

## ABSTRAK

Toko Harum adalah salah satu toko yang menjual bahan-bahan dan perlengkapan pembuatan kue. Toko Harum berada di jalan Kalipah Apo no. 46 Bandung. Masalah yang dihadapi Toko Harum adalah tidak terpenuhinya target omset penjualan. Rata-rata omset penjualan yang dicapai setiap harinya pada bulan Maret 2007 hingga Mei 2007 adalah 15 juta rupiah, sedangkan target yang ingin dicapai oleh pihak Toko Harum adalah 25 juta rupiah.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko yang menjual bahan-bahan dan perlengkapan pembuatan kue, persaingan yang terjadi antara Toko Harum dengan Toko Matahari sebagai pesaing utamanya, dan strategi atau upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan omset penjualan. Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuisisioner ditujukan pada responden yang pernah berbelanja di Toko Harum dan juga toko pesaing utamanya, yaitu Toko Matahari. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner adalah dengan *Purposive Sampling*.

Metode pemecahan masalah yang digunakan adalah metode *Correspondence Analysis (CA)*, dan *Strength, Weakness, Opportunities, dan Threat (SWOT)*. Variabel penelitian yang digunakan pada metode CA adalah menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Sedangkan untuk metode SWOT digunakan konsep bauran pemasaran 7P dan juga konsep *Competitive Strategy*.

Dari hasil penelitian dengan menggunakan metode CA, diketahui variabel apa saja yang menjadi keunggulan Toko Harum dibandingkan dengan Toko Matahari dan juga sebaliknya, sehingga dapat diketahui variabel-variabel yang perlu diperbaiki ataupun yang harus dipertahankan oleh pihak Toko Harum. Sedangkan berdasarkan dengan metode SWOT, diketahui bahwa strategi yang digunakan mengacu pada strategi korporat yaitu *Growth* dan *Stability*. Setelah diketahui strategi korporat maka dapat dibuat strategi SO, ST, WO, dan WT. Kemudian usulan yang diberikan dibagi menjadi 4 prioritas. Prioritas pertama berdasarkan metode SWOT, CA dan tingkat kepuasan konsumen. Usulan yang diberikan adalah memperlengkap produk yang ditawarkan, memasang papan nama yang jelas, meningkatkan kecepatan menyediakan barang, dan memberikan jasa layanan antar. Prioritas kedua adalah berdasarkan kekurangan CA dan ketidakpuasan. Usulan yang diberikan adalah memperhatikan stock barang di gudang, menjaga hubungan dengan *supplier*, memajang contoh produk yang lebih banyak, meningkatkan kualitas pengantaran barang ke kendaraan, memiliki seorang karyawan khusus kasir, dan memberikan *discount* untuk pembelian dalam jumlah tertentu bagi semua konsumen. Prioritas ketiga adalah berdasarkan keunggulan dari CA dan kepuasan, usulan yang diberikan: mempertahankan setiap atribut tersebut agar konsumen merasa puas. Prioritas keempat adalah berdasarkan metode SWOT. Usulan yang diberikan adalah menjadi agen suatu produk, melakukan pendekatan kepada konsumen, memperbaiki sistem *inventory control*, memisahkan keuangan yang digunakan untuk keperluan pribadi dengan untuk keperluan toko, serta memberlakukan sistem member bagi konsumennya.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	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 .....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Produk dan Jasa	
2.1.1. Pengertian Produk .....	2-1
2.1.2. Pengertian Jasa .....	2-2
2.1.3. Klasifikasi Jasa .....	2-2
2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	2-5
2.3. Populasi dan Sampel	
2.3.1. Populasi .....	2-6
2.3.2. Sampel .....	2-6
2.3.3. Teknik Penentuan Sampel .....	2-6
2.3.4. Ukuran Sampel .....	2-9
2.4. Tipe Skala Pengukuran.....	2-9
2.5. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-10

2.5.1. Pengujian Validitas Instrumen .....	2-11
2.5.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-12
2.6. Bauran Pemasaran .....	2-13
2.7. Konsep SWOT atau TOWS.....	2-18
2.8. <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	2-19
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Kerangka Penelitian.....	3-1
3.2. Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.3. Identifikasi Masalah .....	3-4
3.4. Pembatasan Masalah.....	3-4
3.5. Perumusan Masalah .....	3-4
3.6. Tujuan Penelitian .....	3-5
3.7. Identifikasi Variabel Penelitian .....	3-5
3.8. Penyusunan Kuisisioner Pendahuluan .....	3-7
3.9. Penentuan Jumlah Sampel Ditentukan 30 .....	3-7
3.10. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-8
3.11. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-8
3.12. Identifikasi Variabel Penelitian Berdasarkan Hasil Kuisisioner Pendahuluan .....	3-8
3.13. Penyusunan Kuisisioner Penelitian Percobaan .....	3-9
3.14. Pengujian Validitas Konstruksi .....	3-9
3.15. Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-10
3.16. Penentuan Jumlah Sampel Penelitian .....	3-10
3.17. Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....	3-11
3.18. Pengujian Validitas .....	3-11
3.19. Pengujian Reliabilitas .....	3-11
3.20. Hasil Data yang Valid dan Reliabel .....	3-12
3.21. Pengolahan Data .....	3-13
3.22. Analisis .....	3-14
3.23. Kesimpulan dan Saran .....	3-14

## BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2. <i>Job Description</i> .....	4-1
4.2. Kuesioner	
4.2.1. Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2. Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.2.3. Data Hasil Wawancara SWOT ( <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threat</i> ).....	4-9

## BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengujian <i>Cochran Q Test</i> Pada Kuisisioner Pendahuluan .....	5-1
5.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	
5.2.1. Pengujian Validitas Instrumen .....	5-2
5.2.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-5
5.3. Perhitungan Tingkat Kepuasan.....	5-7
5.4. <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-8
5.5. Analisis <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-13
5.6. Analisis <i>Correspondence Analysis (CA)</i> dan Tingkat Kepuasan .....	5-19
5.7. Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS).....	5-22
5.8. Analisis Matrik Faktor Strategi Internal (IFAS).....	5-22
5.9. Matrik Faktor Strategi Eksternal .....	5-25
5.10. Analisis Matrik Faktor Strategi Eksternal .....	5-25
5.11. Matrik SWOT .....	5-29
5.12. Analisis Matrik SWOT .....	5-30
5.13. Analisis Karakteristik Responden .....	5-32
5.14. Konsep <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> .....	5-33
5.15. Analisis dan Usulan Berdasarkan Keterkaitan Metode SWOT, <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , dan Tingkat Kepuasan.....	5-42

## 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

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Variabel Penelitian Pendahuluan	3-6
3.2	Variabel Pertanyaan SWOT	3-7
4.1	Tabel Ringkasan Kuisisioner Pendahuluan	4-3
4.2	Tabel Ringkasan Data Pesaing	4-4
4.3	Jenis Kelamin Konsumen	4-7
4.4	Usia Responden	4-7
4.5	Tujuan Berbelanja di Toko Harum	4-7
4.6	Penghasilan Responden	4-7
4.7	Perolehan Informasi Mengenai Toko Harum	4-7
4.8	Tabel Hasil Kuisisioner Penelitian Bagian II	4-8
4.9	Tabel Item Pertanyaan SWOT	4-9
5.1	Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	5-1
5.2	Hasil Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	5-2
5.3	Tabel Variabel Pertanyaan Hasil Validitas Konstruk	5-3
5.4	Pengujian Validitas Kuisisioner Penelitian	5-5
5.5	Tabel Hasil Pengujian Reliabilitas	5-6
5.6	Tabel Tingkat Kepuasan Toko Harum	5-7
5.7	<i>The Table To Be Analyzed</i>	5-9
5.8	<i>The Row Profiles</i>	5-9
5.9	<i>The Column Profiles</i>	5-10
5.10	Keunggulan Toko Harum dibandingkan Toko Matahari	5-13
5.11	Keunggulan Toko Matahari dibandingkan Toko Harum	5-14
5.12	Keunggulan, Kekurangan, dan Kepuasan Toko Harum	5-19
5.13	<i>Internal Strategic Faktors Analysis Summary (IFAS)</i>	5-22
5.14	<i>External Strategic Faktors Analysis Summary (EFAS)</i>	5-25
5.15	Matrik SWOT	5-29
5.16	Tabel Ringkasan Usulan	5-39

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	<i>Flow Chart</i>	3-1
3.2	Gambar Pengolahan Data dengan Metode SWOT	3-13
4.1	Struktur Organisasi	4-1
4.2	Jenis Kelamin Konsumen	4-5
4.3	Usia Responden	4-5
4.4	Tujuan Berbelanja di Toko Harum	4-6
4.5	Penghasilan Responden	4-6
4.6	Perolehan Informasi	4-6
5.1	Grafik <i>Row Scores</i>	5-11
5.2	Grafik <i>Column Scores</i>	5-12
5.3	Grafik <i>Rows and Columns Scores</i>	5-12
5.4	Medel Strategi Korporat	5-28

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.	Kuisisioner Pendahuluan	L1-1
2.	Kuisisioner Penelitian	L2-1
3.	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	L3-1
4.	Perhitungan Persentase Tingkat Kepuasan	L4-1
5.	Hasil Pengolahan Metode CA	L5-1
6.	Tabel Chi Square	L6-1
7.	Tabel Normal (Z)	L7-1
8.	Tabel Normal Taraf Signifikan	L8-1
9.	Uji Cochran Q Test	L9-1



## **DATA PENULIS**

Nama : Ryan Leonardi  
Alamat : Kalipah Apo no. 46, Bandung  
No. Telepon : 022-91146993  
No. Handphone : 08562148048  
Alamat E-mail : -  
Pendidikan : SMUK Paulus, Rajiman.  
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha.  
Nilai Tugas Akhir : B+  
Tanggal USTA : 14 Februari 2008