

ABSTRAK

Tomodachi Cafe yang berlokasi di Jl. Dr. Rajiman No. 5, Bandung, mengalami penurunan penjualan sebesar 30% pada tahun 2006 dibandingkan akhir tahun 2003. Banyak faktor yang mempengaruhi penurunan penjualan antara lain banyaknya pesaing, citra yang terbentuk di konsumen buruk, strategi pemasaran kurang tepat, dll. Maka dilakukan penelitian untuk mengetahui harapan dan persepsi konsumen di Tomodachi Cafe Rajiman. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak cafe dapat meningkatkan penjualannya.

Model penelitian yang digunakan adalah 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*). Penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dengan *supervisor* Tomodachi Cafe Rajiman dan pembagian kuesioner. Kuesioner terdiri dari kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Untuk kuesioner pendahuluan, jumlah sampel yang diambil 30 orang dan menggunakan teknik *sampling purposive*, disebarikan ke responden yang pernah berkunjung ke cafe. Untuk kuesioner penelitian, jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Paul Leddy dan menggunakan teknik *sampling purposive*, disebarikan ke responden yang pernah mengunjungi di Tomodachi Cafe Rajiman, dan pesaing Tomodachi Cafe Rajiman dari kuesioner pendahuluan, yaitu Tomodachi Cafe Sukajadi dan Chiba Cafe.

Pengolahan data menggunakan uji kesenjangan antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan, *Correspondence Analysis (CA)*, dan analisis gabungan IPA dan CA. Uji kesenjangan digunakan untuk mengetahui variabel mana yang tidak dapat memuaskan konsumen. CA digunakan untuk menggambarkan posisi dari obyek yang diteliti terhadap obyek lainnya. Analisis gabungan IPA dan CA digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kinerja Tomodachi Cafe Rajiman jika dibandingkan dengan pesaing untuk tiap variabel.

Hasil penelitian yang diperoleh berdasarkan uji kesenjangan, maka dapat diketahui bahwa dari 39 variabel yang diuji, masih terdapat 16 variabel yang tidak dapat memuaskan konsumen. Dalam uji kesenjangan, prioritas utama ditujukan untuk variabel yang tidak dapat memuaskan konsumen. Jika dari CA, dapat diketahui bahwa terdapat 9 variabel yang menjadi keunggulan dan 30 variabel yang menjadi kelemahan cafe. Dalam CA, prioritas utama ditujukan untuk variabel yang menjadi kelemahan cafe dibandingkan dengan pesaingnya. Jika dari analisis gabungan IPA dan CA, maka dapat diketahui bahwa terdapat 9 variabel yang berada dalam kuadran mutlak unggul, 10 variabel berada dalam kuadran bersaing, dan 20 variabel berada kuadran mutlak tertinggal.

Prioritas usulan dilakukan berdasarkan hasil uji kesenjangan dan analisis gabungan IPA dan CA. Beberapa usulan yang diberikan agar Tomodachi Cafe Rajiman dapat meningkatkan jumlah penjualan adalah : adanya kreativitas untuk mempercantik sajian makanan, adanya pembagian *shift* yang teratur agar beban tiap pelayan merata, mengatur tata letak parkir mobil sehingga polusi dari mobil dapat menghadap ke jalan raya, adanya pelatihan pelayan mengenai menu agar mampu menjelaskan kepada konsumen, menambah petugas keamanan, menggunakan desain *interior* berupa alam dan lain-lain.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
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	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian.....	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-1
2.1.3 Kualitas Jasa	2-2
2.1.3.1 Pengertian.....	2-2
2.1.3.2 Dimensi Kualitas Jasa	2-3
2.1.3.3 Konsep Kualitas Jasa	2-4
2.1.3.4 Sumber Kualitas Jasa	2-5
2.2 Pemasaran.....	2-5
2.2.1 Pengertian.....	2-5

