

ABSTRAK

Indomaret merupakan jaringan minimarket yang dikelola oleh PT Indomarco Prismatama. Salah satu gerainya adalah yang berlokasi di Jalan Sarijadi Sariwangi Blok 24 Bandung. Pada awal berdirinya, penghasilan Indomaret Sarijadi mencapai Rp 250.000.000/bulan, tetapi sejak kemunculan Alfamart dan Yomart penghasilan menurun menjadi rata-rata Rp 90.000.000/bulan. Dengan penelitian ini diharapkan Indomaret Sarijadi mampu memenangkan pasar yang semakin kompetitif.

Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan terdiri dari 40 Atribut yang berpedoman pada konsep *7P*. Kuesioner ini disebarkan kepada 30 konsumen minimarket kemudian diolah dengan uji Cochran. Uji Cochran bertujuan untuk mengetahui atribut mana yang dianggap penting oleh konsumen saat berbelanja di minimarket. Hasil pengolahan uji Cochran adalah 19 atribut yang dianggap penting oleh konsumen. Hasil ini digunakan sebagai variabel kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian disebarkan kepada 100 responden yang sudah pernah berbelanja di ketiga minimarket. Kemudian, variabel penelitian diolah dengan uji *gap* konsumen untuk mengetahui apakah konsumen puas atau tidak dengan kinerja Indomaret Sarijadi. Lalu, diolah dengan *importance performance analysis* untuk mengetahui perbandingan performansi dan kepentingan atribut, serta diolah dengan *correspondence analysis* untuk mengetahui kelemahan dan keunggulan Indomaret Sarijadi. Selain itu, di dalam kuesioner penelitian ditambahkan 10 atribut tentang segmentasi yang diolah dengan statistik deskriptif. Dari hasil ini maka dapat ditentukan segmen pasar mana yang akan dilayani (*targeting*), untuk kemudian dilakukan perancangan citra perusahaan (*positioning*).

Hasil pengolahan data menyatakan bahwa konsumen tidak puas dengan kinerja Indomaret Sarijadi. Selain itu diperoleh hal-hal yang menjadi kelemahan dan keunggulan Indomaret Sarijadi saat ini. Kelemahan Indomaret Sarijadi diantaranya: kejelasan daftar harga, kemasan yang baik, kecepatan proses pembayaran di kasir, petugas kasir menghitung uang kembalian dengan tepat, cahaya lampu terang/tidak remang-remang. Sedangkan beberapa keunggulan Indomaret Sarijadi adalah kesesuaian harga saat pembayaran dengan daftar harga, keramahan karyawan, kesiapan karyawan saat dibutuhkan pelanggan, penampilan karyawan bersih, suhu ruangan sejuk.

Dari hasil pengolahan data dapat diberikan beberapa usulan kepada Indomaret Sarijadi, yaitu: melengkapi produk yang belum ada, pencetakan ulang label harga dengan kualitas tinta yang baik dan terang, pemberitahuan promo/diskon oleh kasir, pelatihan dan evaluasi berkala terhadap karyawan, serta pemberian potongan harga indomaret card Prabayar bila melakukan pembelian sejumlah tertentu.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	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 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran.....	2 – 1
2.2 Persaingan.....	2 – 1
2.3 <i>Marketig Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	2 – 2
2.4 Segmentasi, Targeting dan <i>Positioning</i>	2 – 6
2.4.1 Segmentasi.....	2 – 6
2.4.2 Targeting.....	2 – 7
2.4.3 <i>Positioning</i>	2 – 7
2.5 Kepuasan Konsumen.....	2 – 7
2.6 Teknik Pengujian Hipotesis.....	2 – 9
2.6.1 Uji Hipotesis Dua Populasi.....	2 – 11
2.6.2 Uji Hipotesis Lebih dari Dua Populasi.....	2 – 11
2.7 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2 – 12
2.8 <i>Correspondence Analysis</i> (ANACOR).....	2 – 13

