

ABSTRAK

Cafe BOBER berdiri pada awal tahun 2004. Cafe tersebut didirikan oleh bapak Jodi Janitra. Pada awal tahun 2004 cafe BOBER mengalami peningkatan penjualan dengan fluktuasi penjualan yang terus meningkat hingga akhir tahun 2008 yang mendapatkan penjualan sebesar kurang lebih lebih Rp.300.000.000/bulan. Akan tetapi mulai awal tahun 2009 hingga akhir tahun 2010 cafe BOBER mengalami penurunan penjualan yang cukup signifikan dengan persentase sebesar 16.67 % / bulan. Tujuan dari penelitian ini yaitu penulis ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi penyebab dari menurunnya penjualan cafe BOBER selama ini dan juga ingin mengetahui tingkat kepuasan konsumen pada cafe BOBER.

Penulis dalam melakukan penelitian ini mendapatkan data-data dengan cara yaitu wawancara dengan pihak management cafe BOBER dan melakukan penyebaran kuesioner. Kuesioner tersebut berisi mengenai pertanyaan dan pernyataan berdasarkan prinsip *Marketing Mix* (7P). Jenis kuesioner tersebut dibagi menjadi 2 bagian yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Tujuan dari kuesioner pendahuluan yaitu untuk mengetahui atribut mana saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih cafe dan juga dapat mengetahui pesaing dari cafe BOBER. Jumlah kuesioner pendahuluan yang disebarkan kepada konsumen sebanyak 30 kuesioner. Tujuan dari kuesioner penelitian ini yaitu untuk mengetahui segmentasi konsumen dan juga untuk mengetahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan dari masing-masing cafe. Untuk jumlah kuesioner penelitian yang disebarkan kepada konsumen sebanyak 100 kuesioner.

Hasil pengumpulan dari 30 kuesioner pendahuluan akan diolah dengan menggunakan uji *Cochran* yang bertujuan untuk mengeliminasi atribut yang tidak sesuai dengan persepsi konsumen dengan atributnya sendiri. Selain itu hasil pengumpulan dari 100 data kuesioner penelitian akan diolah dan dianalisis dengan beberapa metode yaitu metode Statistika Deskriptif, IPA (*Importance Perfomance Analysis*) dan CA (*Coresspondence Analysis*)

Hasil dari metode IPA (*Importance Perfomance Analysis*) dibagi menjadi 4 kuadran yang berisikan atribut-atribut mana saja yang harus diperbaiki tepatnya pada kuadran I. Hasil dari metode CA (*Coresspondence Analysis*) yaitu untuk rangking dari cafe BOBER yaitu unggul, bersaing dan tertinggal berdasarkan masing-masing atribut. Selain itu analisis dari STP segmentasi konsumen berdasarkan demografi dan prilaku. Hasil dari segmentasi tersebut akan dijadikan alat target dari cafe BOBER yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan, salahsatu contohnya yaitu mahasiswa & pelajar. Selain itu positioning baru dari cafe BOBER yaitu mempunyai slogan "*Mau gaul dan santai..hanya di café BOBER cuyyy*"

Dari hasil pengolahan data metode CA(*Coresspondence Analysis*) dan IPA(*Importance Perfomance Analysis*) akan dijadikan analisis gabungan yang bertujuan untuk mengetahui prioritas perbaikan dan beberapa usulan dari masing-masing atribut. Ada beberapa usulan dan perbaikan tersebut yaitu salah satunya pihak cafe BOBER harus melakukan promosi melalui media cetak, pengklasifikasian lahan parkir mobil dan motor dll.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PERNYATAAN KARYA PRIBADI.....	. ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
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.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-2
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-3
Bab 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.3 <i>Marketing Mix</i>	2-2
2.4 Segmentasi, <i>Targetting</i> , <i>Positioning</i>	2-3
2.4.1 Segmentasi	2-3
2.4.2 <i>Targetting</i>	2-4
2.4.3 <i>Positioning</i>	2-4
2.5 <i>Coresspondence Analysis</i>	2-4
2.6 Prosedur Uji <i>Cochran Test</i>	2-5
2.7 <i>Importance Perfomance Analysis</i>	2-6
2.8 Metode Pengumpulan Data.....	2-7
2.9 Populasi dan Sampel	2-10

2.9.1 Populasi.....	2-10
2.9.2 Sampel	2-10
2.10 Menentukan Ukuran Sampel	2-11
2.11 Skala Pengukuran.....	2-12
2.12 Pengujian Validitas dan Realibilitas	2-13
2.12.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-13
2.12.2 Pengujian Realibilitas Instrumen	2-15
2.13 Pengenalan Program SPSS.....	2-17

