

ABSTRAK

PT. "X" merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur dan pemasaran produk plastik klip. PT. "X" mulai membuka cabang pemasarannya di kota Bandung pada pertengahan tahun 2009. Seiring perkembangannya, terjadi penurunan penjualan sebanyak 19.66% pada periode November 2011-Januari 2012 bila dibandingkan dengan rata-rata penjualan periode November 2010-Oktober 2011. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dalam membeli plastik klip di PT. "X" cabang Bandung, mengetahui tingkat performansi PT. "X" cabang Bandung terhadap faktor-faktor yang dipentingkan, mengetahui posisi persaingan antara PT. "X" cabang Bandung dengan pesaing utamanya, mengetahui *segmentation, targeting, positioning* saat ini dan usulan untuk PT. "X" cabang Bandung, mengetahui usulan strategi pemasaran untuk PT. "X" cabang Bandung guna meningkatkan daya saingnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 43 pelanggan PT. "X" cabang Bandung yang juga merupakan pelanggan dari produk saingan di wilayah kota Bandung. Kuesioner yang dibagikan dengan teknik sampling *purposive* ini berisi profil pelanggan dan variabel bauran pemasaran dari McCarthy, Booms dan Bitner yang terdiri dari produk, harga, promosi, sumber daya, dan proses. Metode yang digunakan adalah perhitungan tingkat kepentingan, perhitungan tingkat kesesuaian, *Importance Performance Analysis* dan *Correspondence Analysis*.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa 32 variabel yang ditanyakan dianggap penting oleh pelanggan dalam membeli plastik klip. Dari semua variabel yang dipertanyakan terdapat 3 variabel yang menjadi prioritas utama perbaikan berdasarkan analisis metode *Importance Performance Analysis*. Sedangkan berdasarkan metode *Correspondence Analysis* diketahui bahwa terdapat 17 variabel performansi PT. "X" cabang Bandung yang tertinggal dari pesaingnya. Berdasarkan analisis gabungan, diketahui bahwa terdapat 17 variabel yang menjadi prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh PT. "X".

Dari hasil pengolahan data profil pelanggan diperoleh *segmentation, targeting, dan positioning*. *Targeting* yang diperoleh adalah toko di wilayah Bandung Tengah dengan omzet penjualan antara Rp.10.000.000,- s.d Rp.200.000.000,- per bulan dan ukuran plastik yang dijual adalah ukuran 10x7 cm dan 13x8,7 cm. Sedangkan *positioning* yang dimiliki oleh PT. "X" cabang Bandung adalah "Plastik Klip dengan Kualitas Terbaik dan Tetap Nomor 1". Usulan strategi pemasaran adalah melakukan pengendalian persediaan, menjaga kualitas produk, mempertimbangkan harga pasaran saat ini, membuat program penukaran point pembelian barang dengan hadiah yang menarik, mengganti kategori iklan dalam *Yellow Pages*, menunjukkan contoh dari plastik "Zi" di iklan internet, membuat spanduk atau *x banner*, memberikan pelatihan dan pengarahan kepada seluruh karyawan, menambahkan tugas dan wewenang daripada karyawan pengirim barang dan kolektor, pembuatan *Standard Operation Procedure (SOP)* mengenai sistem pembayaran, penjadwalan kunjungan *sales*, dll.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah	1 – 3
1.3 Pembatasan Masalah	1 – 3
1.4 Perumusan Masalah	1 – 4
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	1 – 4
1.6 Sistematika Penulisan	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Metode Penelitian	2 – 1
2.1.1 Teknik Pengumpulan Data	2 – 1
2.1.2 Populasi dan Sampel.....	2 – 2
2.1.3 Teknik Sampling	2 – 2
2.1.4 Skala Pengukuran	2 – 5
2.1.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 6
2.1.5.1 Validitas Instrumen	2 – 6
2.1.5.2 Reliabilitas Instrumen	2 – 7
2.2 Pemasaran	2 – 10
2.2.1 Bauran Pemasaran	2 – 10
2.2.2 <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	2 – 13
2.2.3 Persaingan	2 – 16

2.3	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2 – 16
2.4	<i>Correspondence Analysis</i>	2 – 19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3 – 4
3.2	Studi Literatur	3 – 4
3.3	Identifikasi Masalah	3 – 4
3.4	Pembatasan Masalah	3 – 5
3.5	Perumusan Masalah	3 – 5
3.6	Tujuan Penelitian	3 – 6
3.7	Penyusunan Variabel Penelitian	3 – 6
3.8	Penentuan Jumlah Sampel	3 – 8
3.9	Pembuatan Kuesioner Penelitian	3 – 9
3.10	Validitas Konstruksi	3 – 11
3.11	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.12	Uji Validitas Instrumen	3 – 12
3.13	Uji Reliabilitas Instrumen	3 – 13
3.14	Pengolahan Data.....	3 – 14
3.15	Analisis.....	3 – 16
3.16	Usulan.....	3 – 17
3.17	Kesimpulan dan Saran.....	3 – 17