2.2.2 Strategi Pemasaran	2-5
2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	2-9
2.3.1 Pengertian.....	2-9
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	2-10
2.4 Skala Pengukuran	2-11
2.5 Teknik Pengumpulan Data	2-15
2.6 Populasi dan Sampel.....	2-17
2.7 Teknik Sampling.....	2-17
2.8 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-19
2.8.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-20
2.8.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.9 Penentuan Jumlah Sampel	2-24
2.10 Pengolahan Data	2-26
2.10.1 Uji Kesenjangan Data.....	2-26
2.10.2 <i>Correspondence Analysis</i>	2-27
2.11 Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i> (STP)	2-28
2.11.1 Segmentasi	2-29
2.11.2 <i>Targetting</i>	2-30
2.11.3 <i>Positioning</i>	2-30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-1
3.2 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.3 Pembatasan Masalah	3-4
3.4 Perumusan Masalah	3-4
3.5 Tujuan Penelitian	3-4
3.6 Studi Kepustakaan.....	3-4
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-4
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.9 Pengujian Validitas Konstruk	3-7
3.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-7

3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.12 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-8
3.13 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-9
3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.15 Pengujian Validitas Data.....	3-10
3.16 Pengujian Reliabilitas Data	3-11
3.17 Pengolahan Data.....	3-11
3.18 Analisis.....	3-12
3.19 Kesimpulan dan Saran.....	3-13

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3 <i>Job Description</i>	4-3
4.2 Pengumpulan Data.....	4-5
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2.2 Kuesioner Penelitian.....	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2.1 Penentuan Pesaing.....	5-3
5.2.2 Alasan Lain dalam Pemilihan Cafe	5-3
5.3 Pengolahan Kuesioner Penelitian	5-4
5.3.1 Pengujian Validitas Instrumen	5-4
5.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-5
5.4 Uji Kesenjangan	5-6
5.4.1 Analisis Kesenjangan Variabel Produk	5-8
5.4.2 Analisis Kesenjangan Variabel Harga.....	5-9
5.4.3 Analisis Kesenjangan Variabel Tempat	5-9

5.4.4 Analisis Kesenjangan Variabel Promosi	5-9
5.4.5 Analisis Kesenjangan Variabel Orang	5-10
5.4.6 Analisis Kesenjangan Variabel Bukti Fisik.....	5-11
5.4.7 Analisis Kesenjangan Variabel Proses	5-12
5.5 Pembuatan <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-12
5.6 Pengolahan Analisis Gabungan IPA dan CA	5-21
5.7 Pengolahan Profil Responden.....	5-25
5.8 Penentuan Segmentasi, <i>Targetting</i> , dan <i>Positioning</i>	5-27
5.8.1 Segmentasi.....	5-27
5.8.2 <i>Targetting</i>	5-29
5.8.3 <i>Positioning</i>	5-30
5.9 Prioritas Usulan	5-31
5.10 Usulan	5-32

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA xv

LAMPIRAN..... xvi

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Penentuan Jumlah Sampel Berdasarkan Metode Isaac dan Michael	2-25
4.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	4-6
5.1	Kesimpulan Akhir Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Pesaing Kuesioner Pendahuluan	5-3
5.3	Hasil Pengujian Validitas	5-4
5.4	Uji Kesenjangan	5-6
5.5	Kesenjangan Variabel Produk	5-8
5.6	Kesenjangan Variabel Harga	5-9
5.7	Kesenjangan Variabel Tempat	5-9
5.8	Kesenjangan Variabel Promosi	5-9
5.9	Kesenjangan Variabel Orang	5-10
5.10	Kesenjangan Variabel Bentuk Fisik	5-11
5.11	Kesenjangan Variabel Proses	5-12
5.12	Urutan Peringkat Cafe Berdasarkan <i>Correspondence Analysis</i>	5-16
5.13	Analisis Gabungan IPA dan CA	5-22
5.14	Pengolahan Profil Responden	5-25
5.15	Penentuan Prioritas	5-31
5.16	Prioritas Usulan	5-32

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-10
2.2	Teknik Sampling	2-18
3.1	<i>Flow Chart</i> Penelitian	3-2
4.1	Struktur Organisasi Cafe Rajiman	4-2
5.1	Wilayah Kritis Data No.1	5-7
5.2	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-13
5.3	Contoh Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Variabel 39	5-14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
	Kuesioner Penelitian	L1-2
2	Data Mentah	L2-1
3	Uji Cochran	L3-1
4	Hasil Pengujian SPSS	L4-1
5	Tabel-tabel	L5-1
6	Komentar Dosen Penguji	
	- Seminar Proposal	L6-1
	- Validitas Konstruk	L6-5
	- Seminar Isi	L6-9
	- Sidang Tugas Akhir	L6-13