

ABSTRAK

Salon Muthiara terletak di Jalan Lembah Nendeut no 1E, Bandung. Salon ini berdiri pada tanggal 1 Mei 2007. Sebagai salon yang termasuk salon baru, Salon Muthiara memiliki target penjualan yang telah ditentukan, yaitu $\pm$ Rp 50.000.000/bulan, tetapi hingga saat ini target penjualan tersebut belum tercapai. Jumlah penjualan tertinggi yang sudah pernah tercapai adalah Rp 32.000.000. (pada bulan Oktober 2007). Rata-rata pendapatan salon hingga bulan Desember 2007 $\pm$ Rp 25.000.000. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih salon, selain itu juga untuk mengetahui strategi-strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak salon Muthiara untuk dapat mencapai target penjualannya dan bersaing dengan salon lainnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan juga penyebaran kuesioner awal dan penelitian. Kuesioner awal berisi atribut-atribut yang penting dalam pemilihan salon berdasarkan pada konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Dari hasil kuesioner awal, diketahui bahwa salon yang menjadi kompetitor utama bagi Salon Muthiara adalah Salon Johny Andrean dan Salon Anata.

Kuesioner penelitian terdiri dari bagian tingkat kepentingan mengenai atribut-atribut yang dipentingkan konsumen, tingkat kepuasan mengenai kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut salon Muthiara dan mengenai ranking tiap salon untuk setiap atribut menurut konsumen. Penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang pernah mengunjungi Salon Johny Andrean minimal 1 kali, pernah mengunjungi Salon Anata minimal 1 kali dan pernah mengunjungi Salon Muthiara minimal 2 kali karena itu teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah dengan *Purposive Sampling*. Bagian tingkat kepentingan yang diolah dengan menggunakan metode persentase tingkat kepentingan, semua atribut termasuk kategori penting. Bagian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan diolah dengan metode IPA 4 untuk mengetahui atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran *low priority, underact, overact, maintain*. Untuk pemberian ranking, untuk masing-masing salon menggunakan *Correspondence Analysis*.

Usulan diberikan untuk Salon Muthiara agar dapat bersaing dengan salon Johny Andrean dan salon Anata didasarkan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan metode IPA 6 Kuadran. Hasil dari IPA 6 ini merupakan gabungan dari hasil IPA 4 dan CA. Usulan tersebut ada yang mendapatkan prioritas utama seperti mengikuti perkembangan salon-salon saat ini, menambahkan keterangan harga tersebut di tempat-tempat yang lebih mencolok, melakukan promosi potongan harga untuk *event-event* tertentu lebih banyak lagi, menambahkan spanduk-spanduk yang menarik (tentang diskon atau adanya jenis pelayanan baru) di depan salon atau papan salon dibuat lebih menarik dan berukuran lebih besar agar konsumen dapat mengetahui keberadaan salon Muthiara, memanfaatkan lahan kosong di dekat salon untuk area parkir, menambah promosi melalui media cetak, meningkatkan keramahan karyawan salon, memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan, hubungan antara karyawan dan manajer harus lebih baik, menyediakan kotak saran dan kritik di salon, memiliki seorang satpam, menyusun kembali interior ruangan salon. Prioritas kedua yaitu memperhatikan keadaan penerangan dan prioritas ketiga yaitu membuat paket-paket pelayanan dengan lebih menarik, mempertahankan kesopanan karyawannya, mempertahankan keadaan kebersihan salonnya, mempertahankan keadaan sirkulasi udara yang baik.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1-2
1.4. Perumusan Masalah	1-3
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6. Sistematika Penulisan	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Segmentasi	2-1
2.1.1. Segmentasi, Targeting, Positioning.....	2-2
2.1.2. Segmentasi Pasar Dalam Manajemen Pemasaran.....	2-2
2.1.3. Konsep Segmentasi Dari Masa Ke Masa	2-8
2.1.4. Perilaku Dalam Demografi	2-9
2.2. Targeting	2-11
2.2.1. Kriteria Untuk Memilih Pasar Sasaran Yang Optimal.....	2-11
2.3. Positioning.....	2-12
2.3.1. Berbagai Cara Positioning	2-13
2.4. Konsep Bauran Pemasaran.....	2-14
2.5. Populasi Dan Sampel	2-17
2.5.1. Populasi	2-17

