

ABSTRAK

PD.SAHABAT memulai usahanya pada tahun 1996, menjual barang-barang berupa spre, selimut, dan *bed cover*. Sekitar tahun 2002 akhir, PD.SAHABAT menjual pakaian batik pria. Seiring jalannya waktu, pemilik toko merasakan adanya penurunan hasil penjualan. Oleh karena itu, dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor kepuasan pelanggan dan strategi pemasaran berdasarkan *Segmentation, Targeting, Positioning*, dan metode *Importance Performance Analysis*.

Pengambilan data penelitian dilakukan dengan kuesioner, yang variabel penelitiannya menggunakan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP). Penyebaran kuesioner dilakukan dalam 2 tahap, yang terdiri dari penyebaran kuesioner pendahuluan dan penyebaran kuesioner penelitian. Untuk tahap pertama (penyebaran kuesioner pendahuluan), digunakan teknik sampling aksidental. Atribut yang ditanyakan berupa faktor-faktor yang dianggap penting pada saat berbelanja dan profil pelanggan. Untuk atribut faktor-faktor yang dianggap penting, akan diolah menggunakan metode *Cochran Q Test*. Untuk profil pelanggan, data diolah dalam bentuk persentase. Kuesioner pendahuluan ini akan disebar di PD.SAHABAT sebanyak 30 buah dan di toko lain sebanyak 15 buah.

Untuk tahap kedua (penyebaran kuesioner penelitian), digunakan teknik sampling random (acak). Atribut yang ditanyakan adalah faktor-faktor yang dipentingkan dan dipuaskan serta profil pelanggan. Metode pengolahan yang digunakan adalah *Importance Performance Analysis*, yang bertujuan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan berdasarkan faktor-faktor kepuasan pelanggan. Untuk profil pelanggan, data diolah dalam bentuk persentase. Kuesioner penelitian ini akan disebar di PD.SAHABAT sebanyak 125 buah.

Dari *Importance Performance Analysis*, diketahui bahwa kuadran A merupakan kuadran yang menjadi prioritas pertama dalam perbaikan dan kuadran B merupakan kuadran yang menjadi prioritas perbaikan kedua. Atribut yang berada di kuadran dengan prioritas perbaikan pertama adalah jaminan kualitas pakaian (tidak menciut), tersedianya pakaian batik dengan aneka kualitas bahan, harga bersaing, kesopanan dan kejujuran karyawan, serta kenyamanan pelanggan. Atribut-atribut yang berada di kuadran prioritas perbaikan kedua adalah jaminan kualitas pakaian (tidak luntur), menjual pakaian batik pria, adanya potongan harga, dan kecepatan karyawan.

Dari pengolahan profil pelanggan (baik kuesioner pendahuluan dan penelitian), akan diperoleh *segmentation, targeting, dan positioning*. Hasil *positioningnya* adalah menempatkan PD.SAHABAT sebagai toko pakaian batik yang selalu mengedepankan kenyamanan pelanggan saat berbelanja ditoko. Usulan strategi pemasaran yaitu menjual pakaian batik dengan variasi kualitas bahan, motif, harga yang terjangkau, menjual pakaian batik wanita, menyebarkan brosur-brosur di beberapa tempat, dan terus membina karyawannya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Metode Pengumpulan Data.....	2-1
2.2 Klasifikasi Data.....	2-3
2.3 Variabel Penelitian.....	2-5
2.4 Tipe Skala Pengukuran.....	2-5
2.5 Skala Pengukuran.....	2-7
2.6 Populasi.....	2-8
2.7 Sampel	2-9
2.8 Teknik Sampling	2-10
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-13
2.9.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-14
2.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-15
2.10 Definisi Kebutuhan, Keinginan dan Permintaan	2-17
2.11 Jasa	2-18
2.12 Karakteristik Jasa.....	2-19

