

ABSTRAK

Warnet Pelangi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam jasa pelayanan Internet. Sejak pertama kali dibuka pada April 2009, nilai penjualan tertinggi Warnet yang beralamat di Jl. Raya Sindangkerta RT 01/01 No. 115 Malaka Sindangkerta Cililn, Kab. Bandung Barat ini, baru mencapai 58.36 % dari target yang telah ditetapkan perusahaan. Jika ditinjau dari utilisasi rata-rata komputer yang terpakai pun, Warnet Pelangi baru mencapai 19.36 % pemakaian tiap bulan. Faktor yang mungkin menjadi penyebab masalah yang dihadapi Warnet Pelangi diantaranya belum diketahuinya faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih Warnet, terdapat pesaing yang bergerak di bidang yang sama yaitu B-Net serta belum diterapkannya strategi pemasaran yang tepat.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih Warnet, mengetahui kelebihan dan kekurangan Warnet Pelangi dibandingkan pesaing utamanya dan untuk mengetahui upaya apa saja yang dapat dilakukan oleh Warnet Pelangi agar dapat meningkatkan penjualan. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan juga penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P yakni *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*, dan dasar-dasar segmen. Penyebaran kuesioner dilakukan 2 tahap, yang pertama adalah penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 40 buah yang ditujukan kepada orang yang sering menggunakan Warnet dan tahap kedua adalah penyebaran kuesioner penelitian yang ditujukan kepada responden yang pernah menggunakan Warnet Pelangi dan B-Net sebanyak 110 buah. Kuesioner penelitian diolah untuk mendapatkan *Segmentation, Targeting, Positioning* dari Warnet Pelangi, tingkat kepuasan, kepentingan, dan kedudukan Warnet Pelangi dibandingkan pesaingnya. Kuesioner penelitian diolah dengan menggunakan Statistika Deskriptif, *Correspondence Analysis (CA)* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)*.

Setelah pengolahan kuesioner dilakukan, maka hasil yang didapat dari penelitian ini diantaranya adalah diketahuinya target pasar Warnet Pelangi, yaitu Pelajar SMP/SMU, dengan daya beli kurang dari Rp. 500.000/bulan, berdomisili di Malaka, Cinta Karya, dan Ciburuy dengan tujuan datang ke Warnet yaitu *chatting, downloading, dan browsing* selama 1-2 jam. Berdasarkan hasil *Correspondence Analysis (CA)* dan *Importance-Performance Analysis (IPA)* didapat atribut-atribut yang menjadi prioritas perbaikan paling utama. Setelah didapat target pasar, keunggulan kompetitif dan prioritas perbaikan Warnet Pelangi, maka selanjutnya adalah penentuan *Positioning*, dimana *Positioning* pada Warnet Pelangi adalah pengadaan fasilitas *Online Games – LAN*, dengan *Tag Line* : "Warna – warni *Multiplayer Game* dan Internet murah di Pelangi!"

Kesimpulan dari penelitian ini adalah Warnet Pelangi perlu meningkatkan sekat pemisah antara komputer, menyediakan bangku tambahan, pembersihan dan pengecekan WC secara berkala, menjual makanan dan minuman ringan di dalam Warnet, menata ulang kerapihan meja komputer, memasang pagar pada tempat parkir, memasang *Exhaust Fan*, menambah frekuensi diskon, mengganti *Headset* yang rusak serta mengembangkan *Online Games – LAN* di Warnet Pelangi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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. Pemasaran.....	2-1
2.1.1. Kebutuhan, Keinginan, Permintaan	2-1
2.1.2. Produk	2-2
2.1.3. Nilai dan Kepuasan.....	2-2
2.1.4. Pertukaran dan Transaksi	2-2
2.1.5. Pasar	2-3
2.1.6. Pemasaran dan Para Pemasar	2-4
2.2. Manajemen Pemasaran.....	2-5
2.3. Strategi Pemasaran	2-5
2.3.1. Bauran Pemasaran.....	2-6
2.3.2. Pengembangan Strategi Pemasaran.....	2-10
2.4. <i>Segmentation, Targetting dan Positioning</i>	2-11
2.4.1. <i>Segmentation</i>	2-11
2.4.2. <i>Targetting</i>	2-13
2.4.3. <i>Positioning</i>	2-15

2.5. <i>Importance Performance Analysis</i>	2-15
2.6. <i>Correspondence Analysis</i>	2-17
2.7. Populasi dan Sampel.....	2-19
2.7.1. Populasi	2-19
2.7.2. Sampel.....	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>	2-21
2.9. Menentukan Ukuran Sampel	2-22
2.10. Macam-macam skala pengukuran	2-23
2.11. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-25
2.12. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-25
2.12.1. Pengujian Validitas Instrumen	2-25
2.12.2. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-26
2.13. Teknik Pengumpulan Data	2-27
2.13.1. <i>Interview</i>	2-28
2.13.2. Kuesioner (Angket).....	2-28
2.13.3. Observasi.....	2-29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Penelitian.....	3-1
3.2. Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3. Studi Pustaka	3-4
3.4. Identifikasi Masalah	3-4
3.5. Pembatasan Masalah	3-4
3.6. Perumusan Masalah	3-5
3.7. Tujuan Penelitian.....	3-5
3.8. Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.9. Penyusunan kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian.....	3-6
3.9.1. Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.9.2. Penyusunan Kuesioner Penelitian (Tahap 1).....	3-10
3.10. Pengujian Validitas Konstruk.....	3-13

