

## ABSTRAK

Rumah Makan Sunda Cibiuk di Jl.Lengkong no 6-8 Bandung didirikan pada tahun 2002 hingga sampai sekarang. Cibiuk adalah Rumah Makan yang menjual makanan khas Sunda seperti ayam goreng, gurame bakar, nasi timbel, dan sebagainya. Selama ini Rumah Makan Cibiuk mengalami fluktuasi penjualan dimana pada puncaknya Rumah Makan Cibiuk ini mampu mencapai omzet sebesar 10 juta rupiah pada hari Senin-Jumat, dan mencapai 20 juta rupiah pada hari Sabtu dan Minggu.

Penurunan penjualan mulai terjadi sejak tahun 2005, penurunan omzet diperkirakan sebesar  $\pm 30\%$  dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu pada tahun 2004, sehingga target penjualan yang telah ditetapkan tidak tercapai. Penelitian ini dibuat dengan tujuan-tujuan diantaranya : untuk mengetahui faktor-faktor penting yang diperhatikan konsumen dalam memilih Rumah Makan khas Sunda, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Cibiuk, untuk mengetahui kelebihan-kelebihan dan kelemahan-kelemahan dari Cibiuk bila dibandingkan dengan Rumah Makan Sunda yang lain, dan untuk mengetahui upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan oleh Cibiuk untuk mengungguli Rumah Makan Sunda yang lain.

Seiring dengan adanya tujuan-tujuan diatas, maka penelitian ini menggunakan konsep-konsep pemasaran dan metode-metode yang dapat membantu mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini menggunakan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Metode-metode yang digunakan dalam pengolahan data-data pada penelitian ini adalah metode STP (Segmentasi, Targeting, dan *Positioning*), Uji Hipotesis Rata-Rata, *Correspondence Analysis* (CA), dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Pengumpulan data dilakukan dengan observasi langsung, wawancara dengan manager Cibiuk Bandung (Bpk Hendra), dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dibagi kedalam 2 kuesioner yaitu, kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan dibagikan sebanyak 30 kuesioner di beberapa Rumah Makan Sunda di daerah Bandung Tengah dan Bandung Selatan. Hasil kuesioner pendahuluan menunjukkan bahwa Rumah Makan Sunda yang menjadi pesaing utama Cibiuk adalah Bumbu Desa dan Sambara. Kuesioner penelitian dibagikan sebanyak 100 kuesioner, yang dibagi kedalam 2 kali penyebaran. Kuesioner penelitian pertama disebarkan sebanyak 30 kuesioner untuk lebih memudahkan dalam pengujian uji validitas dan reliabilitas. Penyebaran kuesioner penelitian yang kedua adalah sebanyak 70 kuesioner. Seluruh kuesioner penelitian diberikan kepada responden yang pernah mengunjungi dan mengetahui Cibiuk, dan pesaing-pesaingnya yaitu Bumbu Desa, dan Sambara. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian adalah dengan teknik *Purposive Sampling*.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian, data-data yang ada dapat diolah terlebih dahulu dengan metode STP, agar didapat informasi-informasi yang berguna untuk Cibiuk seperti: umur responden, pekerjaan responden, dan lain-lain. Dari informasi tersebut Cibiuk dapat menentukan target pasarnya, dan kemudian membuat *positioning*. Berdasarkan data Uji Hipotesis Rata-Rata dapat diketahui bahwa konsumen belum merasa puas terhadap seluruh variabel yang ada di Cibiuk. Pengolahan data dengan menggunakan IPA (*Importance Performance Analysis*) akan memberikan informasi mengenai setiap variabel yang ada di Cibiuk bila dilihat berdasarkan rata-rata tingkat kepentingan dan rata-rata tingkat kepuasannya. Pengolahan data dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) dapat mengetahui ranking dari setiap variabel penelitian, yang mana Cibiuk dapat mengetahui posisi setiap variabel dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya yaitu Bumbu Desa dan Sambara. Dari hasil *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Correspondence Analysis* (CA) dapat dibentuk tabel prioritas perbaikan kinerja untuk Cibiuk, yang kemudian dapat menjadi usulan bagi Cibiuk. Usulan yang diberikan untuk Cibiuk adalah agar dapat bersaing dengan pesaingnya didasarkan dari hasil pengolahan data menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA) dengan memperhatikan target pasar dan *positioning*. Usulan tersebut seperti memberikan pelatihan kepada pegawai, menambah fasilitas pelayanan yang belum ada, memperluas area parkir, dan sebagainya.

