

ABSTRAK

PD.TjiaSoeLiang adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang penjualan, yang menjual produk berupa sepatu dan sandal. Usaha ini terletak di Pasar Baru Lantai Dasar 2, Blok J28, Bandung. Berdasarkan wawancara dengan pihak pemilik, diketahui bahwa terjadi penurunan rata-rata angka penjualan dari semester kedua tahun 2008 sampai pada semester pertama di tahun 2009 sebesar kurang lebih 20% jika dibandingkan dengan periode sebelumnya.

Hal yang mungkin menjadi penyebab terjadinya masalah antara lain; pihak P.D TjiaSoeLiang belum mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan pelanggannya, kedua;bertambah banyaknya pesaing, ketiga; beralihnya pelanggan ke tempat lain akibat dari ketidakpuasan yang timbul karena kinerja yang diberikan belum optimal, keempat; P.D TjiaSoeLiang belum mengetahui dan memiliki *segmentation, targeting, positioning* yang baik (potensial) dan sesuai, sehingga mempengaruhi kepuasan dari pelanggannya, kelima; terjadinya inflasi yang mempengaruhi kemampuan beli pelanggan.

Adapun beberapa tujuan penelitian yang hendak dicapai antara lain, mengetahui tingkat kepuasan pelanggan; mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning*; mengetahui faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman; dapat memberikan usulan yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan dan peningkatan penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei dan wawancara. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Proses identifikasi variabel penelitian didasarkan pada konsep 7P (*Product, Price, Place, promotion, People, Process, Physical Evidence*). Kuesioner disebarkan ke 120 responden, menggunakan teknik *Sampling Purposive* (Pelanggan Grosir).

Pengolahan data dilakukan dengan metode *Importance-Performance Analysis* (IPA); input data berasal dari kuesioner penelitian, sehingga diketahui sebaran variabel berdasarkan IPA 4 Kuadran. Untuk *segmentation, targeting, dan positioning*, diketahui yang menjadi target adalah toko eceran; berdomisili di daerah Bandung Selatan; membeli dalam partai kecil (1-5 dus); frekuensi pembelian 5-8 kali sebulan; pelanggan yang tidak mementingkan teknologi, tetapi mementingkan harga, pelayanan dan memiliki kesetiaan. *Positioning* P.D TjiaSoeLiang adalah produk dengan kualitas baik, variatif, murah, dan pelayanan yang memuaskan. Kemudian pembuatan Matrik *Internal Factor Evaluation*, Matrik *External Factor Evaluation*, Matrik *Internal-External*, dan Matrik SWOT.

Kesimpulan akhir yang didapatkan dari matrik SWOT adalah empat alternatif strategi utama yang kemudian diklasifikasikan kedalam 7P untuk dijadikan sebagai usulan. Adapun hasilnya sebagai berikut: *Product* (menjaga kualitas produk yang dijual; menambah variasi produk sandal pria dan sepatu wanita); *Price* (menaikan margin keuntungan); *Place* (membuka cabang); *People* (pelatihan karyawan); *Promotion* (*advertising, telemarketing, referral, joint venture*); *Process* (memperkerjakan *sales*, memperbesar pembelian per konsumen, persyaratan kredit dipermudah, persyaratan sistem titip jual dipermudah, menjaga dan meningkatkan kepuasan dari harga, kualitas, dan pelayanan, menambah akses pemesanan yang lebih mudah bagi pelanggan); *Physical Evidence* (memasang plang nama toko).

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1 – 1
1.2 Identifikasi Masalah	1 – 2
1.3 Perumusan Masalah.....	1 – 2
1.4 Pembatasan Masalah.....	1 – 2
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 – 3
1.6 Sistematika Pendahuluan	1 – 3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Definisi Pemasaran	2 – 1
2.1.1 Bauran Pemasaran	2 – 2
2.2 Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan.....	2 – 3
2.3 Macam-macam Data Penelitian	2 – 4
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 4
2.4.1 Wawancara	2 – 5
2.4.1.1 Wawancara Terstruktur	2 – 6
2.4.1.2 Wawancara Tidak Terstruktur	2 – 6
2.4.2 Kuesioner (Angket)	2 – 6
2.4.3 Observasi	2 – 7
2.5 Populasi	2 – 8
2.6 Sampel	2 – 9
2.7 Teknik Sampling	2 – 9
2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2 – 10
2.7.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	2 – 11

2.8 Macam-macam Skala Pengukuran	2 – 13
2.8.1 Skala Likert	2 – 13
2.8.2 Skala Guttman	2 – 13
2.8.3 <i>Sematic Differential Scale</i>	2 – 13
2.8.4 <i>Rating Scale</i>	2 – 14
2.9 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 – 14
2.9.1 Pengujian Validitas	2 – 14
2.9.2 Pengujian Reliabilitas	2 – 15
2.10 <i>Importance-Performance Analysis</i>	2 – 16
2.11 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2 – 18
2.12 <i>Internal Factor Evaluation Matrix</i> (IFE Matrik)	2 – 20
2.13 <i>External Factor Evaluation Matrix</i> (EFE Matrik)	2 – 21
2.14 Intenal Eksternal Matrik (IE Matrik)	2 – 22
2.15 Matrik SWOT	2 – 23

