

## ABSTRAK

Nasi Bancakan adalah rumah makan khas Sunda yang berdiri pada Oktober 2007 dan terletak di Jl Trunojoyo 62 Bandung. Nasi Bancakan memiliki masalah jumlah konsumen yang datang masih kurang dan target penjualan yang direncanakan belum tercapai.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertingkan oleh konsumen dalam memilih rumah makan khas Sunda, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Nasi Bancakan, dan strategi pemasaran yang tepat bagi Nasi Bancakan.

Pengumpulan data dengan cara pengamatan langsung (observasi) dan wawancara. Dalam pembuatan variabel penelitian, mengacu kepada bauran pemasaran yang terdiri dari 7P yaitu *Product, Price, Place, People, Promotion, Process* dan *Physical Evidence*. Untuk kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian, teknik sampling yang digunakan adalah teknik aksidental. Untuk kuesioner pendahuluan dilakukan penyebaran di rumah makan Ampera Lingkar Selatan. Sampel yang dibagikan sebanyak 40 buah. Sedangkan untuk kuesioner penelitian disebarakan kepada konsumen yang berada di Nasi Bancakan sebanyak 120 buah.

Kemudian atribut pertanyaan diolah dengan metode *Cochran Q Test* yaitu untuk mereduksi faktor-faktor yang menurut konsumen tidak penting dalam memilih rumah makan khas Sunda. Metode lain yang digunakan dalam pengolahan data adalah *Importance Performance Analysis* (IPA). Tujuan dari IPA adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dengan berdasar kepada tingkat kepentingan dan penilaian tingkat kepuasan konsumen. Untuk membuat strategi pemasarannya, menggunakan konsep STP (*Segmentation, Targetting, Positioning*) sehingga dapat diketahui segmentasi, *targetting* dan *positioning* Nasi Bancakan agar dapat dilakukan usulan strategi pemasarannya. Dalam pengolahan data ini juga dibantu oleh *software* komputer *Statistical Program For Social Science* (SPSS ver. 11.5).

Hasil dari metode *Cochran Q Test* didapatkan 36 atribut yang dianggap penting oleh konsumen sedangkan 14 atribut tereduksi. Hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) didapat 1 atribut yang berada di kuadran A yang perlu perbaikan lebih dahulu yaitu dalam hal kecepatan penyajian makanan. Pada kuadran B terdapat 17 atribut yang sudah baik. Untuk STP, data segmentasi didapat dari profil responden, *targetting* didapat dari persentase tertinggi dari profil responden. Sedangkan untuk *positioning*, Nasi Bancakan merupakan rumah makan pengganti makan di rumah, dimana konsumen dapat mengambil nasi dan beberapa jenis masakan dengan sepuasnya karena tetap yang dihitung satu porsi. Strategi pemasaran yang mengacu pada 7P, yaitu dari segi *Product* mengatur cara penyajian makanan agar lebih cepat karena konsumen memiliki waktu terbatas; *Price*, memberikan diskon pada jam tertentu; *Place*, mengatur reklame yang menunjukkan kejelasan lokasi; *Promotion*, membagikan brosur ke kantor-kantor/perusahaan; *People*, karyawan difokuskan untuk jam makan siang; *Physical Evidence*, mengurangi tempat lesehan, mengatur tempat parkir; *Process*, mengatur kecepatan penyajian makanan, cara pembayaran dan pemilihan makanan.

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 – 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1 – 2
1.4 Perumusan Masalah.....	1 – 2
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	1 – 3
1.6 Sistematika Penelitian.....	1 – 3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Metode Pengumpulan Data.....	2 – 1
2.2 Populasi dan Sampel.....	2 – 4
2.2.1 Populasi .....	2 – 4
2.2.2 Sampel.....	2 – 4
2.3 Teknik Sampling.....	2 – 6
2.3.1 <i>Probability Sampling</i> .....	2 – 6
2.3.2 <i>Non Probability Sampling</i> .....	2 – 7
2.4 Klasifikasi Data.....	2 – 8
2.5 Variabel Penelitian.....	2 – 9
2.6 Tipe Skala Pengukuran.....	2 – 10
2.7 Skala Pengukuran.....	2 – 12
2.8 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	2 – 13
2.8.1 Pengujian Validitas.....	2 – 13
2.8.2 Pengujian Reliabilitas.....	2 – 15
2.9 Jasa.....	2 – 17

2.10	Karakteristik Jasa.....	2 – 18
2.11	Kualitas Jasa.....	2 – 19
2.12	Dimensi Kualitas Jasa.....	2 – 20
2.13	Konsep Kualitas Jasa.....	2 – 21
2.14	Kepuasan.....	2 – 22
2.15	<i>Segmentation</i> .....	2 – 22
2.16	<i>Targetting</i> .....	2 – 22
2.17	<i>Positioning</i> .....	2 – 23
2.18	<i>Cochran Q Test</i> .....	2 – 23
2.19	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/ Kepuasan Pelanggan.....	2 – 20