2.13	Kualitas Pelayanan	2-19
2.14	Pengertian Kepuasan	2-21
2.15	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-21
2.15.1	<i>Segmentation</i>	2-21
2.15.2	<i>Targeting</i>	2-21
2.15.3	<i>Positioning</i>	2-22
2.16	<i>Cochran Q Test</i>	2-22
2.17	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan	2-25
2.18	Konsep Pemasaran.....	2-27
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Penelitian Pendahuluan	3-2
3.2	Studi Literatur	3-3
3.3	Identifikasi Masalah.....	3-3
3.4	Pembatasan Masalah	3-4
3.5	Perumusan Masalah	3-4
3.6	Tujuan Penelitian	3-5
3.7	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.8	Validitas Konstruksi.....	3-5
3.9	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.11	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.11.1	Kuesioner Pendahuluan Bagian 1.....	3-6
3.11.2	Kuesioner Pendahuluan Bagian 2 dan 3.....	3-6
3.12	Identifikasi dan Penyusunan Variabel Penelitian.	3-7
3.13	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-9
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.15	Uji Validitas Eksternal.....	3-10
3.16	Uji Reliabilitas	3-11
3.17	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.17.1	Kuesioner Pendahuluan Bagian 1 dan 2.....	3-11
3.17.2	Kuesioner Pendahuluan Bagian 3.....	3-12

3.18 Analisis Data.....	3-12
3.19 Usulan.....	3-12
3.20 Kesimpulan dan Saran.....	3-13
BAB 4 PENGUMPULAN	
4.1 Data Umum Perusahaan (Toko).....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Toko.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.2 Validitas Konstruksi.....	4-2
4.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.4 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-7
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian.....	5-12
5.3 <i>Importance-Performance Analysis</i>	5-19
5.3.1 Perhitungan Tingkat Kesesuaian.....	5-19
5.3.2 Perhitungan Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan.....	5-20
5.3.3 Analisis Diagram Kartesius.....	5-22
5.4 Analisis Profil Pelanggan Antara PD.SAHABAT Dengan Toko Pakaian Batik Lainnya	5-24
5.5 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-29
5.6 Usulan.....	5-32
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Perkembangan Konsep-Konsep Pemasaran	2-29
3.1	Atribut Kuesioner Penelitian Bagian 3	3-9
4.1	Atribut Kuesioner Pendahuluan Bagian 1	4-3
4.2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Pekerjaan	4-4
4.3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Tingkat Penghasilan	4-5
4.4	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Tempat Tinggal	4-5
4.5	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Persepsi Pakaian Batik	4-5
4.6	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Status Pelanggan	4-6
4.7	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Kedatangan	4-6
4.8	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Mengetahui Toko	4-6
4.9	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Pembelian	4-6
4.10	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Tujuan Pembelian	4-7
4.11	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan-Alasan Membeli di Toko	4-7
4.12	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Pekerjaan	4-8
4.13	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Penghasilan	4-8
4.14	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tempat Tinggal	4-9
4.15	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Persepsi Pakaian Batik	4-9
4.16	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Status Pelanggan	4-9
4.17	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Kedatangan	4-9
4.18	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Mengetahui Toko	4-9
4.19	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Pembelian	4-10
4.20	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tujuan Pembelian	4-10
4.21	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Alasan Membeli di Toko	4-10
5.1	Atribut yang Tidak Dibuang	5-4
5.2	Atribut yang Dibuang	5-5
5.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Pekerjaan	5-6

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.4	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Tingkat Penghasilan	5-7
5.5	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Tempat Tinggal	5-7
5.6	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Persepsi Pakaian Batik	5-8
5.7	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Status Pelanggan	5-9
5.8	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Kedatangan	5-9
5.9	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Mengetahui Toko	5-10
5.10	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Pembelian	5-10
5.11	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Tujuan Pembelian	5-11
5.12	Hasil Kuesioner Pendahuluan-Alasan Membeli di Toko	5-11
5.13	Hasil Kuesioner Penelitian-Pekerjaan	5-12
5.14	Hasil Kuesioner Penelitian-Tingkat Penghasilan	5-13
5.15	Hasil Kuesioner Penelitian-Tempat Tinggal	5-13
5.16	Hasil Kuesioner Penelitian-Persepsi Pakaian Batik	5-14
5.17	Hasil Kuesioner Penelitian-Status Pelanggan	5-14
5.18	Hasil Kuesioner Penelitian-Kedatangan	5-15
5.19	Hasil Kuesioner Penelitian-Mengetahui Toko	5-15
5.20	Hasil Kuesioner Penelitian-Pembelian	5-15
5.21	Hasil Kuesioner Penelitian-Tujuan Pembelian	5-16
5.22	Hasil Kuesioner Penelitian-Alasan Membeli di Toko	5-16
5.23	Tingkat Kesesuaian Untuk Tiap Atribut	5-19
5.24	Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Tingkat Kepuasan dan Penilaian Tingkat Kepentingan pada Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PD.SAHABAT	5-20
5.25	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain-Pekerjaan	5-25
5.26	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain-Tingkat Penghasilan	5-25
5.27	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain-Tempat Tinggal	5-26