# DAFTAR ISI

## LEMBAR PENGESAHAN

## PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

## BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah .....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-4

## BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran .....	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran .....	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.2 Segmentasi .....	2-5
2.2.1 Segmentasi Pasar dalam Manajemen Pemasaran.....	2-6
2.2.2 Perilaku dalam Demografi .....	2-8
2.3 Targeting .....	2-10
2.4 Positioning .....	2-10

2.5	Coachran Q Test.....	2-12
2.6	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-14
2.7	<i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-15
2.8	<i>Coresponden Analysis</i> .....	2-16
2.9	Teknik Pengumpulan Data .....	2-17
2.10	Skala Pengukuran.....	2-20
2.11	Populasi dan Sampel .....	2-22
	2.12.1 Populasi.....	2-22
	2.12.2 Sampel.....	2-22
2.13	Penentuan Ukuran Sampel .....	2-22
2.14	Teknik Sampling .....	2-23
2.15	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-25
	2.15.1 Validitas Instrumen.....	2-26
	2.15.2 Reliabilitas Instrumen.....	2-27

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian .....	3-1
3.2	Keterangan dari Flow Chart.....	3-4
	3.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
	3.2.2 Identifikasi Masalah.....	3-5
	3.2.3 Pembatasan Masalah.....	3-5
	3.2.4 Perumusan Masalah .....	3-5
	3.2.5 Tinjauan Pustaka.....	3-6
	3.2.6 Penentuan Populasi .....	3-6
	3.2.7 Penyusunan Kuesioner .....	3-7
	3.2.8 Validasi Konstruksi.....	3-9
	3.2.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian Awal.....	3-10
	3.2.10 Penentuan Populasi, Jumlah Sampel dan Teknik Sampling ....	3-12

3.2.11	Penyebaran Kuesioner Penelitian Akhir .....	3-13
3.2.12	Pemeriksaan Kuesioner Penelitian Akhir .....	3-13
3.2.13	Pengolahan Data .....	3-13
3.2.14	Analisis .....	3-15
3.2.15	Kesimpulan dan Saran .....	3-15

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Sejarah Umum Perusahaan .....	4-1
4.2	Pengujian Validasi Konstruksi .....	4-2
4.3	Data Kuesioner Pendahuluan .....	4-2
4.3.1	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan .....	4-2
4.3.1.1	Data Pesaing.....	4-4
4.3.1.2	Profil Konsumen.....	4-5

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengujian Validasi dan Reliability.....	5-1
5.1.1	Uji Validasi Kuesioner Awal Terhadap 30 Konsumen.....	5-1
5.1.1.1	Uji Validasi Tingkat Kepentingan (Terhadap 30 konsumen)..	5-1
5.1.1.2	Uji Validasi Performansi (Terhadap 30 konsumen).....	5-3
5.1.2	Uji Reliabiliy Kuesioner Penelirian Awal Terhadap 30 Konsumen.....	5-5
5.1.2.1	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (Terhadap 30 Konsumen).....	5-5
5.1.2.2	Uji Reliabilitas Performansi (Terhadap 30 Konsumen).....	5-6
5.1.2.3	Uji Validitas Tingkat Kepentingan (Terhadap 70 Responden).	5-6
5.1.2.4	Uji Validitas Performansi (Terhadap 70 Responden).....	5-7

