

ABSTRAK

Friend Cafe merupakan usaha perorangan yang bergerak dibidang penjualan produk dan jasa dengan berbagai jenis makanan dan minuman. Pemilik *Friend Cafe* adalah Bapak Herman, ST., yang berasal dari Bandung. *Friend Cafe* terletak di Jl. By Pass Metro Indah Mall Blok Parkir Timur Bandung. *Cafe* ini mulai berdiri di Bandung pada bulan November 2008 dengan nama *Oriental Cafe*, yang kemudian diganti menjadi *Friend Cafe* sejak bulan Mei 2010. Permasalahan yang muncul di *Friend Cafe* adalah penurunan rata-rata penjualan mulai akhir tahun 2009 sampai dengan Juni 2010 sekitar 30%. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan, mengetahui persaingan *Friend Cafe* dengan pesaingnya, mengetahui prioritas perbaikan bagi *Friend Cafe*, dan memberikan usulan agar dapat meningkatkan omset penjualan *Friend Cafe*.

Pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dengan pihak *Friend Cafe*, penyebaran kuesioner awal dan kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner awal terdiri dari 2 bagian yaitu bagian 1 yang bertujuan untuk mengetahui atribut apa saja yang dianggap penting oleh responden *Cafe*, dan bagian 2 yang bertujuan untuk mengetahui *Cafe* mana saja yang menjadi pesaing dari *Friend Cafe*. Penyusunan kuesioner awal menggunakan konsep *Marketing Mix 7P*. Dari kuesioner awal diketahui pesaing dari *Friend Cafe* yaitu *Nusa 2 Cafe* dan *Orion Cafe*, serta persentase tingkat kepentingan setiap pernyataan. Kuesioner penelitian terdiri dari 3 bagian yaitu bagian profil responden, bagian tingkat kepentingan dan performansi, serta *ranking* dari setiap *Cafe*. Metode pengolahan data menggunakan Statistika Deskriptif untuk mengetahui persentase segmentasi pasar. Metode *Correspondence Analysis* untuk mengetahui persaingan *Friend Cafe* terhadap pesaingnya apakah unggul, bersaing, atau tertinggal. Metode *Importance Performance Analysis* untuk mengetahui kuadran perbaikan dari setiap variabel. Uji Hipotesis Ketidakpuasan dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja dari *Friend Cafe*. Target pasar *Friend Cafe* pada tahun 2010 ini adalah orang berusia 15 – 30 tahun, Pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa dan pegawai swata, memiliki uang saku Rp 500.000 – Rp 1.500.000, berpenghasilan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000, dan berasal kompleks perumahan Metro dan kompleks Margahayu. Hasil wawancara dengan pihak *Friend Cafe* mengenai *Positioning* adalah memposisikan diri sebagai *Cafe* yang nyaman untuk berkumpul bersama teman atau keluarga.

Dari hasil pengolahan data didapatkan beberapa usulan perbaikan untuk meningkatkan penjualan *Friend Cafe* agar dapat bersaing berdasarkan penentuan prioritas perbaikan. seperti menyediakan kipas angin pada setiap tiang *Cafe*, sering melakukan promosi kepada mahasiswa/pelajar, mengadakan suatu sistem dengan kartu *stock* yang akan dicek setiap harinya oleh bagian *purchasing*, menambah variasi minuman, menambah variasi makanan, memberikan diskon kepada pengunjung yang datang pada jam 14.00 s/d 17.00 dan pada pukul 23.00 s/d 02.00, mengganti meja dan kursi yang lama dengan yang baru, selalu menyediakan bahan baku minuman sesuai dengan perkiraan jumlah pengunjung, menambah fasilitas *Credit Card* dan *Flazz*.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
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 Kepuasan Pelanggan	2-1
2.2 Jenis Penelitian.....	2-1
2.3 Metode Pengumpulan Data.....	2-2
2.4 Sumber Data.....	2-4
2.5 Populasi Dan <i>Sampel</i>	2-4
2.6 Teknik <i>Sampling</i>	2-4
2.7 Ukuran <i>Sampel</i>	2-8
2.8 Data Berskala	2-8
2.9 Tipe Skala Pengukuran	2-9
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-11
2.10.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-12
2.10.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-14
2.11 Pengenalan Program <i>Statistical Program for Social Science (SPSS)</i>	2-15

2.12 Bauran Pemasaran	2-17
2.13 <i>Cochran Q Test</i>	2-21
2.14 Konsep <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-24
2.15 <i>Correspondence Analysis</i>	2-25
2.16 <i>Importance-Performance Analysis</i>	2-27
2.17 Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Kerangka Metodologi Penelitian	3-1
3.2 Keterangan Kerangka Metodologi Penelitian.....	3-5
3.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-5
3.2.2 Identifikasi Masalah.....	3-5
3.2.3 Pembatasan Masalah	3-6
3.2.4 Perumusan Masalah	3-6
3.2.5 Tujuan Penelitian	3-6
3.2.6 Studi Pustaka.....	3-7
3.2.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.2.8 Pengumpulan Data	3-8
3.2.9 Menyusun Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2.10 Melakukan Uji Validitas Konstruksi.....	3-8
3.2.11 Menyebarkan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.12 Mengolah Data Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.2.13 Menyusun Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.2.14 Menentukan Jumlah Dan Teknik Sampling.....	3-13
3.2.15 Menyebarkan Kuesioner Penelitian	3-13
3.2.16 Pengujian Validitas	3-14
3.2.17 Pengujian Reliabilitas	3-14
3.2.18 Mengolah Data.....	3-15
3.2.19 Analisis	3-21
3.2.20 Usulan Perbaikan	3-22
3.2.21 Kesimpulan Dan Saran.....	3-23