2.8.1 Kelebihan dan Kelemahan <i>Correspondence Analysis</i>	2 – 13
2.8.2 Hasil serta Analisis <i>Correspondence Analysis</i>	2 – 14
2.8.3 Penggunaan <i>Correspondence Analysis</i> dengan Software <i>For Windows</i>	2 – 14
2.9 Teknik dan Metode Pengumpulan Data.....	2 – 16
2.9.1 Wawancara (<i>Interview</i>).....	2 – 16
2.9.2 Kuesioner (Angket).....	2 – 16
2.9.3 Observasi.....	2 – 17
2.10 Populasi dan Sampel.....	2 – 18
2.10.1 Teknik Sampling.....	2 – 18
2.10.2 Skala Pengukuran.....	2 – 21
2.11 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 – 24
2.11.1 Validitas Instrumen.....	2 – 24
2.11.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 – 26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3 – 3
3.2 Identifikasi Masalah.....	3 – 3
3.3 Pembatasan Masalah.....	3 – 3
3.4 Perumusan Masalah	3 – 4
3.5 Tujuan Penelitian	3 – 4
3.6 Tinjauan Pustaka	3 – 4
3.7 Pembentukan Variabel Penelitian.....	3 – 4
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 – 5
3.9 Uji Validitas Konstruksi	3 – 7
3.10 Penentuan Jumlah untuk Sampel Pendahuluan.....	3 – 7
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 7
3.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 7
3.13 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 – 8
3.14 Penentuan Jumlah untuk Sampel Penelitian	3 – 9
3.15 Penentuan Teknik Sampling untuk Kuesioner Penelitian.....	3 – 10
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 10

3.17 Uji Validitas Instrumen.....	3 – 11
3.18 Uji Reliabilitas Instrumen.....	3 – 11
3.19 Pengolahan Data dan Analisis	3 – 12
3.20 Usulan	3 – 14
3.21 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 Struktur Organisasi Perusahaan	4 – 2
4.1.3 <i>Job Description</i>	4 – 2
4.2 Observasi Langsung	4 – 4
4.3 Kuesioner Pendahuluan	4 – 5
4.4 Kuesioner Penelitian	4 – 6
4.4.1 Bagian 1	4 – 6
4.4.2 Bagian 2	4 – 8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Uji <i>Cochran Q Test</i> Kuesioner Pendahuluan	5 – 1
5.1.1 Pengujian ke-1	5 – 1
5.1.2 Pengujian ke-2	5 – 2
5.1.3 Pengujian ke-3	5 – 4
5.1.4 Pengujian ke-4	5 – 5
5.1.5 Pengujian ke-5	5 – 6
5.1.6 Pengujian ke-6	5 – 8
5.1.7 Pengujian ke-7	5 – 9
5.1.8 Pengujian ke-8	5 – 10
5.1.9 Pengujian ke-9	5 – 11
5.1.10 Pengujian ke-10	5 – 13
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	5 – 16
5.2.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen untuk Tingkat Kepentingan Konsumen	5 – 16
5.2.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen untuk	

