

ABSTRAK

Sapulidi Café terletak di Jalan Cihampelas. Sapulidi Café Cihampelas merupakan café yang menyediakan berbagai macam menu mulai dari jenis makanan *western* sampai jenis makanan *eastern*. Saat ini Sapulidi Café Cihampelas mengalami permasalahan mengenai tidak tercapainya target pendapatan yang diinginkan karena sejak tahun 2004 terjadi penurunan pengunjung. Sapulidi Café Cihampelas sedang mencari solusi yang tepat untuk menghadapi persoalan ini.

Penelitian dilakukan untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih sebuah café. Selain itu, penelitian juga dilakukan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada para responden yang merupakan pelanggan dari Sapulidi Café Cihampelas (dengan teknik *purposive sampling*). Variabel penelitian dilakukan dengan variabel 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Variabel-variabel ini bertujuan untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat di dalam meningkatkan pendapatan yang ingin dicapai oleh pihak Sapulidi Café. Selain dengan menggunakan variabel 7P strategi pemasaran dengan mencari STP (*segmentation, targetting, positioning*) yang tepat. Untuk mengetahui kepuasan konsumen dari Sapulidi Café Cihampelas maka dilakukan penelitian kepuasan konsumen dengan menggunakan diagram IPA (*Important Performance Analysis*) sehingga pihak Sapulidi Café Cihampelas bisa mengetahui bagian mana yang dirasa tidak puas oleh pelanggan sehingga bisa dilakukan peningkatan kinerja. Selain itu, dengan menggunakan diagram IPA (*Important Performance Analysis*) pihak Sapulidi Café pun bisa melihat prioritas perbaikan (berdasarkan kuadran) yang dilakukan sehingga bisa menyusun strategi perbaikan dengan baik.

Hasil dari penelitian memperlihatkan masih ada item-item dari Sapulidi café yang dianggap tidak sesuai dengan harapan dari para pelanggan Sapulidi Café (kinerja Sapulidi Café masih di bawah harapan dari pelanggan). Untuk itu diberikan usulan berupa perubahan konsep strategi pemasaran dari Sapulidi Café agar bisa meningkatkan jumlah pelanggan sehingga keuntungan Sapulidi Café pun meningkat, meningkatkan lagi kinerja dari para pelayan yang masih dianggap kurang memuaskan, lebih memperbanyak fasilitas-fasilitas untuk bermain anak-anak, menambah promosi dan acara atau *event* yang diselenggarakan, menambah menu-menu baru sehingga makanan yang terdapat di Sapulidi Café menjadi lebih variatif lagi. Saran yang diberikan untuk dilakukan penelitian lebih lanjut adalah penelitian lebih lanjut dapat dilakukan dengan meneliti penurunan pendapatan dari Sapulidi Café Cihampelas dengan melihat pada aspek persaingan, selain itu penelitian lebih lanjut juga dilakukan dengan melakukan penelitian dengan menggunakan model perilaku konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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 dan Manfaat Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penelitian	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	2-1
2.2.1 <i>Segmenting</i>	2-1
2.2.2 <i>Targetting</i>	2-2
2.2.3 <i>Positioning</i>	2-2
2.2 Metode Pengumpulan Data	2-3
2.3 Data Berskala	2-5
2.4 Tipe Skala Pengukuran	2-6
2.5 Populasi dan Sampel	2-8
2.6 Teknik Sampling	2-13
2.7 Ukuran Sampel	

2.8 Kriteria Instrumen yang Baik	2-13
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-14
2.10 Pengujian Validitas Instrumen	2-15
2.11 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-17
2.12 Kepuasan Pelanggan	2-19
2.13 Bauran Pemasaran	2-20
2.14 Diferensiasi	2-25
2.15 Diagram IPA (<i>Important Performance Analysis</i>)	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-2
3.2 Identifikasi Masalah	3-2
3.3 Tinjauan Pustaka	3-2
3.4 Pembatasan masalah dan Asumsi .	3-5
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Penentuan tujuan penelitian	3-5
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.8 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.9 Pemeriksaan Kuesioner Pendahuluan (<i>Validitas Construct</i>)	3-9
3.10 Penentuan Jumlah Sampel Pendahuluan	3-9
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.13 Pembuatan Kuesioner Penelitian	3-10
3.14 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-10
3.15 Penyebaran kuesioner Penelitian	3-11
3.16 Pengujian Validitas	3-11
3.17 Pengujian Reliabilitas	3-12
3.18 Pengolahan Data	3-13
3.19 Analisis dan Usulan	3-13

3.20 Kesimpulan dan Saran	3-13
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	
4.1.1 Sejarah Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3 Hasil Kuesioner	4-7
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengujian Cochran Q Test	5-1
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	
5.2.1 Pengujian Validitas	5-10
5.2.2 Pengujian Reliabilitas	5-13
5.3 Hasil Penyebaran kuesioner Penelitian	5-14
5.4 Pengolahan Data	5-20
5.5 Usulan	5-26
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-6
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Variabel Penelitian	4-5
5.1	Tingkat Kesesuaian antara Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan	5-20

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Diagram IPA	2-29
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
5.1	Peta Posisi	5-29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA-1
A	Kuesioner Penelitian	LA-2
B	Pengujian Cochran	LB-1
B	Input SPSS untuk Reliabilitas	LB-2
B	Input SPSS untuk Validitas	LB-3
C	Tabel Chi Square	LC-1
C	Tabel nilai r Kritik	LC-2