

ABSTRAK

Kota Bandung merupakan Kota wisata kuliner. Banyak jenis-jenis restoran yang bermunculan di Kota Bandung, salah satu restoran khas Jepang yakni Kuma Ramen Jalan Cipaganti Bandung. Permasalahan yang muncul di Kuma Ramen adalah penurunan penjualan bulan Januari 2013 ke bulan Maret tahun 2013 sebesar 11,7%. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor penyebab terjadinya penurunan, mengetahui persaingan Kuma Ramen Cipaganti dengan pesaingnya, memberikan usulan dalam rangka meningkatkan rata-rata penjualan. Kemungkinan faktor penyebab masalah diatas adalah ketidakmampuan bersaing Kuma Ramen Cipaganti dengan kompetitor, strategi pemasaran yang tidak tepat, Kuma Ramen Cipaganti belum mengetahui perilaku konsumen, konsumen yang tidak puas terhadap menu mie ramen yang sering habis, dan kemampuan *chef* dalam mengolah mie ramen belum kompeten.

Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pemilik restoran. Penyebaran kuesioner pendahuluan mengembangkan konsep *Marketing Mix 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence)*. Penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 50 responden dan kuesioner penelitian sebanyak 120 responden. Dari hasil kuesioner pendahuluan diketahui pesaing dari Kuma ramen Cipaganti yaitu Gokana Ramen Bistro dan persentase tingkat kepentingan setiap pernyataan. Skala pengukuran yang digunakan pada kuesioner pendahuluan adalah skala *Likert*. Dan pengolahan data kuesioner pendahuluan dengan menggunakan metode uji *Cochran*. Kuesioner penelitian akan dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas. Kuesioner penelitian bertujuan memperoleh Profil Konsumen. Teknik sampling kuesioner penelitian yang digunakan adalah teknik sampling *Purposive*. Metode pengolahan data *Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis (IPA)* dan hipotesis ketidakpuasan. Uji Hipotesis ketidakpuasan dilakukan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat performansi Kuma ramen Cipaganti, *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui sebaran kuadran dari setiap variabel dan *Correspondence Analysis* untuk mengetahui persaingan Kuma Ramen Cipaganti dengan pesaingnya apakah tertinggal, bersaing ataukah unggul.

Target pasar Kuma Ramen adalah konsumen dengan status sebagai mahasiswa, biaya per porsi mie ramen (Rp 25.500-Rp 30.000), Domisili (Bandung Utara dan Barat). Positioning Kuma Ramen Cipaganti yakni restoran yang menawarkan Mie Ramen yang impor dengan suasana khas Negara Jepang dengan varian tingkat kepedasan kuah mie ramen sesuai keinginan konsumen.

Dari hasil pengolahan data didapatkan beberapa usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan. Usulan diantaranya yaitu melakukan inovasi dari kuah mie ramen, mencari distributor yang tepat dalam penyediaan bahan baku, desain interior ruangan yang memberi kesan bahwa pengunjung sedang berada di restoran Negara Jepang, dan mengadakan program potongan harga dengan kartu mahasiswa atau voucher makanan, lomba makan mie ramen, menawarkan mie ramen yang kepedasannya sesuai keinginan pengunjung, penyediaan fasilitas *wi-fi* bagi pengunjung, melakukan promosi di media internet dan radio.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	2-1
2.1.2 Konsep Produk, Produksi dan <i>Selling</i>	2-3
2.1.3 Konsep <i>Marketing</i>	2-4
2.2 Strategi Pemasaran dalam Berbagai Posisi Persaingan.....	2-5
2.3 <i>Marketing Mix</i>	2-6
2.4 <i>Segmentasi, Targetting dan Positioning</i>	2-8
2.5 <i>Correspondence Analysis</i>	2-13
2.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-15
2.7 Kepuasan Konsumen	2-16
2.8 Teknik Pengumpulan Data.....	2-17

