

ABSTRAK

Toko Mas Naga merupakan sebuah toko emas yang didirikan oleh Bapak Bobby Cahyadi tahun 1986. Toko ini berada di jalan Jendral Sudirman no. 601, Purwokerto. Dalam kurun waktu 10 (sepuluh) tahun (1998-2008) terakhir ini, konsumen yang mendatangi Toko Mas Naga mulai semakin menurun, dimana hal ini juga berpengaruh terhadap adanya penurunan pendapatan bagi pihak Toko Mas Naga itu sendiri. Hal itu dirasakan dengan adanya penurunan pendapatan sekitar 50% dalam 10 (sepuluh) tahun terakhir.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen Toko Mas Naga, mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan berdasarkan *Importance-Performance Analysis*, dan mengetahui usulan yang baik dan melakukan perbaikan bagi pihak Toko Mas Naga berdasarkan *Importance-Performance Analysis*, dan *Segmentation, Targeting, dan positioning*.

Kuesioner pendahuluan disebar di Toko Mas Naga Purwokerto, dengan jumlah sampel sebanyak 50 kuesioner. Penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental. Sedangkan kuesioner penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada konsumen yang datang ke Toko Mas Naga Purwokerto, dengan jumlah sampel sebanyak 200 kuesioner. Penyebaran kuesioner penelitian dilakukan dengan menggunakan teknik sampling insidental.

Importance Performance Analysis dapat digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen dengan membandingkan tingkat kepentingan atribut produk dengan kinerja perusahaan. Berdasarkan *Importance Performance Analysis*, atribut penelitian yang berada dalam kuadran A (Prioritas utama bagi perusahaan untuk ditingkatkan) diantaranya adalah produk yang ditawarkan memiliki bentuk yang bervariasi, dan produk mempunyai garansi. Berdasarkan *segmentation, targeting, dan positioning* yang menjadi target dari Toko Mas Naga adalah wanita dengan usia 30 – 39 tahun, pekerjaan sebagai pengusaha/wiraswasta dengan rata-rata pengeluaran: Rp. 200.000,- s/d Rp. 1.000.000,-, emas kuning, dengan Kadar emas: 75% (18 karat), 85% (20 karat), dan perhiasan kalung, yang digunakan untuk koleksi pribadi.

Usulan yang dapat diberikan diantaranya adalah produk lebih banyak untuk wanita, model dan bentuk produk yang bervariasi, produk memiliki ukuran berat yang tepat sesuai pada label, produk memiliki kualitas bahan dasar yang baik, produk memiliki garansi (dalam waktu 3 hari), biaya reparasi produk yang rusak lebih diturunkan lagi, pemesanan produk lebih terperinci, dan lengkap. Pencerahan, dan warna cahaya, disesuaikan dengan warna emas, etalase dan juga cermin. Peralatan, etalase, tempat tunggu, dan lain-lain dibersihkan setiap hari, pada tempat tunggu disediakan minuman dan snack gratis. Pembayaran pada Toko Mas Naga sebaiknya dilengkapi dengan menggunakan kartu kredit. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mempermudah konsumen dilakukan dalam membayar.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

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	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-3

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Pasar.....	2-3
2.3 <i>Segmentation, targeting, dan Positioning</i>	2-5
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-7
2.5 Skala Pengukuran.....	2-9
2.6 Penentuan Jumlah Sampel.....	2-12
2.7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	2-14
2.8 Bauran Pemasaran.....	2-15
2.9 Jasa.....	2-18
2.9.1 Kategori Jasa.....	2-18
2.9.2 Karakteristik Jasa.....	2-19
2.9.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	2-21
2.10 Kepuasan.....	2-23

2.10.1 Pengukuran Kepuasan.....	2-23
2.11 Test Cochran.....	2-27

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2 Studi Pustaka.....	3-4
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.4 Pembatasan Masalah	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.7 Membuat Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.8 Melakukan Uji Validitas Konstruksi.....	3-8
3.9 Menentukan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.10 Menyebarkan Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.11 Mengolah Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.12 Menyusun Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.13 Menentukan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-11
3.14 Menentukan Teknik Sampling.....	3-11
3.15 Menyebarkan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.16 Melakukan Uji Validitas.....	3-12
3.17 Melakukan Uji Reliabilitas.....	3-12
3.18 Melakukan Pengolahan Data.....	3-12
3.19 Analisis.....	3-13
3.20 Usulan.....	3-14
3.21 Kesimpulan dan Saran.....	3-5

