

ABSTRAK

Rumah Makan Padang Mira Sari sudah berdiri di Bandung sejak tahun 2000, terletak di jl Sari Wangi Sarijadi 11, Bandung. Masalah yang dihadapi oleh RM Padang Mira Sari saat ini adalah terjadinya penurunan omset sejak awal tahun 2007. Omset yang diperoleh biasanya berkisar Rp 1.500.000,00 sampai Rp 2.000.000,00 per hari untuk hari Senin sampai Sabtu namun hanya diperoleh sekitar Rp 1.000.000,00 sampai Rp 1.500.000,00. Untuk hari Minggu dan hari libur lainnya biasa diperoleh Rp 2.000.000,00 sampai Rp 2.500.000,00 namun pada kenyataannya diperoleh hanya sekitar Rp 1.500.000,00 sampai Rp 2.000.000,00.

Pihak RM Padang Mira Sari perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih masakan Padang, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap RM Padang Mira Sari dibandingkan dengan pesaing utamanya, selain itu juga untuk mengetahui *segmentation*, *targeting* dan *positioning* sehingga dapat diperoleh beberapa usulan perbaikan untuk RM Padang Mira Sari.

Kuesioner pendahuluan disebarakan sebanyak 30 buah kepada responden yang sudah pernah mencoba masakan Padang. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan maka didapat pesaing utama dari RM Padang Mira Sari ini adalah Rumah Makan Padang Siang Malam yang berada di seberang RM Padang Mira Sari, selain itu juga diperoleh faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih RM Padang.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan kuesioner. Variabel penelitian menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Kuesioner penelitian disebarakan sebanyak 125 buah, Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, dimana penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang pernah mengkonsumsi masakan Padang di RM Padang Mira Sari dan RM Padang Siang Malam.

Metode penelitian yang digunakan adalah *Correspondence Analysis* (CA) yang bertujuan untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan masing-masing rumah makan berdasarkan persepsi konsumen dan juga analisis *Cluster* untuk mengetahui karakteristik konsumen di RM Padang Mira Sari. Dari hasil penelitian, konsumen dibagi menjadi 4 cluster. Jumlah anggota cluster yang terbanyak dan terbanyak kedua terdapat pada cluster 1 dan cluster 3. Jenis kelamin terbanyak adalah pria (56.80%), Usia konsumen terbanyak berada diatas 45 tahun (36.80%), memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta (30.40%) dan pegawai swasta (33.60%), dan bertempat tinggal di daerah Bandung Utara (62.40%).

Usulan untuk RM Padang Mira Sari diperoleh dari perbandingan metode *Correspondence Analysis* (CA) dengan *cluster*. Adapun usulan prioritas utama yang diberikan kepada RM Padang Mira Sari adalah penambahan ukuran porsi makanana atau penurunan harga, meningkatkan ketanggapan dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen, penambahan jumlah meja dan kursi, selalu memperhatikan kelengkapan peralatan makan seperti: sendok, garpu, tissue dan tusuk gigi dan adanya penurunan order standar untuk *delivery service*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	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 Proses Penelitian Survei.....	2-1
2.2 Metode Pengumpulan Data.....	2-2
2.3 Prosedur Uji <i>Cohran Q Test</i>	2-2
2.4 Populasi dan Sampel	2-3

2.5 Teknik Sampling.....	2-4
2.6 Ukuran Sampel	2-6
2.7 Tipe Skala Pengukuran	2-7
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-8
2.9 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-9
2.10 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-10
2.11 Bauran Pemasaran	2-11
2.12 <i>Correspondence Analysis</i>	2-15
2.13 Peta Posisi.....	2-16
2.14 Analisis <i>Cluster</i>	2-17
2.14.1 <i>K-Means Cluster</i>	2-17
2.14.2 <i>Hierarchical Cluster</i>	2-18
2.15 Konsep <i>Segmenting, Targetting</i> dan <i>Positioning</i>	2-18

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian.	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan	3-5
3.3 Kajian Pustaka.	3-5
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Penentuan Tujuan Penelitian	3-6
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.8 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.9 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.10 Uji Validitas Konstruksi	3-8

3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.13 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-9
3.14 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-9
3.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.16 Uji Validitas.....	3-11
3.17 Uji Reliabilitas.....	3-11
3.18 Pengolahan Data.....	3-12
3.19 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-12
3.20 Usulan.....	3-13
3.21 Kesimpulan dan Saran.....	3-13

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-2
4.2 Kuesioner	4-3
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1 Uji Cochran Q <i>Test</i>	5-1
5.1.2 Pengolahan Kuesioner Penelitian dengan Uji <i>Cochran</i>	5-11

5.1.3	Data Pesaing.....	5-11
5.2	Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-12
5.3	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5-14
5.3.1	Data Tingkat Kepentingan	5-14
5.3.2	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-15
5.3.3	Metode <i>Cluster</i>	5-18
5.4	Usulan	5-36