2.9 Validitas Dan Reliabilitas	2-21
2.9.1 Validitas	2-21
2.9.2 Reliabilitas	2-21
2.10 Populasi dan Sampel	2-22
2.11 Skala Pengukuran	2-24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 <i>Flow Chart</i>	3-1
3.2 Keterangan <i>Flow Chart</i>	3-4
3.2.1 Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2.2 Penentuan Objek Penelitian	3-4
3.2.3 Identifikasi Masalah	3-4
3.2.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah	3-5
3.2.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.2.7 Studi Pustaka	3-6
3.2.8 Penentuan Variabel Penelitian	3-6
3.2.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2.10 Penentuan Ukuran Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2.11 Pengujian Validitas Konstruk	3-8
3.2.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.2.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.2.14 Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Penelitian	3-10
3.2.15 Penentuan Ukuran Sampel Kuesioner Penelitian	3-10
3.2.16 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-11
3.2.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.18 Pengolahan Kuesioner Penelitian	3-13
3.2.19 Pengujian Validitas	3-13
3.2.20 Pengujian Reliabilitas	3-14
3.2.21 Pengolahan Data	3-14
3.2.22 Analisis	3-19

3.2.23 Usulan	3-21
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Perusahaan	4-1
4.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.3 Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.3.1 Hasil Kompetitor	4-6
4.3.2 Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan	4-8
4.4 Hasil Kuesioner Penelitian.....	4-9
4.4.1 Segmentasi Restoran Mie Ramen	4-11
4.4.2 Ranking Kuma Ramen dan Gokana Ramen Bistro	4-15
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Pengolahan Data	5-1
5.1.1 Pengolahan Uji Cochran Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.2 Validitas Dan Reliabilitas	5-9
5.1.2.1 Validitas	5-9
5.1.2.2 Relibilitas	5-15
5.1.3 <i>Correspondence Analysis</i>	5-16
5.1.4 Matriks <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-23
5.1.5 Pengujian Hipotesis Kepuasan	5-35
5.1.5.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-35
5.1.6 Hasil Kuesioner Profil Konsumen	5-42
5.1.7 Segmentasi, <i>Targetting</i> dan <i>Positioning</i>	5-53
5.2 Prioritas Perbaikan	5-57
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran Perbaikan	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Tabel Omzet Kuma Ramen 2012-2013	1-3
3.1	Tabel Variabel Penelitian	3-7
3.2	Tabel Variabel Penelitian (lanjutan)	3-8
3.3	Tabel Skema Prioritas Perbaikan	3-22
4.1	Tabel Kompetitor Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.2	Tabel Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan	4-8
4.3	Tabel Variabel yang dibuang	4-9
4.4	Tabel Variabel Kuesioner Penelitian	4-10
4.5	Tabel Segmentasi Status Pekerjaan	4-11
4.6	Tabel Segmentasi Biaya Per Porsi	4-11
4.7	Tabel Segmentasi Pilihan Menu	4-11
4.8	Tabel Segmentasi Sumber Informasi	4-11
4.9	Tabel Segmentasi Asal Kota	4-12
4.10	Tabel Segmentasi Domisili Bandung	4-12
4.11	Tabel Segmentasi Kedatangan Ke-	4-12
4.12	Tabel Segmentasi Jam Kedatangan	4-12
4.13	Tabel Segmentasi Lama Kunjungan	4-13
4.14	Tabel Segmentasi Jumlah Orang	4-13
4.15	Tabel Segmentasi Datang Bersama Siapa	4-13
4.16	Tabel Segmentasi Penyediaan <i>Smoking Area</i>	4-13
4.17	Tabel Segmentasi Penyediaan Fasilitas Wi-fi	4-14
4.18	Tabel Segmentasi Vegetarian	4-14
4.19	Tabel Segmentasi Alasan Kedatangan	4-14

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.20	Tabel Hasil Ranking	4-15
5.1	Tabel Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Tabel Uji Cochran Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.3	Tabel Variabel Kuesioner Penelitian Hasil Pengolahan	5-5
5.4	Tabel Variabel Kuesioner Penelitian Hasil Pengolahan (lanjutan)	5-6
5.5	Tabel Tingkat Kepentingan Kuesioner Penelitian	5-7
5.6	Tabel Tingkat Kepentingan Kuma Ramen	5-8
5.7	Hasil SPSS Tingkat Kepentingan	5-10
5.8	Tabel Validitas Tingkat Kepentingan	5-11
5.9	Hasil SPSS Tingkat Performansi Kuma Ramen	5-13
5.10	Tabel Validitas Tingkat Performansi Kuma Ramen	5-14
5.11	Tabel Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-15
5.12	Tabel Reliabilitas Tingkat Performansi Kuma Ramen	5-15
5.13	Jarak Sebaran Variabel Ranking	5-19
5.14	Tabel Hasil Ranking	5-20
5.15	Hasil Tabel Keunggulan Kuma Ramen	5-21
5.16	Tabel Keunggulan Gokana Ramen Bistro	5-22