3.11. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-16
3.12. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-16
3.13. Penyusunan Kuesioner Penelitian (Tahap 2).....	3-16
3.14. Penentuan Jumlah sampel.....	3-17
3.15. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-17
3.16. Pengujian Validitas.....	3-18
3.17. Pengujian Reliabilitas	3-18
3.18. Pengolahan Data	3-19
3.18.1. Statistika Deskriptif	3-19
3.18.2. <i>Segmentation-Targetting-Positioning</i>	3-19
3.18.3. <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	3-20
3.18.4. <i>Importance Perfomance Analysis</i> (IPA).....	3-20
3.19. Analisis	3-21
3.20. Kesimpulan dan Saran.....	3-22
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2. Struktur Organisasi.....	4-1
4.2. Kuesioner.....	2-1
4.2.1. Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.2.2. Kuesioner Penelitian	4-8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1. Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2. Kuesioner Penelitian.....	5-3
5.2.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	5-14
5.2.2. Sementasi	5-19
5.2.3. <i>Targeting</i>	5-21
5.2.4. <i>Positioning</i>	5-24
5.3. <i>Correspondence Analysis</i>	5-29
5.4. <i>Importance Performance Analysis</i>	5-33

5.5. Analisis Gabungan Pioritas perbaikan berdasarkan <i>Correspondence</i>	
<i>Analysis</i> dan IPA	5-36
5.5.1. Prioritas Perbaikan Pertama	5-38
5.5.2. Prioritas Perbaikan Kedua	5-43
5.5.3. Prioritas Perbaikan Ketiga	5-45
5.5.4. Prioritas Perbaikan Keempat	5-47
5.5.5. Prioritas Perbaikan Kelima	5-48
5.5.6. Prioritas Perbaikan Keenam	5-51
5.5.7. Prioritas Perbaikan Ketujuh	5-55

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran	6-5
6.2.1. Saran untuk Penelitian lebih lanjut	6-5
6.2.2. Saran untuk Warnet Pelangi	6-5

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Persentase Utilisasi pemakaian komputer	1-2
3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.2	Kuesioner Penelitian bagian II	3-12
3.3	Kuesioner Penelitian bagian II (Lanjutan)	3-13
3.4	Tabel rangkuman Prioritas perbaikan	3-22
4.1	Ringkasan data Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2	Ringkasan data Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-4
4.3	Atribut tambahan Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.4	Ringkasan data Kuesioner Pendahuluan dalam Persen	4-5
4.5	Ringkasan data Kuesioner Pendahuluan dalam Persen (Lanjutan)	4-6
4.6	Atribut yang dipentingkan konsumen	4-7
4.7	Data mentah kuesioner Penelitian - Jenis Kelamin	4-8
4.8	Data mentah kuesioner Penelitian - Usia	4-8
4.9	Data mentah kuesioner Penelitian - Domisili	4-8
4.10	Data mentah kuesioner Penelitian - Pekerjaan	4-8
4.11	Data mentah kuesioner Penelitian - Uang saku/bulan	4-9
4.12	Data mentah kuesioner Penelitian - Penghasilan/bulan	4-9
4.13	Data mentah kuesioner Penelitian - Asal Informasi	4-9
4.14	Data mentah kuesioner Penelitian - Pasangan	4-9
4.15	Data mentah kuesioner Penelitian – Jam kedatangan	4-9
4.16	Data mentah kuesioner Penelitian – Frekuensi Kedatangan	4-10
4.17	Data mentah kuesioner Penelitian – Kendaraan	4-10
4.18	Data mentah kuesioner Penelitian – Tujuan kedatangan	4-10
4.19	Data mentah kuesioner Penelitian – Aplikasi	4-10
4.20	Data mentah kuesioner Penelitian – <i>Software</i>	4-11
4.21	Data mentah kuesioner Penelitian - Makanan	4-11
4.22	Data mentah kuesioner Penelitian - Minuman	4-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.23	Data mentah kuesioner Penelitian – Rata-rata durasi	4-11
4.24	Data mentah kuesioner Penelitian – Warnet	4-12
4.25	Rangkuman Kuesioner penelitian tingkat kepuasan	4-12
4.26	Rangkuman Kuesioner penelitian tingkat kepuasan (Lanjutan)	4-13
4.27	Rangkuman Kuesioner penelitian tingkat kepentingan	4-13
4.28	Rangkuman Kuesioner penelitian tingkat kepentingan (Lanjutan)	4-14
4.29	Rangkuman Kuesioner penelitian peringkat	4-15
5.1	Atribut-atribut yang tidak lolos	5-1
5.2	Atribut yang dipentingkan konsumen	5-2
5.3	Persentase Jenis Kelamin	5-3
5.4	Persentase Usia	5-3
5.5	Persentase Domisili	5-4
5.6	Persentase Pekerjaan	5-4
5.7	Persentase Uang saku/bulan	5-5
5.8	Persentase Penghasilan/bulan	5-5
5.9	Persentase Asal Informasi	5-6
5.10	Persentase Pasangan	5-6
5.11	Persentase Jam kedatangan	5-7
5.12	Persentase Frekuensi Kedatangan/minggu	5-7
5.13	Persentase Kendaraan yang sering digunakan	5-8
5.14	Persentase Tujuan kedatangan	5-8
5.15	Persentase Aplikasi yang sering digunakan	5-9
5.16	Persentase <i>Software</i> yang sering digunakan	5-10
5.17	Persentase Makanan yang sering dikonsumsi	5-10
5.18	Persentase Minuman yang sering dikonsumsi	5-11
5.19	Persentase Rata-rata durasi penggunaan	5-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.20	Persentase Warnet yang sering dikunjungi	5-12
5.21	Persentase tingkat kepuasan & kepentingan	5-13
5.22	Persentase tingkat kepuasan & kepentingan (Lanjutan)	5-14
5.23	Tabel Segmentasi	5-19
5.24	Tabel Segmentasi (Lanjutan)	5-20
5.25	Tabel Perilaku Konsumen	5-22
5.26	Tabel Perilaku Konsumen (Lanjutan)	5-23
5.27	Hubungan target pasar dengan keunggulan kompetitif	5-25
5.28	Rangkuman usulan prioritas perbaikan pertama dan kedua	5-27
5.29	Tabel rangkuman <i>Correspondence Analysis</i>	5-30
5.30	Rata-rata kepuasan dan kepentingan	5-31
5.31	Rata-rata kepuasan dan kepentingan (Lanjutan)	5-32
5.32	Prioritas perbaikan Pertama	5-34
5.33	Prioritas perbaikan Kedua	5-34
5.34	Prioritas perbaikan Kedua (Lanjutan)	5-35
5.35	Prioritas perbaikan Ketiga	5-35
5.36	Prioritas perbaikan Keempat	5-35
5.37	Prioritas perbaikan berdasarkan CA dan IPA	5-37
5.38	Rangkuman Prioritas perbaikan	5-38