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Toko Mas Naga.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-1
4.2 Uji Validitas Konstruksi.....	4-2

4.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.4 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-11

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian.....	5-16
5.3 Analisis <i>Importance-Performance Analysis</i>	5-31
5.4 Analisis Profil Responden Pada Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	5-41
5.5 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-50
5.6 Usulan.....	5-53

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-6

DAFTAR PUSTAKA.....	xvii
---------------------	------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
2.1	Variabel-variabel segmentasi yang utama untuk pasar Konsumen	2-4
2.2	Variabel-variabel segmentasi yang utama untuk pasar Konsumen (Lanjutan)	2-5
2.3	Contoh Perhitungan <i>Importance-Performance Analysis</i>	2-26
3.1	Atribut-Atribut Kuesioner Pendahuluan Berdasarkan 7P	3-6
3.2	Atribut-Atribut Kuesioner Pendahuluan Berdasarkan 7P (Lanjutan)	3-7
3.3	Atribut-Atribut Kuesioner Pendahuluan Berdasarkan 7P (Lanjutan)	3-8
3.4	Atribut-Atribut Dalam Kuesioner Penelitian	3-10
3.5	Atribut-Atribut Dalam Kuesioner Penelitian (Lanjutan)	3-11
4.1	Data Jenis Kelamin	4-3
4.2	Data Usia	4-3
4.3	Data Pekerjaan	4-4
4.4	Data Tempat Tinggal	4-4
4.5	Data Rata-rata Pendapatan	4-4
4.6	Data Rata-rata Pengeluaran	4-5
4.7	Data Rata-rata Berkunjung	4-5
4.8	Data Terakhir Membeli Emas	4-5
4.9	Data Keperluan Membeli Emas	4-6
4.10	Data Tempat Membeli Emas	4-6
4.11	Data Keperluan Menjual Emas	4-6
4.12	Data Tempat Menjual Emas	4-7
4.13	Data Jenis Emas	4-7

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
4.14	Data Kadar Emas	4-7
4.15	Data Jenis Perhiasan	4-8
4.16	Data Mengetahui Toko Mas Naga	4-8
4.17	Data Kuesioner Atribut-Atribut yang dianggap penting	4-9
4.18	Data Kuesioner Atribut-Atribut yang dianggap penting (lanjutan)	4-10
4.19	Data Kuesioner Atribut-Atribut yang dianggap penting (lanjutan)	4-11
4.20	Data Jenis Kelamin	4-12
4.21	Data Usia	4-12
4.22	Data Pekerjaan	4-12
4.23	Data Tempat Tinggal	4-13
4.24	Data Rata-rata Pendapatan	4-13
4.25	Data Rata-rata Pengeluaran	4-13
4.26	Data Rata-rata Berkunjung	4-14
4.27	Data Terakhir Membeli Emas	4-14
4.28	Data Keperluan Membeli Emas	4-14
4.29	Data Tempat Membeli Emas	4-15
4.30	Data Keperluan Menjual Emas	4-15
4.31	Data Tempat Menjual Emas	4-15
4.32	Data Jenis Emas	4-16
4.33	Data Kadar Emas	4-16
4.34	Data Jenis Perhiasan	4-16
4.35	Data Mengetahui Toko Mas Naga	4-17