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.28	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain-Persepsi Pakaian Batik	5-26
5.29	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain- Status Pelanggan	5-27
5.30	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain-Kedatangan	5-27
5.31	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain- Mengetahui Toko	5-27
5.32	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain- Pembelian	5-28
5.33	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain- Tujuan Pembelian	5-28
5.34	Perbandingan PD.SAHABAT dan Toko Lain- Alasan Membeli di Toko	5-29

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-10
2.2	Grafik Pengujian	2-25
2.3	Diagram Kartesius	2-27
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi PD.SAHABAT	4-2
5.1	Grafik Pengujian 1	5-2
5.2	Grafik Pengujian 14	5-4
5.3	Diagram Kartesius dari Atribut-Atribut yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PD.SAHABAT	5-22

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruksi	L1-1
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-4
1	Kuesioner Penelitian	L1-8
2	Tabel Chi Square	L2-1
2	Cochran Q Test	L2-2
2	Tabel Wilayah Luas Di Bawah Kurva Normal	L2-21
3	Tabel Bilangan Acak	L3-1
3	Perhitungan Teknik Sampling Random	L3-2
4	Kuesioner Penelitian-Tingkat Kepuasan	L4-1
4	Kuesioner Penelitian-Tingkat Kepentingan	L4-5
5	Tabel Nilai-Nilai R Product Moment	L5-1
5	Pembagian Kelas Sosial	L5-2

DAFTAR PUSTAKA

1. Kasali, Rhenald; “*Membidik Pasar Indonesia Segmentasi, Targeting, Positioning*”, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2001.
2. Kotler, P.; “*Manajemen Pemasaran*”, edisi 10, PT Intan Sejati Klaten, Jakarta, 2004.
3. Margono, S.; “*Metodologi Penelitian Pendidikan*”, PT RINEKA CIPTA, Jakarta, 2003.
4. Muis, R.; “*Diktat Kuliah Analisis Data Statistik*”, Bandung, 2004.
5. Santoso, S., dan Fandy Tjiptono.; “*Riset Pemasaran: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*”, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, 2001.
6. Sugiyono; “*Metode Penelitian Administrasi*”, CV. Alfabeta, Bandung, 1998.
7. Supranto, J.; “*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*”, PT RINEKA CIPTA, Jakarta, 2001.
8. Sitalaksana, Iftikar Z, Ruhana Anggawisastra, dan John H. Tjakraatmadja; “*Teknik Tata Cara Kerja*”, ITB, Bandung, 1979.
9. Walpole, R. E.; “*Pengantar Statistika*”, Edisi 3, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1995.

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Nama Mahasiswa : Lusiana
NRP : 0323029
Judul Tugas Akhir : Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Pakaian Batik dan Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan *Segmentation, Targeting, Positioning* dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus: PD. SAHABAT, di Otto Iskandardinata, Pasar Baru Trade Center, Bandung)

Komentar-Komentar Dosen Penguji :

1. Analisis kuadran sebaiknya tidak didefinisikan (A-D), lebih baik menggunakan prioritas perbaikan I, II, III, dan IV.
2. Abstrak: cek penulisan kalimat supaya lebih dimengerti, pelanggan atau responden.
3. Targeting:
 - a. Ibu rumah tangga. Perlu dijelaskan apakah ini hanya satu-satunya pekerjaan yang menjadi target?
 - b. Eceran dan grosir. Dampaknya terhadap usulan?
4. Perhatikan kembali targeting dan usulan IPA.

DATA PENULIS

Nama : Lusiana
Alamat : Suryani Indah No.1 Bandung
No Telp. : (022) 6013596
No. Handphone : 08122166837
Pendidikan : TK Pelita II, Jakarta Barat
SD Pelita II, Jakarta Barat
SDK Bina Bakti 2, Bandung
SLTPK 2 Bina Bakti, Bandung
SMUK 2 Bina Bakti, Bandung
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha
Nilai Tugas Akhir : A
Tanggal USTA : 5 Februari 2008