

## ABSTRAK

Setiap perusahaan berusaha untuk membuat strateginya masing-masing untuk mendapatkan konsumen. Semakin banyaknya minimarket dan supermarket, otomatis membuat konsumen mulai banyak beralih untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dari toko kecil ke minimarket moderen. Sehingga toko kecil harus mengetahui kebutuhan konsumen dan melengkapi apa yang diinginkan para konsumen. Maka dalam penelitian kali ini akan dilakukan penelitian pada toko kelontongan yaitu toko Foet, sebuah toko kelontongan kecil yang berdiri pertama kali pada tahun 1934 dimana toko ini memiliki banyak pesaing dalam menjalankan usahanya di daerah Rama dan dengan semakin banyaknya pesaing ini telah menimbulkan penurunan omzet penjualan sejak awal tahun 2000 sampai sekarang. Toko ini memiliki lokasi di Jl. Rama no.11a, Bandung. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui target pasar, kelebihan dan kekurangan, diferensiasi yang dimiliki toko Foet, citra toko Foet di mata konsumen, dan strategi bauran pemasaran yang paling sesuai bagi toko Foet.

Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarkan pada 120 responden dan melakukan wawancara pada pemilik toko Foet untuk mengetahui masalah-masalah yang menyebabkan terjadinya penurunan omzet di toko Foet. Lalu untuk mengolah data yang sudah didapatkan digunakan metode *Correspondence Analysis (CA)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

Segmentasi pasar ditentukan sebelum kuesioner dibagikan pada para responden. Setelah kuesioner didapatkan maka dapat diketahui siapa yang menjadi target pasar toko Foet yaitu ibu rumah tangga dengan rentang umur 41-50 tahun dengan pendapatan dalam keluarga Rp. 2-4 juta/bulan. Dari hasil penelitian menggunakan metode IPA didapatkan kelebihan dan kekurangan dari toko Foet. Lalu kelebihan dan kekurangan dari para pesaing dapat diketahui dengan menggunakan metode CA. Dari CA ini pula dapat diketahui diferensiasi dari toko Foet dibandingkan dengan pesaing lainnya. Diferensiasi toko Foet terletak pada keramahan pelayanan pada konsumen dan jumlah variasi produk yang sangat lengkap. Dari usulan *positioning*, diharapkan toko Foet dapat menjadi toko yang paling utama dikunjungi konsumen karena kelengkapan variasi produk yang dijual, keramahan pelayanan, kenyamanan dan kebersihan *interior* di dalam toko, dan juga dekatnya lokasi toko dengan konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah strategi bauran pemasaran yang dapat membuat para konsumen tertarik berbelanja di toko Foet, yaitu dengan melakukan perubahan tata letak dan desain di dalam toko yang dapat membuat para konsumen nyaman, menjaga kebersihan produk yang dijual dan kebersihan di dalam toko, menambah pegawai untuk melayani para konsumen, menyediakan jasa antar air galon dan gas, dll.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
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 – 3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Dasar Pemasaran.....	2 – 1
2.2 Identifikasi Masalah.....	2 – 5
2.2.1 Segmentasi berdasarkan demografis.....	2 – 5
2.2.2 Segmentasi berdasarkan psikografis .....	2 – 10
2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	2 – 10
2.4 IPA ( <i>Importance Performance Analysis</i> ) .....	2 – 11
2.5 Kepuasan Pelanggan .....	2 – 13
2.6 Peta Posisi CA ( <i>Correspondence Analysis</i> ).....	2 – 14
2.7 Diferensiasi .....	2 – 15
2.8 <i>Marketing Mix</i> /Bauran Pemasaran.....	2 – 16
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 <i>Flowchart</i> .....	3 – 2
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3 – 3

3.3 Tinjauan Pustaka.....	3 – 3
3.4 Identifikasi Masalah .....	3 – 3
3.5 Perumusan Masalah .....	3 – 4
3.6 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3 – 4
3.7 Tujuan Penelitian .....	3 – 5
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....	3 – 5
3.9 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3 – 5
3.10 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan .....	3 – 6
3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3 – 6
3.12 Penyusunan Variabel-variabel Penelitian .....	3 – 11
3.13 Penentuan Jumlah Sampel .....	3 – 12
3.14 Pengujian Validitas Konstruk .....	3 – 12
3.15 Penyebaran Kuesioner .....	3 – 13
3.16 Pengujian Validitas isi .....	3 – 13
3.17 Pengujian Reliabilitas .....	3 – 14
3.18 Pengumpulan Data .....	3 – 14
3.19 Pengolahan Data dan Analisis .....	3 – 15
3.20 Kesimpulan dan Saran .....	3 – 15
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA</b>	
4.1 Sejarah Perusahaan .....	4 – 1
4.2 Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4 – 2
4.3 Penyusunan Kueioner Penelitian .....	4 – 4
4.4 Validitas Konstruk .....	4 – 5
4.5 Penentuan Jumlah Populasi dan Sampel.....	4 – 6
4.6 Pemeriksaan Kuesioner.....	4 – 6
4.7 Rekapitulasi Data Responden .....	4 – 7
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b>	
5.1 Analisis Segmentasi .....	5 – 1
5.2 Analisis Targeting.....	5 – 4
5.3 Pengujian Validitas Isi .....	5 – 5
5.4 Pengujian Reliabilitas .....	5 – 8

5.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5 – 11
5.6 Kelebihan dan Kekurangan Toko Foet .....	5 – 15
5.7 <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5 – 17
5.8 Analisis Pesaing .....	5 – 27
5.8.1 Toko Anyar .....	5 – 27
5.8.2 Alfamart .....	5 – 29
5.9 Diferensiasi Toko Foet.....	5 – 32
5.10 Analisis Positioning .....	5 – 34
5.11 Gabungan Metode IPA dengan CA .....	5 – 35
5.11 Strategi Bauran Pemasaran Toko Foet (7P).....	5 – 36
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	6 – 1
6.2 Saran .....	6 – 4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Tabel Kuesioner	3 – 11
4.1	Tabel Kuesioner Pendahuluan	4 – 3
5.1	Tabel Validitas Kepentingan	5 – 6
5.2	Tabel Validitas Kepuasan	5 – 7
5.3	Tabel Tingkat Kepentingan	5 – 11
5.4	Tabel Tingkat Kepuasan	5 – 12
5.5	Tabel Kesimpulan IPA	5 – 13
5.6	Tabel Jumlah Total Ranking	5 – 17
5.7	Tabel Ranking	5 – 19
5.8	Tabel Prioritas Perbaikan	5 – 35

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Gambar IPA	2 – 11
3.1	Gambar <i>Flowchart</i>	3 – 2
3.2	Gambar Kerangka Pemikiran	3 – 6
4.1	Peta Komplek Rama	4 – 3
5.1	Gambar Grafik IPA	5 – 13
5.2	Gambar <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 18

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1 – 1
2	Kuesioner Penelitian	L2 – 1
3	Lampiran Data Responden	L3 – 1
4	Lampiran Skala Kepentingan	L4 – 1
5	Lampiran Skala Kepuasan	L5 – 1
6	Lampiran Ranking Toko	L6 – 1
7	CA setiap Variabel	L7 – 1
8	Foto Toko Foet	L8 – 1
9	Foto Toko Anyar	L9 – 1
10	Foto Alfamart	L10 – 1