Bab 3 SISTEMATIKA PENELITIAN

3.1 Kerangka Penelitian	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-3
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-4
3.6 Tujuan Penelitian	3-4
3.7 Studi Pustaka.....	3-5
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-5
3.9 Metode Pengumpulan Data.....	3-7
3.10 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.11 Uji Validasi Konstruk	3-7
3.12 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Jumlah Sampel.....	3-8
3.13 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.14 Uji <i>Cochran</i>	3-8
3.15 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.16 Penentuan Teknik Sampling dan Ukuran Jumlah Sampel.....	3-10
3.17 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.18 Uji Validitas dan Reliabilitas	3-10
3.19 Pengolahan Data	3-11
3.20 Analisis Pengolahan Data	3-12
3.21 Usulan	3-12

3.22 Kesimpulan dan Saran	3-13
---------------------------------	------

Bab 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Profil Perusahaan	4-1
4.2 Struktur Organisasi	4-2
4.3 Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.4 Kuesioner Penelitian	4-5
4.5 Segmentasi	4-6

Bab 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1 Pengujian I	5-1
5.1.2 Pengujian II	5-2
5.1.3 Pengujian III.....	5-4
5.1.4 Pengujian IV	5-5
5.1.5 Pengujian V	5-6
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-9
5.2.1 Pengujian Validitas	5-10
5.2.2 Pengujian Reliabilitas	5-11
5.3 Profil Responden.....	5-12
5.3.1 Segmentasi Berdasarkan Demografi.....	5-12
5.3.2 Segmentasi Berdasarkan Prilaku.....	5-16
5.4 Segmentasi, <i>Targetting</i> , <i>Positioning</i>	5-20
5.4.1 Segmentasi	5-20
5.4.2 <i>Targetting</i>	5-21
5.4.3 <i>Positioning</i>	5-21
5.5 IPA (<i>Importance Perfomance Analysis</i>)	5-21
5.6 Analisis Matriks IPA.....	5-24
5.6.1 Kuadran I (Perbaikan).....	5-24
5.6.2 Kuadran II (Pertahankan).....	5-24
5.6.3 Kuadran III (Prioritas Rendah)	5-25

5.6.4 Kuadran IV (Berlebihan)	5-26
5.7 CA (<i>Coressponden Analysis</i>)	5-26
5.7.1 Analisis Grafik CA	5-30
5.8 Analisis Gabungan Berdasarkan Metode IPA dan CA	5-37
5.8.1 Area Perbaikan	5-38
5.8.2 Area Unggul	5-38
5.9 Usulan dan Analisis Berdasarkan Hasil Metode IPA dan CA	5-38

Bab 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-6

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Hasil Rangkuman Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2	Pesaing Cafe BOBER	4-5
4.3	Data Hasil Rangkuman Peringkat	4-5
4.4	Segmentasi Jenis Kelamin	4-6
4.5	Segmentasi Status	4-6
4.6	Segmentasi Usia	4-7
4.7	Segmentasi Pekerjaan	4-7
4.8	Segmentasi Tempat Tinggal	4-7
4.9	Segmentasi Penghasilan	4-7
4.10	Segmentasi Uang Saku	4-7
4.11	Segmentasi Frekuensi	4-8
4.12	Segmentasi Pengeluaran	4-8
4.13	Segmentasi Info	4-8
4.14	Segmentasi Tujuan	4-8
4.15	Segmentasi Responden	4-8
5.1	Hasil Rangkuman Uji <i>Cochran</i>	5-8
5.2	Rangkuman Rata-Rata Variabel X dan Y	5-22
5.3	Rangkuman Atribut IPA(<i>Importance Perfomance Analysis</i>)	5-23
5.4	Rangkuman Kuadran I	5-24
5.5	Rangkuman Kuadran II	5-25
5.6	Rangkuman Kuadran III	5-25
5.7	Rangkuman Kuadran IV	5-26
5.8	Hasil Peringkat CA	5-29
5.9	Analisis Gabungan	5-36

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Grafik <i>Chi-Square</i>	2-6
2.2	Grafik IPA (<i>Importance Perfomance Analysis</i>)	2-6
2.3	Teknik Sampling	2-12
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-3
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	Pengujian I	5-2
5.2	Pengujian II	5-3
5.3	Pengujian III	5-5
5.4	Pengujian IV	5-6
5.5	Pengujian V	5-7
5.6	Segmentasi Jenis Kelamin	5-12
5.7	Segmentasi Status	5-13
5.8	Segmentasi Usia	5-13
5.9	Segmentasi Pekerjaan	5-14
5.10	Segmentasi Tempat Tinggal	5-14
5.11	Segmentasi Penghasilan	5-14
5.12	Segmentasi Uang Saku	5-16
5.13	Segmentasi Frekuensi	5-17
5.14	Segmentasi Uang Saku Yang Dikeluarkan	5-17
5.15	Segmentasi Info Keberadaan Cafe BOBER	5-18
5.16	Segmentasi Tujuan	5-19
5.17	Segmentasi Responden	5-19
5.13	Matriks IPA(<i>Importance Perfomance Analysis</i>)	5-23
5.14	Grafik CA(<i>Coresspondence Analysis</i>)	5-27
5.15	Contoh Penentuan Peringkat	5-28