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.1	Data Jenis Kelamin	5-1
5.2	Data Usia	5-2
5.3	Data Pekerjaan	5-2
5.4	Data Tempat Tinggal	5-3
5.5	Data Rata-rata Pendapatan	5-3
5.6	Data Rata-rata Pengeluaran	5-4
5.7	Data Rata-rata Berkunjung	5-4
5.8	Data Terakhir Membeli Emas	5-5
5.9	Data Keperluan Membeli Emas	5-5
5.10	Data Tempat Membeli Emas	5-6
5.11	Data Keperluan Menjual Emas	5-6
5.12	Data Tempat Menjual Emas	5-7
5.13	Data Jenis Emas	5-7
5.14	Data Kadar Emas	5-8
5.15	Data Jenis Perhiasan	5-8
5.16	Data Mengetahui Toko Mas Naga	5-9
5.17	Atribut-atribut yang Tidak Dibuang	5-13
5.18	Atribut-atribut yang Tidak Dibuang (Lanjutan)	5-14
5.19	Atribut-atribut yang Dibuang	5-15
5.20	Data Jenis Kelamin	5-16
5.21	Data Usia	5-17
5.22	Data Pekerjaan	5-17
5.23	Data Tempat Tinggal	5-18
5.24	Data Rata-rata Pendapatan	5-18
5.25	Data Rata-rata Pengeluaran	5-19

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.26	Data Rata-rata Berkunjung	5-19
5.27	Data Terakhir Membeli Emas	5-20
5.28	Data Keperluan Membeli Emas	5-20
5.29	Data Tempat Membeli Emas	5-21
5.30	Data Keperluan Menjual Emas	5-21
5.31	Data Tempat Menjual Emas	5-22
5.32	Data Jenis Emas	5-22
5.33	Data Kadar Emas	5-23
5.34	Data Jenis Perhiasan	5-23
5.35	Data Mengetahui Toko Mas Naga	5-24
5.36	Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Toko Mas Naga Berdasarkan <i>Importance-Performance Analysis</i>	5-31
5.37	Tingkat Kepuasan dan Tingkat Kepentingan Toko Mas Naga Berdasarkan <i>Importance-Performance Analysis</i> (Lanjutan)	5-32
5.38	Atribut-atribut Dalam Kuadran A	5-35
5.39	Atribut-atribut Dalam Kuadran B	5-36
5.40	Atribut-atribut Dalam Kuadran C	5-37
5.41	Atribut-atribut Dalam Kuadran D	5-38
5.42	Atribut-atribut Dalam Kuadran Terhadap Tingkat Kesesuaian (Tki)	5-38
5.43	Atribut-atribut Dalam Kuadran Terhadap Tingkat Kesesuaian (Tki) (Lanjutan)	5-39
5.44	Atribut-atribut Dalam Kuadran Terhadap Tingkat Kesesuaian (Tki) (Lanjutan)	5-40

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.45	Data Jenis Kelamin	5-42
5.46	Data Usia	5-42
5.47	Data Pekerjaan	5-43
5.48	Data Tempat Tinggal	5-43
5.49	Data Rata-rata Pendapatan	5-44
5.50	Data Rata-rata Pengeluaran	5-44
5.51	Data Rata-rata Berkunjung	5-45
5.52	Data Terakhir Membeli Emas	5-45
5.53	Data Keperluan Membeli Emas	5-46
5.54	Data Tempat Membeli Emas	5-46
5.55	Data Keperluan Menjual Emas	5-47
5.56	Data Tempat Menjual Emas	5-47
5.57	Data Jenis Emas	5-48
5.58	Data Kadar Emas	5-48
5.59	Data Jenis Perhiasan	5-49
5.60	Data Mengetahui Toko Mas Naga	5-49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Proses Perencanaan Pemasaran	2-2
2.2	Langkah-langkah dalam Segmentasi Pasar, Penetapan Pasar Sasaran, dan Penentuan Posisi Pasar	2-3
2.3	Empat Karakter Jasa	2-19
2.4	<i>Importance-Performance Grid</i>	2-25
3.1	Flowchart Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	Flowchart Metodologi Penelitian (Lanjutan)	3-3
4.1	Struktur Organisasi Toko Mas Naga	4-1
5.1	Diagram Kartesius antara Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan Toko Mas Naga Berdasarkan Atribut	5-35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
	Kuesioner Penelitian	L1-9
2	Hasil Kuesioner Profil Responden	L2-1
3	Hasil Kuesioner Pendahuluan	L3-1
4	Data Mentah	L4-1
	Hasil Uji Cochran	L4-4
5	Hasil Kuesioner Penelitian Harapan	L5-1
	Hasil Kuesioner Penelitian Kepuasan	L5-8
6	Hasil Uji Validitas	L6-1
	Hasil Uji Realibilitas	L6-5
7	Tabel Chi Kuadrat	L7-1