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.17	Tabel Rangkuman Tingkat kepentingan Dan Performansi	5-23
5.18	Tabel Kuadran Variabel	5-25
5.19	Tabel Rangkuman Kuadran Variabel	5-26
5.20	Tabel Kesimpulan IPA	5-26
5.21	Tabel Kuadran Variabel $\bar{x} \geq 3$ & $\bar{y} \geq 3$	5-28
5.22	Tabel Hasil Hipotesis Ketidakpuasan	5-36
5.23	Tabel Segmentasi Status Pekerjaan	5-42
5.24	Tabel Segmentasi Biaya Per Porsi	5-42
5.25	Tabel Segmentasi Pilihan Menu	5-42
5.26	Tabel Segmentasi Sumber Informasi	5-43
5.27	Tabel Segmentasi Asal Kota	5-43
5.28	Tabel Segmentasi Domisili Bandung	5-43
5.29	Tabel Segmentasi Kedatangan Ke-	5-43
5.30	Tabel Segmentasi Jam Kedatangan	5-44
5.31	Tabel Segmentasi Lama Kunjungan	5-44
5.32	Tabel Segmentasi Jumlah Orang	5-44
5.33	Tabel Segmentasi Datang Bersama Siapa	5-44
5.34	Tabel Segmentasi Penyediaan <i>Smoking Area</i>	5-45
5.35	Tabel Segmentasi Penyediaan Fasilitas Wi-fi	5-45
5.36	Tabel Segmentasi Vegetarian	5-45
5.37	Tabel Segmentasi Alasan Kedatangan	5-45
5.38	Tabel Profil Konsumen	5-54
5.39	Target Pasar	5-55
5.40	Tabel Rangkuman Prioritas Perbaikan	5-58

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Fluktuasi Omzet 2012-2013	1-3
2.1	Konsep Inti Pemasaran	2-2
2.2	Konsep Produksi, Produk dan <i>Selling</i>	2-4
2.3	Konsep <i>Marketing</i>	2-4
2.4	IPA	2-14
2.5	Wilayah Kritis	2-16
2.6	Teknik Sampling	2-22
3.1	<i>Flow Chart</i>	3-1
3.2	<i>Flow Chart</i> (lanjutan)	3-2
3.3	<i>Flow Chart</i> (lanjutan)	3-3
3.4	Wilayah Kritis	3-15
3.5	Kuadran Importance Performance Analysis	3-16
3.6	Skema Pengolahan Data	3-19
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Wilayah Kritis Chi-Square Pengujian ke-21	5-4
5.2	Hasil Output Sebaran Variabel Correspondence Analysis 1	5-17
5.3	Hasil Output Sebaran Variabel Correspondence Analysis 2	5-17
5.4	Hasil Output Sebaran Variabel Correspondence Analysis 3	5-18
5.5	Grafik Matriks IPA	5-27
5.6	Wilayah Kritis	5-37
5.7	Menu Kuma Ramen	5-39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.8	Segmentasi Status Pekerjaan	5-46
5.9	Segmentasi Biaya Per Porsi	5-46
5.10	Segmentasi Pilihan Menu	5-47
5.11	Segmentasi Sumber Informasi	5-47
5.12	Segmentasi Asal Kota	5-48
5.13	Segmentasi Domisili Bandung	5-48
5.14	Segmentasi Kedatangan Ke-	5-49
5.15	Segmentasi Jam Kedatangan	5-49
5.16	Segmentasi Lama Kunjungan	5-50
5.17	Segmentasi Jumlah Orang	5-50
5.18	Segmentasi Datang Bersama Siapa	5-51
5.19	Segmentasi Penyediaan <i>Smoking Area</i>	5-51
5.20	Segmentasi Penyediaan Fasilitas Wi-fi	5-52
5.21	Segmentasi Vegetarian	5-52
5.22	Segmentasi Alasan Kedatangan	5-53
5.23	Logo Kuma Ramen	5-56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-3
3	Tabel r <i>Product Moment</i>	L3-8
4	Tabel Uji Z	L4-9
5	Tabel Data Mentah	L5-10
6	Hasil Output SPSS	L6-20