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Konsep 7P dan Atributnya	3-7
4.1	Ringkasan hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2	Ringkasan Data Pesaing	4-5
4.3	Kuesioner Penelitian untuk peringkat dan kepentingan	4-7
4.4	Jenis Kelamin Responden Keseluruhan	4-7
4.5	Usia Responden Keseluruhan	4-7
4.6	Pekerjaan Responden pada <i>cluster</i> terpilih	4-8
4.7	Uang Saku Responden pada <i>cluster</i> terpilih	4-8
4.8	Penghasilan Responden pada <i>cluster</i> terpilih	4-8
4.9	Tempat Tinggal Responden pada <i>cluster</i> terpilih	4-8
4.10	RM Padang Yang Sering Dikunjungi pada <i>cluster</i> terpilih	4-8
5.1	Pengolahan Kuesioner Penelitian dengan Uji <i>Cochran</i>	5-11
5.2	Perhitungan Tingkat Kepentingan tiap Atribut	5-14
5.3	Contoh Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-14
5.4	Data Peringkat Tiap Atribut	5-15
5.5	Jarak Masing-Masing atribut	5-17
5.6	Final <i>Cluster centers</i> untuk $k = 3$	5-19
5.7	<i>ANOVA</i> untuk $k = 3$	5-20
5.8	<i>Number of Cases in each Cluster</i> untuk $k = 3$	5-20
5.9	Final <i>Cluster centers</i> untuk $k = 4$	5-21
5.10	<i>ANOVA</i> untuk $k = 4$	5-22
5.11	<i>Number of Cases in each Cluster</i> untuk $k = 4$	5-22
5.12	Final <i>Cluster centers</i> untuk $k = 5$	5-23

5.13	<i>ANOVA</i> untuk $k = 5$	5-24
5.14	<i>Number of Cases in each Cluster</i> untuk $k = 5$	5-24
5.15	Final <i>Cluster centers</i> untuk $k = 6$	5-25
5.16	<i>ANOVA</i> untuk $k = 6$	5-26
5.17	<i>Number of Cases in each Cluster</i> untuk $k = 6$	5-26
5.18	Final <i>Cluster centers</i> untuk $k = 7$	5-27
5.19	<i>ANOVA</i> untuk $k = 7$	5-28
5.20	Tabel Pengelompokan Atribut	5-29
5.21	Tabel contoh perhitungan <i>ANOVA</i>	5-31
5.22	<i>Number of Cases in each Cluster</i> untuk $k = 7$	5-32
5.23	Jenis Kelamin pada <i>cluster</i> terpilih	5-33
5.24	Usia Responden pada <i>cluster</i> terpilih	5-34
5.25	Pekerjaan Responden pada <i>cluster</i> terpilih	5-34
5.26	Uang Saku Responden pada <i>cluster</i> terpilih	5-34
5.27	Penghasilan Responden pada <i>cluster</i> terpilih	5-34
5.28	Tempat Tinggal Responden pada <i>cluster</i> terpilih	5-35
5.29	RM Padang Yang Sering Dikunjungi pada <i>cluster</i> terpilih	5-35
6.1	Atribut dan Tingkat Kepentingan	6-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Grafik Chi Square	2-3
2.2	Teknik Sampling	2-4
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi RM Padang Mira Sari Bandung	4-2
4.2	Peta lokasi RM Padang Mira Sari dan pesaingnya	4-6
5.1	Grafik Chi Square Pengujian I	5-2
5.2	Grafik Chi Square Pengujian II	5-4
5.3	Grafik Chi Square Pengujian III	5-6
5.4	Grafik Chi Square Pengujian IV	5-8
5.5	Grafik Chi Square Pengujian V	5-10
5.6	Grafik Row and Column Scores	5-16
5.7	Grafik uji f untuk ANOVA pada atribut 1	5-31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	L1-1
1	Tabel Nilai <i>Chi Square</i>	L1-2
2	Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-2
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian I	L3-1
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian II	L3-2
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian III	L3-3
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian IV	L3-4
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Pengujian V	L3-5
3	Data Tingkat Kepentingan Kuesioner Penelitian	L3-6
3	Data Peringkat RM Padang Mira Sari	L3-7
3	Data Peringkat RM Padang Siang Malam	L3-8
	Uji Validitas Eksternal	

DATA PENULIS

Nama : Felix Mego
Alamat di Bandung : jl. Babakan jeruk 1 no.51
Alamat asal : jl. Kampung Sebelah 3 no.1C, Padang
HandPhone : 0817627260
Alamat *e-mail* : felixmego@yahoo.com
Pendidikan : SMU Don Bosco
Jurusan Teknik Industri Universitas Maranatha
Nilai Tugas Akhir : A
Tanggal USTA : 15 Agustus 2008

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Komentar dosen penguji ini diperoleh dari hasil sidang akhir penulis pada tanggal 15 Agustus 2008, adapun komentar-komentarnya adalah sebagai berikut :

1. Usulan tidak menunjukkan target yang terpilih, yaitu : pria yang berusia 26-35 tahun dan diatas 45 tahun, harap ditinjau kembali.
2. Saran bisa ditambahkan
3. Untuk usulan pada abstrak, tolong di berikan sedikit penjelasan.