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4 – 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 – 1
4.1.2	Sejarah Pemasaran Produk Plastik Klip PT. “X” di Bandung	4 – 1
4.1.3	Struktur Organisasi	4 – 2
4.2	Validitas Konstruksi	4 – 4
4.3	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	4 – 5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Kuesioner Penelitian	5 – 1
5.1.1.	Profil Pelanggan	5 – 1
5.1.2.	Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5 – 8
	dan Tingkat Performansi	
5.1.3.	Tingkat Kepentingan	5 – 10
5.1.4.	Tingkat Performansi	5 – 15
5.2	IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5 – 18
5.3	CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	5 – 27
5.4	Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5 – 34
5.4.1	<i>Segmentation</i>	5 – 34
5.4.2	<i>Targeting</i>	5 – 36
5.4.3	<i>Positioning</i>	5 – 38
5.5	Analisis Gabungan	5 – 38
5.6	Usulan	5 – 47

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 8
6.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	6 – 8
6.2.2	Saran Penelitian Lebih Lanjut.....	6 – 8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian STP	3 – 6
3.2	Variabel Penelitian 7P	3 – 7
4.1	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Lokasi Toko	4 – 5
4.2	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Rata-rata Omzet	4 – 5
4.3	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Rata-rata Jumlah Penjualan	4 – 6
4.4	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Ukuran Plastik	4 – 6
4.5	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Cara Pembelian	4 – 6
4.6	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Periode Ramai	4 – 7
4.7	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Alasan Membeli Produk “Zi” di PT. “X”	4 – 7
4.8	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Rata-rata Jumlah Pembelian	4 – 7
4.9	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Waktu Terakhir Kali Melakukan Pembelian	4 – 7
4.10	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Alasan Belum Melakukan Pembelian Kembali	4 – 8
4.11	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Kesediaan Toko Menawarkan Produk “Zi”	4 – 8
4.12	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Kepentingan	4 – 8
4.13	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Performansi	4 – 10
4.14	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Bobot Peringkat Zi	4 – 12
4.15	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Bobot Peringkat Zp	4 – 13
5.1	Rangkuman Lokasi Toko	5 – 1
5.2	Rangkuman Rata-rata Omzet	5 – 2
5.3	Rangkuman Rata-rata Jumlah Penjualan Plastik Klip	5 – 2

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.4	Rangkuman Ukuran Plastik Yang Biasa Laku Dijual	5 – 3
5.5	Rangkuman Cara Pembelian	5 – 3
5.6	Rangkuman Periode Ramai	5 – 4
5.7	Rangkuman Alasan Pembelian Produk “Zi” di PT. “X”	5 – 5
5.8	Rangkuman Rata-rata Jumlah Pembelian	5 – 5
5.9	Rangkuman Waktu Terakhir Kali Melakukan Pembelian	5 – 6
5.10	Rangkuman Alasan Belum Melakukan Pembelian Kembali	5 – 6
5.11	Rangkuman Ketersediaan Toko Menawarkan Produk “Zi”	5 – 7
5.12	Rangkuman Pengujian Validitas Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	5 – 8
5.13	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan dan Performansi	5 – 10
5.14	Tingkat Kepentingan	5 – 10
5.15	Skor Tingkat Performansi	5 – 15
5.16	Tingkat Kesesuaian Variabel	5 – 19
5.17	Rata-rata Tingkat Performansi dan Rata-rata Tingkat Kepentingan	5 – 22
5.18	Bobot Peringkat Produk	5 – 27
5.19	Posisi Keunggulan Berdasarkan CA	5 – 32
5.20	Prioritas Perbaikan	5 – 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan Triwulan Produk “Zi”	1 – 2
2.1	Teknik Sampling	2 – 3
2.2	Peta Posisi <i>Importance-Performance Analysis</i> / Diagram Kartesius	2 – 18
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi PT. “X”	4 – 2
5.1	Diagram Kartesius IPA	5 – 24
5.2	<i>Row Scores</i>	5 – 29
5.3	<i>Column Scores</i>	5 – 30
5.4	<i>Row and Column Scores</i>	5 – 31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	L1 – 1
2	Data Mentah Tingkat Kepentingan Konsumen	L2 – 1
2	Data Mentah Tingkat Performansi PT. “X” cabang Bandung	L2 – 3
2	Data Mentah Bobot Peringkat	L2 – 6
3	Hasil Pengolahan Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan Konsumen	L3 - 1
3	Hasil Pengolahan Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja Taksi Gemah Ripah	L3 – 2
4	Validitas Konstruksi	L4 - 1
4	Komentar Seminar Judul	L4 – 4
4	Komentar Seminar Pra Sidang	L4 - 7
5	Tabel Nilai-nilai r Product Moment	L5 – 1