

ABSTRAK

Toko Berkah adalah toko yang menjual berbagai perabotan rumah tangga dan terletak di jalan Stasiun Timur no. 46, Sukabumi. Masalah yang dihadapi oleh toko Berkah adalah banyak konsumen yang datang ke toko Berkah tetapi tidak jadi membeli dan pergi ke toko lain selain itu banyak juga keluhan-keluhan dari para konsumen akan buruknya pelayanan dari toko Berkah. Hal tersebut menunjukkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan dari toko Berkah. Banyaknya konsumen yang tidak jadi membeli dan pergi ke toko pesaing tentu berdampak kepada pendapatan dari toko Berkah, dimana bila masalah-masalah diatas dapat diatasi tentunya pendapatan dari toko Berkah akan meningkat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih toko yang menjual perabotan rumah tangga, mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko Berkah, mengetahui posisi toko Berkah dibandingkan dengan para pesaingnya, mengetahui target pasar yang sesuai dengan toko Berkah, dan juga untuk mengetahui upaya atau strategi pemasaran apa yang tepat yang harus dilakukan toko Berkah untuk dapat memuaskan konsumen dan memenangkan persaingan.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner pendahuluan, kuesioner penelitian, dan wawancara kepada pemilik toko. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel yang mungkin dipentingkan dalam memilih toko perabotan rumah tangga berdasarkan pada konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Dari hasil kuesioner pendahuluan, diketahui bahwa variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen ketika memilih toko yang menjual perabotan rumah tangga. Hasil yang didapatkan dari kuesioner pendahuluan yaitu berupa variabel yang dipentingkan oleh konsumen, digunakan untuk menyusun kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian terdiri dari bagian profil responden, tingkat kepentingan, tingkat kepuasan, dan peringkat tiap toko. Dari hasil wawancara dengan pemilik toko, didapatkan informasi bahwa pesaing dari toko Berkah adalah toko Abun dan toko Umum. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden yang sudah pernah berbelanja di toko Berkah, toko Abun, dan toko Umum. Data-data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner diolah dengan metode *Cochran Q Test*, persentase tingkat kepuasan, IPA, dan juga CA.

Usulan yang dapat diberikan untuk toko Berkah untuk dapat meningkatkan pelayanannya berdasarkan gabungan hasil pengolahan data dengan menggunakan metode persentase tingkat kepuasan, *Importance Performance Analysis*, juga *Correspondence Analysis* adalah memperbaiki variabel-variabel, seperti penataan produk yang rapi, kecepatan pegawai dalam melayani konsumen, kecepatan kasir dalam transaksi pembayaran, produk dalam keadaan bersih, produk dalam keadaan tidak cacat, pegawai mengangkat barang ke kendaraan, kemudahan dalam transportasi, kebersihan toko.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
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	1-2
1.4. Perumusan Masalah.....	1-3
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6. Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian Produk dan Klasifikasinya.....	2-1
2.2. Klasifikasi Jasa	2-2
2.3. Pengertian Pemasaran.....	2-5
2.4. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-8
2.4.1. <i>Segmentation</i>	2-8
2.4.2. <i>Targeting</i>	2-11
2.4.3. <i>Positioning</i>	2-11
2.5. Strategi Pemasaran	2-13
2.6. Bauran Pemasaran	2-13
2.7. Populasi dan Sample.....	2-19
2.8. Teknik Sampling	2-19

2.8.1. <i>Probability Sampling</i>	2-20
2.8.2. <i>Non Probability Sampling</i>	2-20
2.9. Penentuan Jumlah Sampel	2-21
2.10. Skala Pengukuran	2-22
2.11. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-23
2.12. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-24
2.12.1. Pengujian Validitas Instrumen	2-24
2.12.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-25
2.13. Teknik Pengumpulan Data	2-27
2.14. <i>Importance Performance Analysis</i>	2-29
2.15. <i>Correspondence Analysis</i>	2-32
2.16. Peta Posisi.....	2-33

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2. Identifikasi Masalah	3-4
3.3. Pembatasan Masalah	3-4
3.4. Perumusan Masalah.....	3-5
3.5. Penentuan Tujuan Penelitian	3-5
3.6. Studi Pustaka	3-6
3.7. Identifikasi Variabel	3-6
3.8. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian.....	3-8
3.9. Pengujian Validasi Konstruk	3-8
3.10. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.11. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.12. Perbaikan Kuesioner Penelitian	3-9
3.13. Penentuan Jumlah Sampe danTeknik Sampling Penelitian.....	3-9
3.14. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.15. Pengujian Validitas	3-11
3.16. Pengujian Reliabilitas	3-11
3.17. Pengolahan Data	3-12