2.5.2. Sampel	2-17
2.6. Teknik Sampel.....	2-18
2.6.1. <i>Probability Sampling</i>	2-18
2.6.2. Nonprobability Sampling	2-19
2.7. Menentukan Ukuran Sampel.....	2-20
2.8. Macam-macam Skala Pengukuran	2-21
2.9. Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	2-23
2.10. Pengujian Validitas Dan Rreliabilitas Instrumen	2-23
2.10.1. Pengujian Validitas Instrumen.....	2-23
2.10.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-25
2.11. Teknik Pengumpulan Data.....	2-26
2.11.1. <i>Interview</i> (Wawancara)	2-27
2.11.2. Kusioner (Angket).....	2-27
2.11.3. Observasi	2-27
2.12. <i>Multi Dimensional Scalling</i> (MDS) & <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	2-28
2.13. <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2-29
2.13.1. <i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	2-29
2.13.2. <i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran.....	2-30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan.....	3-1
3.2. Kajian Pustaka.....	3-1
3.3. Identifikasi Masalah.....	3-1
3.4. Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-2
3.5. Perumusan Masalah	3-2
3.6. Tujuan Penelitian	3-5
3.7. Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8. Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Awal.....	3-6
3.9. Penyusunan Kuesioner Awal.....	3-6
3.10. Penyebaran Kuesioner Awal	3-8
3.11. Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-8

3.12. Uji Validasi Konstruksi.....	3-8
3.13. Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Penelitian.....	3-8
3.14. Penentuan Jumlah Sampel.....	3-8
3.15. Penyebaran Kuesioner Penelitian (30 buah).....	3-9
3.16. Pengujian Reliabilitas.....	3-10
3.17. Pengujian Validitas Eksternal.....	3-10
3.18. Pengumpulan Data.....	3-11
3.19. Pengolahan Data Dan Analisis.....	3-11
3.20. Usulan.....	3-12
3.21. Kesimpulan Dan Saran.....	3-12

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2. Struktur Organisasi.....	4-1
4.1.3. <i>Job Description</i>	4-2
4.2. Daftar Jasa-jasa Yang Diberikan.....	4-3
4.3. Kuesioner Awal.....	4-5
4.4. Kuesioner Penelitian.....	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Instrumen.....	5-1
5.1.1. Pengujian Validitas Internal.....	5-1
5.1.2. Pengujian Reliabilitas.....	5-1
5.1.3. Pengujian Validitas Eksternal.....	5-2
5.2. Analisis Persaingan Salon Muthiara Dengan Salon-salon Pesaingnya.....	5-5
5.3. Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	5-5
5.4. Perhitungan Tingkat Kepuasan.....	5-7
5.5. Perhitungan Ranking.....	5-8
5.6. Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran.....	5-18
5.7. Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran.....	5-24

5.8. Pengolahan Kuesioner Penelitian Bagian Profil Responden dan Segmentasi.....	5-26
5.9. Analisis <i>Targeting</i>	5-35
5.10. Usulan <i>Positioning</i> Untuk Salon Muthiara	5-35
5.11. Usulan Dari Hasil <i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran.....	5-36

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.1.1. Faktor-faktor Yang Dipentingkan Konsumen Dalam Memilih Salon	6-1
6.1.2. Kelebihan-kelebihan yang Dimiliki Oleh Salon Muthiara Dibandingkan Dengan Salon Lainnya.....	6-2
6.1.3. Kelemahan-kelemahan yang Dimiliki Oleh Salon Muthiara Dibandingkan Dengan Salon Lainnya.....	6-2
6.1.4. Upaya-upaya yang Dapat Dilakukan Salon Muthiara Agar Dapat Mengungguli Salon-salon Lain yang Sudah Lebih Berkembang.....	6-3
6.2. Saran.....	6-5