5.1.2.5 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan (Terhadap 70 Responden).....	5-8
5.1.2.6 Uji Reliabilitas Performansi(Terhadap 70 Responden).....	5-9
5.1.3 Pengolahan Data Uji Hipotesis Rata-rata.....	5-10
5.1.4 Pengolahan Data Tingkat Kepentingan dan Performansi Cbiuk dengan metode IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ).....	5-13
5.1.5 CA ( <i>Corespomden Analysis</i> ).....	5-14
5.1.6 Prioritas Perbaikan Kinerja.....	5-26
5.2 Analisis .....	5-29
5.2.1 AnalisisSTP.....	5-29
5.2.1.1 Analisis Segmentasi.....	5-29
5.2.1.2 AnalisisTargeting.....	5-30
5.2.1.3 AnalisisPositioning.....	5-31
5.2.2 Analisis Kepuasan Konsumen .....	5-31
5.2.3 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> .....	5-31
5.2.4 Analisis Keunggulan Setiap Rumah Makan Sunda.....	5-34
5.2.5 Analisis Prioritas Perbaikan Perbaikan Kinerja.....	5-34
5.3 Usulan .....	5-37
5.3.1 Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-38
5.3.1.1 Usulan Prioritas Perbaikan Pertama.....	5-38
5.3.1.2 Usulan Prioritas Perbaikan Kedua.....	5-41
5.3.1.3 Usulan Prioritas Perbaikan Ketiga.....	5-43
5.3.1.4 Usulan Prioritas Perbaikan Keempat.....	5-46
5.3.1.5 Usulan Prioritas Perbaikan Kelima.....	5-50
5.3.1.6 Usulan Prioritas Perbaikan Keenam.....	5-51

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan ..... 6-1

6.2 Saran..... 6-8

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**DATA PENULIS**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Kelas Sosial dan Penghasilan di Kota Metropolitan	2-9
3.1	Pengelompokan Variabel Penelitian dalam 7P	3-8
4.1	Persentase Tingkat Kepentingan	4-3
4.2	Data Pesaing	4-4
4.3	Persentase Jenis Kelamin Responden	4-5
4.4	Persentase Usia Responden	4-5
4.5	Persentase pekerjaan Responden	4-5
4.6	Persentase Penghasilan Responden	4-6
4.7	Persentase Uang Saku Responden	4-6
4.8	Persentase Frekuensi Kedatangan Responden	4-7
4.9	Persentase Jumlah uang yang dikeluarkan Responden	4-7
4.10	Persentase Makanan yang sering dibeli Responden	4-8
4.11	Persentase Daerah Tempat Tinggal responden	4-8
4.12	Daerah Tempat Tinggal Responden	4-9
4.13	Persentase Tujuan Kedatangan Responden	4-9
5.1	Uji Hipotesis Rata-Rata untuk setiap atribut	5-12
5.2	Tabel Rata-Rata Tingkat Kepentingan dan Peformansi	5-13
5.3	IPA 4 Kuadran	5-15
5.4	Tabel Nilai Bobot	5-17
5.5	Ranking Rumah Mkan Sunda untuk setiap atribut	5-21
5.6	Analisis Keunggulan Setiap Rumah Makan Sunda	5-25
5.7	Prioritas Perbaikan Kinerja	5-28
5.8	Kuadran 1 IPA 4	5-32
5.9	Kuadran 2 IPA 4	5-32



5.10	Kuadran 3 IPA 4	5-33
5.11	Kuadran 4 IPA 4	5-33

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-15
2.2	Teknik Sampling	2-23
3.1	Diagram Sistematika Penelitian	3-1
3.1	Diagram Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.1	Diagram Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-3
5.1	Uji Hipotesis Rata-rata	5-11
5.2	Diagram IPA	5-14
5.3	Hasil dari Pengolahan <i>Corespondence Analysis</i>	5-20
5.4	Daerah Arah Vektor Positif dan Negatif	5-22
5.5	Contoh Gambar Penarikan Garis Tegak Lurus Menuju Sumbu Nol	5-24

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
	Kuesioner Penelitian	L1-SPSS
	Uji Valid dan Reliabel	L1-2
	Tabel Chi Square	L1-3