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Sistem Pemasaran Sederhana	2-4
2.2	Proses Manajemen Pemasaran	2-5
2.3	<i>Importance Perfomance Matrix</i>	2-17
2.4	Teknik Sampling	2-20
3.1	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
3.3	<i>Flow Chart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.4	<i>Importance Performance Matrix</i>	3-21
4.1	Struktur Organisasi Warnet Pelangi	4-1
5.1	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-3
5.2	Grafik <i>Pie Chart</i> Usia	5-4
5.3	Grafik <i>Pie Chart</i> Domisili	5-4
5.4	Grafik <i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-5
5.5	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang saku/bulan	5-5
5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Penghasilan/bulan	5-6
5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Asal Informasi	5-6
5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Pasangan	5-7
5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Jam kedatangan	5-7
5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> Frekuensi Kedatangan/minggu	5-8
5.11	Grafik <i>Pie Chart</i> Kendaraan yang sering digunakan	5-8
5.12	Grafik <i>Pie Chart</i> Tujuan kedatangan	5-9
5.13	Grafik <i>Pie Chart</i> Aplikasi yang sering digunakan	5-9
5.14	Grafik <i>Pie Chart</i> Software yang sering digunakan	5-10
5.15	Grafik <i>Pie Chart</i> Makanan yang sering dikonsumsi	5-10
5.16	Grafik <i>Pie Chart</i> Minuman yang sering dikonsumsi	5-11
5.17	Grafik <i>Pie Chart</i> Rata-rata durasi penggunaan	5-11
5.18	Grafik <i>Pie Chart</i> Warnet yang sering dikunjungi	5-12

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.19	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-24
5.20	Matrix IPA	5-28
5.22	Foto sekat pemisah antara komputer	5-34
5.23	Foto Penataan komputer Warnet Pelangi	5-36
5.24	Foto tempat parkir Warnet Pelangi dan Pesaing	5-37
5.24	Foto <i>Bilboard</i> Warnet Pelangi dan Pesaing	5-40
5.25	Foto kebersihan Warnet Pelangi	5-45
5.26	Foto Interior Warnet Pelangi	5-51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner penelitian	L1-3
3	Validitas Konstruk	L1-7
4	Data mentah kuesioner penelitian - Kepuasan	L2-1
5	Data mentah kuesioner penelitian - Kepentingan	L2-3
6	Data mentah kuesioner penelitian - Peringkat	L2-5
7	Tabel R <i>Product Moment</i>	L3-1
8	Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas - Kepuasan	L3-2
9	Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas - Kepentingan	L3-3
10	Perhitungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	L3-4
11	Contoh Perhitungan Utilisasi Komputer Warnet Pelangi	L3-10