3.18. Analisis	3-13
3.21. Kesimpulan Dan Saran	3-13

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1. Sejarah Perusahaan	4-1
4.1.2. Struktur Organisasi	4-2
4.2. Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.3. Kuesioner Penelitian	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan Dengan <i>Cochran Q Test</i>	5-1
5.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	5-7
5.2.1. Pengujian Validitas Internal	5-7
5.2.2. Pengujian Validitas Eksternal	5-8
5.2.2.1. Tingkat Kepentingan	5-8
5.2.2.2. Tingkat Kepuasan	5-10
5.2.3. Pengujian Reliabilitas	5-12
5.3. Perhitungan Tingkat Kepuasan	5-13
5.4. Perhitungan <i>Importance Performance Analysis</i>	5-15
5.5. Perhitungan <i>Correspondence Analysis</i>	5-20
5.6. Analisis Gabungan <i>Importance Performances Analysis</i> , <i>Correspondence Analysis</i> , dan Tingkat Kepuasan	5-24
5.7. Pengolahan Kuesioner Penelitian Profil Responden dan Segmentasi ...	5-40
5.8. Analisis <i>Targeting</i>	5-46
5.9. Analisis <i>Positioning</i>	5-46
5.10. Usulan	5-47

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA	xv
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xvi
DATA PENULIS	xvii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2	Jenis Kelamin	4-6
4.3	Usia	4-6
4.4	Pekerjaan	4-6
4.5	Tempat Tinggal	4-7
4.6	Tujuan Membeli	4-7
4.7	Penghasilan Per Bulan	4-7
4.8	Uang yang Dibelanjakan dalam 1 kali belanja	4-7
4.9	Frekuensi Belanja dalam 1 Bulan	4-8
4.10	Mengetahui Toko Berkah	4-8
4.11	Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	4-9
4.12	Hasil Kuesioner Ranking	4-10
5.1	Variabel yang terpilih	5-6
5.2	Variabel yang terbuang	5-7
5.3	Variabel yang valid	5-11
5.4	Variabel yang tidak valid	5-11
5.5	Tingkat Kepuasan Konsumen Toko Berkah	5-13
5.6	Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-15
5.7	Rata-rata Tingkat Kepuasan	5-16
5.8	Hasil Pembobotan	5-20
5.9	Peringkat Berdasarkan Metode CA	5-23
5.10	Gabungan IPA, CA, dan Tingkat Kepuasan	5-25
5.11	Pengelompokkan Prioritas Perbaikan	5-26
5.12	Prioritas Perbaikan	5-27
5.13	Jenis Kelamin	5-40
5.14	Usia	5-40
5.15	Pekerjaan	5-41

5.16	Tempat Tinggal	5-42
5.17	Tujuan Membeli	5-42
5.18	Penghasilan Per Bulan	5-43
5.19	Uang yang Dibelanjakan dalam 1 kali belanja	5-44
5.20	Frekuensi Belanja dalam 1 Bulan	5-44
5.21	Mengetahui Toko Berkah	5-45
6.1	Tingkat Kepuasan Konsumen	6-2
6.2	Peringkat Berdasarkan Metode CA	6-3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-19
2.2	Diagram Kartesius	2-30
2.3	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-31
3.1	<i>Flow Chart</i>	3-1
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Kurva <i>Skewed Right</i> Pengujian I	5-2
5.2	Kurva <i>Skewed Right</i> Pengujian II	5-3
5.3	Kurva <i>Skewed Right</i> Pengujian III	5-4
5.4	Kurva <i>Skewed Right</i> Pengujian IV	5-6
5.5	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-17
5.6	Grafik <i>row and column scores</i>	5-21
5.7	Peta Posisi Variabel no. 2	5-22
5.8	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-40
5.9	<i>Pie Chart</i> Usia	5-41
5.10	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-41
5.11	<i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-42
5.12	<i>Pie Chart</i> Tujuan Membeli	5-43
5.14	<i>Pie Chart</i> Penghasilan Per Bulan	5-43
5.15	<i>Pie Chart</i> Uang yang Dibelanjakan	5-44
5.16	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Belanja Per Bulan	5-45
5.16	<i>Pie Chart</i> Mengetahui Toko Berkah	5-45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validasi Konstruk	L1-1
2	Kuesioner Pendahuluan	L2-1
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L3-1
4	Kuesioner Penelitian	L4-1
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L5-1
6	Data Mentah Tingkat Kepuasan	L6-1
7	Data Mentah Peringkat Toko	L7-1
8	Data Pengolahan <i>Cochran Q Test</i>	L8-1
9	Peta Posisi	L9-1
10	Tabel <i>chi-square</i>	L10-1