

ABSTRAK

Kedai Kopi Phoenam berdiri pada 10 November 2010, dimana jasa yang ditawarkan adalah penyeduhan kopi dan aneka roti bakar. Berdasarkan hasil obsevasi, masalah yang dihadapi adalah penjualan hanya mampu mencapai 70% dari yang ditargetkan. Faktor yang mungkin menyebabkan masalah ini adalah: kepuasan konsumen kurang terpenuhi, banyaknya pesaing, strategi pemasaran kurang tepat, dan kurang mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting konsumen, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui: faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen, karakteristik pencinta kopi, posisi Kedai Kopi Phoenam dibandingkan pesaingnya, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Phoenam.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun berdasarkan 7P dan disebar sebanyak 2 kali. Kuesioner pertama (Kusioner Pendahuluan) disebar sebanyak 40 buah kuesioner, dengan menggunakan teknik *sampling* insidental, ini ditujukan untuk mengetahui variabel-variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen, yang kemudian dijadikan alat ukur pada kuesioner penelitian. Kuesioner kedua (kuesioner penelitian), sampel yang dibutuhkan sebanyak 120 responden, dengan syarat: responden tersebut pernah menggunakan Kedai Kopi Phoenam dan Kedai Kopi Progo. Kuesioner penelitian yang dibagikan memiliki 3 bagian, yaitu bagian 1 dan 2 digunakan untuk mengetahui: *Segmentation, Targeting, Positioning*, dan karakteristik konsumen, sedangkan Kuesioner bagian 3 berisi variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen dan digunakan untuk mengukur: kepuasan konsumen dengan menggunakan Uji GAP, kinerja perusahaan dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), dan posisi kedai Kopi Phoenam dengan metode *Correspondence Analysis* (CA). Hasil dari pengolahan data dengan menggunakan metode-metode GAP, IPA, CA akan dibandingkan kembali untuk menentukan urutan prioritas perbaikan di Kedai Kopi Phoenam.

Berdasarkan hasil dari kuesioner bagian 1 dan 2, dapat diketahui bahwa target Kedai Kopi Phoenam: berstatus konsumen tidak tetap, berpenghasilan/bersaku berkisar Rp. 1.500.000-Rp.5.999.999, dengan kebiasaan mengeluarkan/menghabiskan biaya sebesar antara Rp.75.001-Rp.150.000, dan waktu kedatangan konsumen tersebut ke kedai Kopi Phoenam lebih dari pukul 19.00, dengan *Positioning* sebagai tempat berkumpul dan beristirahat bagi karyawan swasta dan tempat *meeting*, khususnya bagi Karyawan swasta dan Wiraswasta yang beraktifitas dekat dengan lokasi Kedai Kopi Phoenam sambil menikmati makanan dan kopi asli dari Indonesia. Sedangkan hasil dari pengolahan data kuesioner bagian 3, diperoleh variabel prioritas-prioritas perbaikan utama, yaitu: Rasa makanan selalu konstan, kematangan makanan yang tepat, kehygienisan makanan terjamin, kenyamanan kursi dan meja yang digunakan, rasa kopi selalu konstan, kecepatan WIFI, desain interior *cafe*, kebersihan *cafe*, penyajian kopi menarik, kecepatan pegawai menunjukkan tempat duduk bagi konsumen yang baru datang, keamanan tempat parkir, kemudahan pembayaran (*Credit Card, Debit, Cash, dan Flazz*).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah memperbaiki kinerja Kedai Kopi Phoenam terhadap variabel yang menjadi urutan prioritas perbaikan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	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 Penelitian	1-3

