
5.8	Pekerjaan Target Konsumen	5-33
5.9	Uang Saku Target Konsumen	5-33
5.10	Penghasilan Target Konsumen	5-34
5.11	Lokasi Tempat Tinggal Target Konsumen	5-34
5.12	Perolehan Informasi Target Konsumen Mengenai Rumah Makan Lomie Lian Hoa	5-34
5.13	Rumah Makan Lomie Yang Lebih Sering Dikunjungi Target Konsumen	5-34
6.1	Tingkat Kepuasan Konsumen	6-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Grafik <i>Chi Square</i>	2-24
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Grafik <i>Chi Square</i>	3-9
5.1	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian I	5-2
5.2	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian II	5-4
5.3	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian III	5-6
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian IV	5-8
5.5	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian V	5-10
5.6	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian VI	5-12
5.7	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian VII	5-14
5.8	Range Tingkat Kepuasan Konsumen	5-19
5.9	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1	Kuesioner Penelitian	L1-2
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian I	L2-2
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian II	L2-3
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian III	L2-4
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian IV	L2-5
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian V	L2-6
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian VI	L2-7
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian VII	L2-8
2	Data Mentah Peringkat Rumah Makan Lomie Lian Hoa	L2-9
2	Data Mentah Peringkat Rumah Makan Lomie 61	L2-12
2	Data Mentah Peringkat Rumah Makan Lomie Karuhun	L2-15
2	Data Mentah Tingkat Kepuasan Konsumen Rumah Makan Lomie Lian Hoa	L2-18
3	Hasil Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	L3-1
4	Tabel Nilai <i>Chi Square</i>	L4-1
4	Tabel Nilai Wilayah Luas Di Bawah Kurva Normal	L4-2
4	Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	L4-4

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Nama Mahasiswa : Hendrik Adiputra
NRP : 0323005
Judul Tugas Akhir : Analisis Persaingan Rumah Makan Lomie (Studi Kasus di Rumah Makan Lomie Lian Hoa Jl. Astana Anyar 101, Bandung)

Komentar-komentar Dosen Penguji :

1. Latar Belakang Masalah : Sebaiknya jangan ditulis Lomie Lian Hoa mengalami kerugian melainkan penurunan penghasilan.
2. Identifikasi Masalah : Sebaiknya ditulis STP belum pernah dilakukan.
3. Sebaiknya data profil responden untuk konsumen yang lebih sering mengunjungi rumah makan Lomie 61 dan Lomie Karuhun juga dianalisis untuk melihat apakah profil responden untuk di ketiga rumah makan sama atau berbeda.
4. Sebaiknya dilaporkan data jumlah kusioner yang disebarkan di masing-masing tempat.
5. Seharusnya digali mengenai variabel kenyamanan sehingga dapat diusulkan bagaimana cara meningkatkan kenyamanan.
6. Seharusnya dijelaskan alasan penentuan prioritas usulan.
7. Jelaskan keterkaitan CA & tingkat kepuasan konsumen kemudian dihubungkan dengan STP.

DATA PENULIS

Nama : Hendrik Adiputra
Alamat di Bandung : Taman Lingkar Selatan no. G - 6, Bandung
Alamat Asal : -
No. Telp Bandung : (022) 6009262
No. Telp Asal : -
No. Handphone : 08562195658/(022) 91918850
Alamat *e-mail* : hendrik_ap_8585@yahoo.com
Pendidikan : SMUK Bina Bakti 2, Bandung
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha
Nilai Tugas Akhir : A
Tanggal USTA : 13 Agustus 2007