DAFTAR PUSTAKA	xiv
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xv
DATA PENULIS	xvi
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Kelas Sosial Dan Penghasilan Di Kota Metropolitan	2-11
Tabel 4.1	Data Pesaing	4-5
Tabel 4.1	Data Pesaing (Lanjutan)	4-6
Tabel 4.2	Jenis Kelamin	4-6
Tabel 4.3	Status	4-6
Tabel 4.4	Usia	4-7
Tabel 4.5	Pekerjaan	4-7
Tabel 4.6	Daerah Tempat Tinggal	4-7
Tabel 4.7	Status Pekerjaan	4-7
Tabel 4.8	Penghasilan	4-8
Tabel 4.9	Uang Saku	4-8
Tabel 4.10	Frekuensi Ke Salon	4-8
Tabel 4.11	Uang Yang Dikeluarkan	4-8
Tabel 4.12	Mengetahui Salon Muthiara	4-9
Tabel 4.13	Tujuan Ke Salon	4-9
Tabel 4.14	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Pertama	4-10
Tabel 4.15	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian Kedua	4-11
Tabel 5.1	Reliabilitas Tingkat Kepuasan	5-2
Tabel 5.2	Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-2
Tabel 5.3	Validitas Tingkat Kepuasan	5-3
Tabel 5.4	Validitas Tingkat Kepentingan	5-4
Tabel 5.5	Data Persentase Tingkat Kepentingan	5-6
Tabel 5.6	Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-6
Tabel 5.7	Data Persentase Tingkat Kepuasan	5-7
Tabel 5.8	Perhitungan Tingkat Kepuasan	5-8
Tabel 5.9	Jumlah Bobot	5-8
Tabel 5.9	Jumlah Bobot (Lanjutan)	5-9

Tabel 5.10	Ranking Tiap Salon	5-11
Tabel 5.11	Rata-rata Tingkat Kepuasan	5-19
Tabel 5.12	Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-20
Tabel 5.13	Ringkasan IPA 4 (1)	5-21
Tabel 5.14	Ringkasan IPA 4 (2)	5-23
Tabel 5.15	Ringkasan IPA 6	5-24
Tabel 5.16	Jenis Kelamin	5-26
Tabel 5.17	Status	5-27
Tabel 5.18	Usia	5-27
Tabel 5.19	Pekerjaan	5-28
Tabel 5.20	Daerah Tempat Tinggal	5-29
Tabel 5.21	Status Pekerjaan	5-29
Tabel 5.22	Penghasilan	5-30
Tabel 5.23	Uang Saku	5-31
Tabel 5.24	Frekuensi Ke Salon	5-31
Tabel 5.25	Uang Yang Dikeluarkan	5-32
Tabel 5.26	Mengetahui Salon Muthiara	5-33
Tabel 5.27	Tujuan Ke Salon	5-34

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Proses Pemasaran-The Kotler Planning Mode	2-5
Gambar 2.2	Proses Pemasaran-Gabungan Kotler & Neil	2-5
Gambar 2.3	Teknik Sampling	2-18
Gambar 2.4	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	2-30
Gambar 2.5	<i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran	2-31
Gambar 3.1	Sistematika Penelitian	3-3
Gambar 3.1	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-4
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-1
Gambar 5.1	Grafik <i>row and column scores</i>	5-10
Gambar 5.2	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran	5-21
Gambar 5.3	Jenis Kelamin	5-26
Gambar 5.4	Status	5-27
Gambar 5.5	Usia	5-28
Gambar 5.6	Pekerjaan	5-28
Gambar 5.7	Daerah Tempat Tinggal	5-29
Gambar 5.8	Status Pekerjaan	5-30
Gambar 5.9	Penghasilan	5-30
Gambar 5.10	Uang Saku	5-31
Gambar 5.11	Frekuensi Ke Salon	5-32
Gambar 5.12	Uang Yang Dikeluarkan	5-32
Gambar 5.13	Mengetahui Salon Muthiara	5-33
Gambar 5.14	Tujuan Ke Salon	5-34

DAFTAR LAMPIRAN

No lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	1
2	Validasi Konstruksi	1
3	Kuesioner Penelitian	1
4	Form Hasil Seminar Isi	1
5	<i>Correspondence Analysis</i>	1