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Unsur Pokok Dalam Kegiatan Pemasaran	2-1
2.2 Perkembangan Konsep Pemasaran	2-2
2.3 Penelitian Pemasaran	2-4
2.4 Kepuasan Pelanggan	2-6
2.5 Teknik dan Pengumpulan Data	2-7
2.6 Sumber Data dan Metode Penelitian	2-10
2.7 Sampel dan Populasi	2-12
2.8 Teknik Sampling	2-12
2.9 Skala Pengukuran	2-14
2.10 Pengukuran Sampel	2-16
2.11 Uji Validitas	2-16
2.12 Uji Reliabilitas Instrumen	2-18
2.13 <i>Segmentation, Tergeting, Positioning</i>	2-19
2.14 Bauran Pemasaran	2-29

2.15	<i>Cochran Q Test</i>	2-37
2.16	Uji Hipotesis	2-40
2.17	<i>Correspondence Analysis</i>	2-41
2.18	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan	2-43

BAB 3 **METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2	Studi Pustaka	3-3
3.3	Identifikasi Masalah	3-3
3.4	Pembatasan Masalah	3-3
3.5	Perumusan Masalah	3-4
3.6	Tujuan Penelitian	3-4
3.7	Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan	3-5
3.9	Pengujian Validitas Konstruksi	3-5
3.10	Penentuan Jumlah Sample Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-9
3.14	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-10
3.15	Penentuan Teknik <i>Sampling</i>	3-10
3.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.17	Uji Validitas	3-11
3.18	Uji Reliabilitas	3-11
3.19	Pengolahan Data	
	• Kuesioner Bagian 1 dan 2	3-11
	• Kuesioner Bagian 3	3-11
3.20	Analisis	3-13
3.21	Usulan	3-13
3.22	Kesimpulan dan Saran	3-14

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Sejarah Perusahaan	4-1
4.2	Struktur Organisasi	4-2
4.3	Validitas Konstruksi	4-4
4.4	Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.5	Kuesioner Penelitian	4-8

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Kuesioner Pendahuluan	
a.	Uji Cochran Q Test	5-1
b.	Atribut-atribut Yang Terpakai	5-3
c.	Atribut-atribut Yang Tereduksi	5-4
5.2	Kuesioner Penelitian	
a.	Analisis Data Kuesioner Bagian 1 dan 2	5-5
b.	Analisis dan Pengolahan Data Kuesioner Bagian 3	
o	Validitas dan Reliabilitas	5-12
o	Uji GAP Antara Kepuasan dan Harapan Konsumen	5-16
o	<i>Importance Performace Analysis</i> 4 Kuadran	5-18
o	<i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-22
5.3	Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	5-26
5.4	Analisis Urutan Prioritas Perbaikan	5-28
5.5	Usulan	5-52

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-12

DAFTAR PUSTAKA	xi
-----------------------------	----

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
2.1	Konsep-konsep pemasaran	2-4
2.2	Jenis-jenis Metode Penelitian Utama	2-11
2.3	Klasifikasi Pendekatan Rancangan Penelitian	2-11
2.4	Jenis-jenis Rancangan Sampel	2-14
3.1	Variabel-variabel Kuesioner	3-1
3.2	Prosedur Pemberian Usulan Berdasarkan GAP, IPA, dan CA	3-14
4.1	Variabel yang lolos uji validitas konstruksi	4-4
4.2	Variabel yang lolos uji validitas konstruksi (Lanjutan)	4-5
4.3	Hasil data kuesioner pendahuluan – Pekerjaan	4-5
4.4	Hasil data kuesioner pendahuluan – Waktu Kedatangan	4-6
4.5	Hasil data kuesioner pendahuluan – Kedai Yang Sering Digunakan ..	4-6
4.6	Kepentingan Terhadap Sebuah Variabel	4-6
4.7	Kepentingan Terhadap Sebuah Variabel (Lanjutan)	4-7
4.8	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Pekerjaan	4-8
4.9	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Tingkat Pendatapan	4-8
4.10	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Domisili	4-8
4.11	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Biaya yang biasa dikeluarkan ke Kedai.....	4-9
4.12	Data Mentah Kuesioner Penelitian –Waktu Kedatangan	4-9
4.13	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Status Pelanggan	4-9
4.14	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Alasan Berkunjung ke Kedai ...	4-9
4.15	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Jumlah Kedatangan	4-10
4.16	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Sumber Informasi Mengenai Kedai	4-10
5.1	Rangkuman Hasil Uji Cochran Q Test	5-1
5.2	Atribut-atribut Yang Terpakai	5-3
5.3	Atribut-atribut Yang Terpakai (Lanjutan)	5-4
5.4	Atribut-atribut Yang Terbuang	5-4