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sistematika Penelitian	3 – 1
3.2 Penelitian Pendahuluan	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 – 4
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 – 6
3.9 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 – 6
3.10 <i>Cochran Q Test</i>	3 – 6
3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 – 7
3.12 Uji Validitas Konstruksi	3 – 8
3.13 Penentuan Jumlah Sampel	3 – 8
3.14 Menyebarkan Kuesioner Penelitian	3 – 9
3.15 Pengujian Validitas Eksternal	3 – 10
3.16 Pengujian Reliabilitas	3 – 10

3.17 Menyusun Pedoman Wawancara	3 – 11
3.18 Wawancara.....	3 – 11
3.19 Pengumpulan Data.....	3 – 12
3.20 Pengolahan Data.....	3 – 12
3.21 Analisis	3 – 13
3.22 Kesimpulan dan Saran	3 – 13
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data umum perusahaan.....	4 – 1
4.1.1 Struktur Organisasi	4 – 2
4.1.2 <i>Job Description</i>	4 – 2
4.2 Pengumpulan Data.....	4 – 3
4.2.1 Data Hasil Wawancara.....	4 – 3
4.2.2 Data Kuesioner Pendahuluan	4 – 7
4.2.3 Data Kuesioner Penelitian.....	4 – 8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 <i>Cochran Q Test</i>	5 – 1
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner Penelitian ...	5 – 10
5.2.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5 – 10
5.3 Pengolahan Data	5 – 15
5.3.1 <i>Importance-Performance Analysis</i>	5 – 15
5.3.2 Analisis.....	5 – 18
5.3.3 Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5 – 19
5.3.3.1 Analisis <i>Segmentation</i>	5 – 20
5.3.3.2 Analisis <i>Targeting</i>	5 – 24
5.3.3.3 Analisis <i>Positioning</i>	5 – 24
5.3.4 Pengolahan dan Analisis SWOT	5 – 25
5.3.4.1 Internal Faktor	5 – 26
5.3.4.2 Eksternal Faktor	5 – 30
5.3.4.3 Matrik Internal Eksternal	5 – 31
5.3.4.4 Matrik SWOT	5 – 32
5.3.4.5 Analisis SWOT dan Usulan.....	5 – 36

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6 – 1
6.2 Saran	6 – 5

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Tabel Segmentasi Pasar Bisnis	2 – 18
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3 – 5
4.1	Tabel Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Pendahuluan	4 – 8
4.2	Tabel Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian Bagian I	4 – 9
4.3	Tabel Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian Bagian II	4 – 10
4.4	Tabel Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Penelitian Bagian III	4 – 11
5.1	Tabel Uji Validitas Kepentingan 1	5 – 11
5.2	Tabel Uji Validitas Kepentingan 2	5 – 12
5.3	Tabel Uji Validitas Kepuasan 1	5 – 13
5.4	Tabel Uji Validitas Kepuasan 2	5 – 14
5.5	Tabel Data Mentah Matrik IPA	5 – 16
5.6	Tabel Klasifikasi Data <i>Importance-Performance Diagram</i>	5 – 18
5.7	Tabel Klasifikasi <i>Strength</i> dan <i>Weakness</i>	5 – 27
5.8	Tabel Nilai Median Tingkat Kepuasan	5 – 28
5.9	Tabel Kelas Tingkat Kepuasan dan <i>Rating</i> Matrik IFE	5 – 28
5.10	Tabel Nilai Tingkat Kepuasan Pelanggan	5 – 29
5.11	Matrik IFE	5 – 30
5.12	Nilai <i>Rating</i> Matrik EFE	5 – 31
5.13	Matrik EFE	5 – 31
5.14	Matrik SWOT	5 – 35
6.1	Tabel Rangkuman SWOT	6 – 3

DAFTAR GAMBAR

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Klasifikasi Data	2 – 4
2.2	Jenis-Jenis Teknik Sampling	2 – 9
2.3	<i>Importance-Performance Diagram</i>	2 – 17
2.4	Matrik IE	2 – 23
3.1	Flow-chart	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi	4 – 2
5.1	Grafik Chi Kuadrat 1	5 – 2
5.2	Grafik Chi Kuadrat 2	5 – 3
5.3	Grafik Chi Kuadrat 3	5 – 4
5.4	Grafik Chi Kuadrat 4	5 – 5
5.5	Grafik Chi Kuadrat 5	5 – 6
5.6	Grafik Chi Kuadrat 6	5 – 7
5.7	Grafik Chi Kuadrat 7	5 – 9
5.8	<i>Importance-Performance Diagram</i>	5 – 17
5.9	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 1	5 – 20
5.10	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 2	5 – 21
5.11	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 3	5 – 21
5.12	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 4	5 – 22
5.13	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 5	5 – 23
5.14	Contoh Plang Nama Toko Usulan	5 – 25
5.15	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 6	5 – 32
5.16	<i>Pie-Chart</i> Kuesioner Penelitian 7	5 – 33

DAFTAR LAMPIRAN

Tabel	Judul	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA – I
A	Kuesioner Penelitian	LA – II
A	Validitas Konstruk	LA – III
B	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	LB – I
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian	LB – II
C	Pengolahan SPSS	LC
D	Pedoman Wawancara	LD
E	Tabel Normal	LE – I
E	Tabel <i>Chi-Square</i>	LE – II
E	Tabel <i>r-product moment</i>	LE – III
F	Surat Keterangan Perusahaan	LF – I