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Pencarian Perusahaan.....	3 – 4
3.2	Studi Pustaka.....	3 – 4
3.3	Penelitian Pendahuluan.....	3 – 4
3.4	Penentuan Topik Penelitian.....	3 – 4
3.5	Identifikasi Masalah.....	3 – 5
3.6	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3 – 5
3.7	Perumusan Masalah.....	3 – 5
3.8	Tujuan Penelitian.....	3 – 6
3.9	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3 – 6
3.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 8
3.11	Validasi Konstruksi.....	3 – 8
3.12	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.13	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.14	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 9
3.15	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan .....	3 – 9
3.16	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 – 10
3.17	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3 – 10
3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 – 11

3.19 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian.....	3 – 11
3.20 Uji Validitas .....	3 – 11
3.21 Uji Reliabilitas.....	3 – 12
3.22 Pengolahan Data.....	3 – 13
3.23 Analisis Data dan Usulan.....	3 – 13
3.24 Kesimpulan dan Saran.....	3 – 14

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 – 1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 – 1
4.2 Kuesioner Pendahuluan.....	4 – 2
4.2.1 Hasil Kuesioner Pendahuluan .....	4 – 2
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4 – 3
4.3.2 Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 .....	4 – 3
4.3.3 Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 .....	4 – 10

#### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1 Pengolahan Data .....	5 – 1
5.1.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5 – 1
5.1.2 Kuesioner Penelitian.....	5 – 23
5.1.2.1 Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	5 – 23
5.1.2.2 Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Tingkat Kepentingan).....	5 – 32
5.1.2.2.1 Uji Validitas.....	5 – 32
5.1.2.2.2 Uji Reliabilitas .....	5 – 33
5.1.2.3 Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Tingkat Kepuasan).....	5 – 34
5.1.2.3.1 Uji Validitas.....	5 – 34
5.1.2.3.2 Uji Reliabilitas.....	5 – 36
5.1.3 Tingkat Kesesuaian.....	5 – 36
5.1.4 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	5 – 38
5.1.4.1 Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> .....	5 – 38
5.1.4.2 Diagram Kartesius.....	5 – 40

5.1.5 Analisis STP.....	5 – 43
5.1.5.1 Segmentasi.....	5 – 43
5.1.5.2 Targetting.....	5 – 45
5.1.5.3 Positioning.....	5 – 46
5.2 Usulan.....	5 – 46
5.2.1 Strategi Pemasaran.....	5 – 46

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan.....	6 – 1
6.2 Saran.....	6 – 4

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **KOMENTAR DOSEN PENGUJI**

## **DATA PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 – 2
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4 – 3
4.2	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-1	4 – 4
4.3	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-2	4 – 4
4.4	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-3	4 – 4
4.5	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-4	4 – 5
4.6	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-5	4 – 5
4.7	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-6	4 – 5
4.8	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-7	4 – 6
4.9	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-8	4 – 6
4.10	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-9	4 – 6
4.11	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-10	4 – 7
4.12	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-11	4 – 7
4.13	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-12	4 – 7
4.14	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-13	4 – 8
4.15	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-14	4 – 8
4.16	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-15	4 – 8
4.17	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-16	4 – 9
4.18	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-17	4 – 9
4.19	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-18	4 – 9
4.20	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepentingan	4 – 10
4.20	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	4 – 10
4.21	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepuasan	4 – 10
4.21	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepuasan (Lanjutan)	4 – 10

	Kepuasan (Lanjutan)	
5.1	Tabel Perhitungan Cochran Pengujian XI	5 – 19
5.2	Tabel Perhitungan Cochran Pengujian XI	5 – 20
5.3	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-1	5 – 23
5.4	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-2	5 – 23
5.5	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-3	5 – 24
5.6	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-4	5 – 24
5.7	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-5	5 – 25
5.8	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-6	5 – 25
5.9	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-7	5 – 26
5.10	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-8	5 – 26
5.11	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-9	5 – 27
5.12	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-10	5 – 27
5.13	Hasil Persentase Kuesioner Penelitian Bagian 1 Atribut ke-11	5 – 28
5.14	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-12	5 – 28
5.15	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-13	5 – 29
5.16	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-14	5 – 29
5.17	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-15	5 – 30
5.18	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-16	5 – 30
5.19	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-17	5 – 31
5.20	Hasil Kuesioner Persentase Penelitian Bagian 1 Atribut ke-18	5 – 31
5.21	Tingkat Kesesuaian Tiap Atribut	5 – 37
5.21	Tingkat Kesesuaian Tiap Atribut (Lanjutan)	5 – 38
5.22	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i>	5 – 39
5.22	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i> (Lanjutan)	5 – 40
6.1	Faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen memilih rumah makan khas Sunda	6 – 1

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Teknik Sampling	2 – 6
2.2	Diagram Kartesius	2 – 26
3.1	Diagram Alir Penelitian	3 – 1
3.1	Diagram Alir Penelitian (Lanjutan)	3 – 2
3.1	Diagram Alir Penelitian (Lanjutan)	3 – 3
5.1	Diagram Kartesius	5 – 41



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Pendahuluan	L1
1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	L1
1	Kuesioner Penelitian Bagian 2	L1
1	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	L1
1	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kepuasan	L1
2	Tabel Chi Square	L2 – 1
2	Tabel R Product Moment	L2 – 2
2	Tabel Normal	L2 – 3
2	Form Validasi Construct	