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.5	Status pelanggan di Kedai	5-10
5.6	Alasan Utama Datang Ke Kedai	5-11
5.7	Jumlah Kedatangan Ke Kedai	5-11
5.8	Sumber Informasi Kedai	5-12
5.9	Rangkuman Validitas Kepentingan Konsumen	5-12
5.10	Rangkuman Validitas Kepentingan Konsumen (Lanjutan)	5-13
5.11	Rangkuman Validitas Harapan Konsumen	5-14
5.12	Rangkuman Validitas Harapan Konsumen (Lanjutan)	5-15
5.13	Rangkuman Hasil Pengolahan Uji Hipotesis	5-16
5.14	Rata-rata Kepentingan dan Harapan Konsumen	5-18
5.15	Variabel-variabel Yang Masuk Dalam Kuadran I IPA	5-20
5.16	Variabel-variabel Yang Masuk Dalam Kuadran II IPA	5-21
5.17	Variabel-variabel Yang Masuk Dalam Kuadran III IPA	5-21
5.18	Variabel-variabel Yang Masuk Dalam Kuadran IV IPA	5-22
5.19	Rangkuman Pembobotan Ranking Kedai Kopi	5-22
5.20	Rangkuman Pembobotan Ranking Kedai Kopi (Lanjutan)	5-23
5.21	Rangkuman Variabel-variabel Yang Tertinggal	5-25
5.22	Rangkuman Variabel-variabel Yang Bersaing	5-25
5.23	Rangkuman Variabel-variabel Yang Bersaing (Lanjutan)	5-26
5.24	Rangkuman Variabel-variabel Yang Unggul	5-27
5.25	Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan	5-29
5.26	Rangkuman Urutan Prioritas Perbaikan (Lanjutan)	5-30
5.27	Rangkuman Usulan Berdasarkan 7P	5-52
5.28	Rangkuman Usulan Berdasarkan 7P (Lanjutan)	5-53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Perkembangan Konsep Pemasaran	2-2
2.2	Perkembangan dan Basis Orientasi Bisnis	2-4
2.3	Bauran Pemasaran	2-31
2.4	Grafik Pengujian	2-39
2.5	Grafik Wilayah Kritis	2-40
2.6	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-44
3.1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3.	Grafik Wilayah Kritis	3-12
4.1	Struktur Organisasi Kedai Kopi Phoenam	4-2
5.1	Wilayah Kritis <i>Chi Square</i>	5-3
5.2	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Jenis Kelamin	5-5
5.3	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Usia	5-6
5.4	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Pekerjaan	5-7
5.5	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Penghasilan	5-7
5.6	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Penghasilan	5-8
5.7	Diagram Biaya Yang Dikeluarkan Konsumen	5-9
5.8	Diagram Waktu Kedatangan Konsumen	5-10
5.9	Wilayah Kritis	5-17
5.10	Grafik Matriks IPA 4 Kuadran	5-19
5.11	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
L	Validitas Konstruksi	L-1
L	Kuesioner Pendahuluan	L-11
L	Kuesioner Penelitian	L-14
L	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L-18
L	Data Mentah Kuesioner Penelitian Bagian 1 dan bagian 2	L-21
L	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Kepentingan)	L-23
L	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Kepuasan)	L-25
L	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Rangking)	L-27
L	Komentar Pra Sidang	L-29
L	Komentar Sidang	L-32
L	Pembagian Kelas Sosial	L-35
L	Tabel R Product Moment	L-36