Tingkat Kepuasan	5 – 18
5.3 Uji Gap	5 – 19
5.4 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5 – 21
5.5 <i>Corespondence Analysis (CA)</i>	5 – 24
5.6 Pengolahan Kuesioner Penelitian Bagian 1	5 – 27
5.6.1 <i>Segmentation</i>	5 – 28
5.6.2 <i>Targeting</i>	5 – 34
5.6.3 <i>Positioning</i>	5 – 35
5.7 Analisis Gabungan Antara <i>Corespondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5 – 35
5.8 Usulan	5 – 36
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6 – 1
6.2 Saran	6 – 6
6.2.1 Saran untuk Perusahaan	6 – 6
6.2.2 Saran untuk Penelitian Lebih Lanjut	6 – 7
DAFTAR PUSTAKA	xi
LAMPIRAN	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
3.1	Variabel Penelitian Berdasarkan <i>7P</i>	3-6
3.2	Variabel Penelitian Berdasarkan Segmentasi	3-9
3.3	Kisi-kisi Prioritas Perbaikan	3-15
4.1	Hasil Penyebaran 30 Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2	Data Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-6
4.3	Rekapitulasi untuk Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Konsumen	4-8
4.4	Rekapitulasi Bobot Ranking	4-9
5.1	Ringkasan Hasil <i>Cochran Q Test</i>	5-14
5.2	Rangkuman Hasil <i>Cochran</i>	5-15
5.3	<i>Item-Total Statistics</i> Tingkat Kepentingan Konsumen	5-17
5.4	Hasil Uji Validitas SPSS untuk Tingkat Kepentingan Konsumen	5-17
5.5	<i>Reliability Statistics</i> Tingkat Kepentingan Konsumen	5-18
5.6	<i>Item-Total Statistics</i> Tingkat Kepuasan Konsumen	5-18
5.7	Hasil Uji Validitas SPSS untuk Tingkat Kepuasan Konsumen	5-19
5.8	<i>Reliability Statistics</i> Tingkat Kepuasan Konsumen	5-19
5.9	Uji Gap	5-20
5.10	Data <i>IPA</i>	5-21
5.11	Jumlah Bobot	5-24
5.12	Ranking <i>Correspondence Analysis</i>	5-27
5.13	Jenis Kelamin Responden	5-28
5.14	Usia Responden	5-28
5.15	Pendidikan Terakhir Responden	5-29
5.16	Pekerjaan Responden	5-29
5.17	Penghasilan per Bulan Responden	5-30
5.18	Uang Saku per Bulan Responden	5-31
5.19	Domisili Responden	5-31
5.20	Kendaraan Responden	5-32
5.21	Informasi Responden	5-32
5.22	Frekuensi Responden	5-33
5.23	Prioritas Perbaikan	5-36
6.1	Tingkat Kepentingan-Kepuasan Konsumen	6-2

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
2.1	<i>Importance/Performance Matrices</i>	2-13
2.2	Pembagian Teknik Sampling	2-19
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Penentuan Prioritas Perbaikan	3-16
4.1	Struktur Organisasi Toko Indomaret Sarijadi	4-2
5.1	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-1	5-2
5.2	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-2	5-3
5.3	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-3	5-5
5.4	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-4	5-6
5.5	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-5	5-7
5.6	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-6	5-8
5.7	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-7	5-10
5.8	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-8	5-11
5.9	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-9	5-12
5.10	Wilayah Kritis <i>Cochran Q Test</i> Pengujian ke-10	5-13
5.11	Wilayah Kritis Hipotesis Ketidakpuasan Atribut No.1	5-21
5.12	Peta <i>IPA</i>	5-22
5.13	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-25
5.14	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> untuk atribut 8	5-26
5.15	Jenis Kelamin Responden	5-28
5.16	Usia Responden	5-28
5.17	Pendidikan Terakhir Responden	5-29
5.18	Pekerjaan Responden	5-30
5.19	Penghasilan per Bulan Responden	5-30
5.20	Uang Saku per Bulan Responden	5-31
5.21	Domisili Responden	5-32
5.22	Kendaraan Responden	5-32
5.23	Informasi Responden	5-33
5.24	Frekuensi Responden	5-33

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1.2	Kuesioner Penelitian	L1-3
2.1	Uji Cohran Q ke-1 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2.2	Uji Cohran Q ke-2 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-3
2.3	Uji Cohran Q ke-3 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-5
2.4	Uji Cohran Q ke-4 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-7
2.5	Uji Cohran Q ke-5 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-9
2.6	Uji Cohran Q ke-6 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-11
2.7	Uji Cohran Q ke-7 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-12
2.8	Uji Cohran Q ke-8 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-13
2.9	Uji Cohran Q ke-9 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-14
2.10	Uji Cohran Q ke-10 Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-15
2.11	Data Mentah Tingkat Kepentingan Kuesioner Penelitian	L2-16
2.12	Data Mentah Tingkat Kepuasan Kuesioner Penelitian	L2-18
2.13	Data Bobot Rangking Yomart	L2-20
2.14	Data Bobot Rangking Indomaret	L2-22
2.15	Data Bobot Rangking Alfamart	L2-24
3.1	Tabel Nilai Kritik Sebaran Khi-Kuadrat	L3-1
3.2	Tabel Nilai-Nilai r Product Moment	L3-2
4.1	Lembar Komentar Uji Validitas Konstruk	L4-1
4.2	Form Hasil Seminar Proposal	L4-5
4.3	Form Hasil Seminar Isi	L4-9
4.4	Form Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir	L4-13