

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di Restoran Grand Eastern Jalan Pasir Kaliki No. 18 Bandung. Restoran Grand Eastern mengalami penurunan penjualan untuk pelanggan *walk-in* (pelanggan sengaja ke Grand Eastern untuk makan) sebanyak 25% dari tahun 2008. Kemungkinan faktor penyebab terjadinya penurunan penjualan adalah pelanggan kurang puas terhadap pelayanan Restoran Grand Eastern, kurang tepat dalam menentukan *segmentation, targeting* dan *positioning* (STP), banyaknya konsumen yang masih tidak mengenal dan bercitra negatif terhadap Restoran Grand Eastern, menurunnya daya beli konsumen dan persaingan ketat di bisnis yang sama.

Variabel pengumpulan data adalah menggunakan 7P, yaitu *Product, Price, Promotion, Place, Physical Evidence, People, dan Process*. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner sebanyak 3 kali, yaitu 30 responden untuk kuesioner pendahuluan, 120 responden untuk kuesioner penelitian pertama dan 120 responden untuk kuesioner penelitian kedua.

Kuesioner pendahuluan dibagi untuk mengetahui pesaing restoran Grand Eastern dan faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih restoran *Chinese Food*. Setelah pengolahan data, maka dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian pertama digunakan untuk STP, *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Corespondence Analysis* (CA). Sedangkan kuesioner penelitian kedua digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen mengenal restoran Grand Eastern. Gabungan hasil CA dan IPA dengan mengacu pada STP untuk membuat prioritas perbaikan pada restoran tersebut. Prioritas perbaikan diutamakan CA kemudian IPA.

Hasil analisis citra Grand Eastern menunjukkan bahwa Restoran Grand Eastern dikenal sebagai restoran yang mahal dan enak. Hasil STP usulan adalah *Great Taste* yaitu restoran keluarga eksklusif dengan rasa makanan yang terjamin enak (unik dan khas), kualitas masakan yang memuaskan dan servis yang memuaskan. Hasil analisis IPA menunjukkan bahwa konsumen cukup puas terhadap restoran Grand Eastern di bandingkan tingkat kepentingannya. Namun hasil CA menunjukkan bahwa restoran Grand Eastern masih tertinggal di bandingkan pesaingnya. Berdasarkan hasil gabungan analisis CA dan IPA dengan mengacu pada STP, maka usulan untuk restoran ini adalah menyediakan kursi tunggu, menambah jumlah karyawan, *survey* rasa makanan enak sesuai selera konsumen, memperhatikan kualitas minuman, mengingatkan pelayan untuk lebih tanggap, membenahi pengetahuan tentang Grand Eastern pada pelayan, menyediakan *valet parking*, mengingatkan kepada pelayan restoran agar selalu bersikap ramah, pelayan restoran memakai pakaian yang bersih untuk melayani konsumen, pelayan menyajikan minuman dengan cepat, melakukan studi banding mengenai harga makanan, sigap menangani konsumen yang ingin melakukan pembayaran, teliti menyediakan pesanan minuman, mengecek kembali pesanan, tidak menyimpan bahan baku dalam waktu yang lama, memperhatikan rasa minuman yang disajikan agar sesuai dengan takaran dan lain-lain.

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	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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 Jasa.....	2-1
2.2 Persaingan	2-2
2.2.1 Kekuatan Pesaingan.....	2-2
2.2.2 Konsep Persaingan Industri	2-4
2.3 Bauran Pemasaran	2-6
2.3.1 4P.....	2-6
2.3.2 Perluasan Bauran Pemasaran untuk Jasa (<i>Service</i>)	2-7
2.4 Metode Penelitian	2-7
2.4.1 Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.4.2 Teknik Sampling	2-8
2.4.3 Data Penelitian.....	2-11
2.4.4 Skala Pengukuran	2-11
2.4.5 Pengujian Validitas dan Reabilitas Instrumen.....	2-12