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 Penyusunan Kuesioner Dan Pengumpulan Data Pendahuluan.....	4-4
4.2.1 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.2.3 Identifikasi Variabel Pendahuluan	4-8
4.3 Rangkuman Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Uji Validasi Konstruksi.....	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan.....	5-2
5.2.1 Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-3
5.2.2 Rangkuman Atribut Kuesioner Pendahuluan Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-10
5.3 Validitas Dan Reliabilitas	5-13
5.3.1 Validitas	5-13
5.3.2 Reliabilitas	5-17
5.4 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	5-18
5.4.1 Segmentasi	5-18
5.4.2 <i>Targeting</i>	5-29
5.4.3 <i>Positioning</i>	5-29
5.5 <i>Correspondence Analysis</i>	5-29
5.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	5-37
5.7 Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-45
5.8 Penentuan Prioritas Perbaikan	5-53
5.9 Usulan Perbaikan	5-55

BAB6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-11

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Atribut Yang Lolos Uji Validitas Konstruksi	3-9
3.2	Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.3	Prioritas Pebaikan	3-22
4.1	Atribut-atribut Pendahuluan 7P	4-4
4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.3	Hasil Ringkasan Pesaing	4-7
4.4	Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	4-8
4.5	Hasil Wawancara dan Presentase	4-9
4.6	Segmentasi Jenis Kelamin	4-11
4.7	Segmentasi Usia	4-11
4.8	Segmentasi Status Berkeluarga	4-11
4.9	Segmentasi Pekerjaan	4-11
4.10	Segmentasi Uang Saku	4-12
4.11	Segmentasi Penghasilan	4-12
4.12	Segmentasi Pengeluaran / 1 Kali Kunjungan	4-12
4.13	Segmentasi Domisili	4-12
4.14	Segmentasi Teman Berkunjung	4-13
4.15	Segmentasi Frekuensi Kunjungan/Bulan	4-13
4.16	Segmentasi Perolehan Informasi	4-13
4.17	Segmentasi Waktu Diadakan <i>Live Music</i>	4-13
5.1	Atribut Yang Lolos Uji Validitas Konstruksi	5-1
5.2	Atribut Yang Direduksi	5-10
5.3	Perhitungan Persentase	5-11
5.4	Atribut Yang Digunakan	5-11
5.5	Validitas Kepentingan	5-14
5.6	Validitas Performansi	5-16

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.7	Segmentasi Profil Responden	5-28
5.8	Target Pasar	5-29
5.9	Tabel Jumlah Bobot	5-30
5.10	Tabel Peringkat Berdasarkan Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	5-33
5.11	Tabel Rangkuman Daerah Unggul	5-35
5.12	Tabel Rangkuman Daerah Bersaing	5-35
5.13	Tabel Rangkuman Daerah tertinggal	5-36
5.14	Rata-Rata Kepentingan Dan Performansi	5-37
5.15	Atribut – Atribut Dalam Kuadran I	5-40
5.16	Atribut – Atribut Dalam Kuadran II	5-41
5.17	Atribut – Atribut Dalam Kuadran III	5-42
5.18	Atribut – Atribut Dalam Kuadran IV	5-43
5.19	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-45
5.20	Tabel Prioritas Perbaikan Berdasarkan Pengolahan Data	5-53
5.21	Tabel Prioritas Perbaikan	5-54
5.22	Tabel Usulan Perbaikan	5-55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-5
2.2	Grafik <i>Chi-Square</i>	2-23
2.3	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-29
2.4	Wilayah Kritis	2-31
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Pengolahan Data	3-16
3.3	Wilayah Kritis	3-21
4.1	Struktur Organisasi <i>Friend Cafe</i>	4-2
5.1	Uji <i>Cochran Q Test</i> ke-1	5-4
5.2	Uji <i>Cochran Q Test</i> ke-2	5-5
5.3	Uji <i>Cochran Q Test</i> ke-3	5-7
5.4	Uji <i>Cochran Q Test</i> ke-4	5-8
5.5	Uji <i>Cochran Q Test</i> ke-5	5-10
5.6	Segmentasi Jenis Kelamin	5-18
5.7	Segmentasi Usia	5-19
5.8	Segmentasi Status Berkeluarga	5-20
5.9	Segmentasi Pekerjaan	5-21
5.10	Segmentasi Uang Saku	5-22
5.11	Segmentasi Penghasilan	5-22
5.12	Segmentasi Pengeluaran / 1 Kali kunjungan	5-23
5.13	Segmentasi Domisili	5-24
5.14	Segmentasi Teman Berkunjung	5-25
5.15	Segmentasi Frekuensi Kunjungan / Bulan	5-26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.16	Segmentasi Perolehan Informasi	5-26
5.17	Segmentasi Waktu Diadakan <i>Live Music</i>	5-27
5.18	Grafik <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-32
5.19	Grafik <i>Correspondence Analysis (CA)</i> Atribut 1	5-33
5.20	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-39
5.21	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Atribut 1	5-48

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-1
3	Data Mentah	L3-1
4	Data Mentah Segmentasi	L4-1
5	Grafik <i>Correspondence Analysis</i>	L5-1
6	Tabel-tabel Statistik	L6-1