2.5 Penentuan Jumlah Sampel	2-16
2.6 Segmentasi, Target dan Posisi Pasar.....	2-17
2.6.1 Segmentasi Pasar	2-17
2.6.2 Target Pasar	2-18
2.6.3 Posisi Pasar	2-18
2.7 <i>Corespondence Analysis</i> (CA).....	2-19
2.8 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	2-20
2.9 Strategi Promosi	2-22

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2 Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.3 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-4
3.4 Validitas Konstruk	3-6
3.5 Penentuan Jumlah Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.6 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.7 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.8 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-7
3.9 Penentuan Jumlah Kuesioner Penelitian	3-7
3.10 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-8
3.11 Pengolahan Data dan Analisis.....	3-8
3.12 Kesimpulan dan Saran	3-9

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.2 Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.3 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian.....	4-3

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2 Kuesioner Penelitian Pertama	5-5
5.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	5-5
5.2.2 IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5-10
5.2.3 CA (<i>Corespondence Analysis</i>)	5-15

5.3 Kuesioner Penelitian Kedua.....	5-20
5.4 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-25
5.5 Analisis Gabungan	5-30

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-10

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Hirarki Tanggapan	2-24
3.1	Variabel Penelitian	3-5
4.1	Persentase Pesaing <i>Chinese Food</i>	4-2
4.2	Ringkasan Jawaban Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.3	Profil Responden	4-4
4.4	Ringkasan Data Kepentingan dan Kepuasan	4-6
4.5	Ringkasan Total Ranking	4-7
4.6	Ringkasan Kuesioner Analisis citra Grand Eastern	4-8
4.7	Sumber Kesadaran Grand Eastern	4-8
4.8	Pengetahuan Konsumen	4-8
4.9	Alasan Ketidaksukaan	4-9
4.10	Alasan Kesukaan	4-9
4.11	Alasan Preferensi	4-10
4.12	Alasan Keyakinan	4-10
4.13	Alasan Pembelian (Pelanggan Tetap)	4-11
5.1	Ringkasan Kuesioner Penelitian	5-1
5.2	Rata-rata Data Mentah	5-2
5.3	Faktor-faktor Kepentingan Konsumen	5-4
5.4	Hasil Pengujian Validitas Kepentingan Konsumen	5-5
5.5	Hasil Perbandingan r kritis hitung dengan r kritis tingkat Kepentingan	5-6
5.6	Hasil Pengujian Reabilitas Kepentingan Konsumen	5-7
5.7	Hasil Pengujian Validitas Kepuasan Konsumen	5-8
5.8	Hasil Perbandingan r kritis hitung dengan r kritis tingkat Kepuasan	5-9
5.9	Hasil Pengujian Reabilitas Kepuasan Konsumen	5-9
5.10	Ringkasan Dan Rata-rata Tingkat Kepentingan	5-10
5.11	Ringkasan dan Rata-rata Tingkat Kepuasan	5-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.12	Ringkasan Rata-rata Kepentingan dan Performansi	5-12
5.13	Ringkasan Total Hasil Ranking	5-16
5.14	Ringkasan Bobot Ranking	5-17
5.15	Ringkasan Ranking Hasil CA (<i>Corespondence Analysis</i>)	5-19
5.16	Ringkasan Kuesioner Analisis Citra Grand Eastern	5-20
5.17	Sumber Kesadaran Grand Eastern	5-20
5.18	Pengetahuan Konsumen	5-21
5.19	Alasan Ketidaksukaan	5-22
5.20	Alasan Kesukaan	5-22
5.21	Alasan Preferensi	5-23
5.22	Alasan Keyakinan	5-24
5.23	Alasan Pembelian (Pelanggan Tetap)	5-24
5.24	<i>Targetting</i>	5-29
5.25	<i>Positioning</i>	5-29
5.26	Analisis Gabungan	5-31

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	<i>Impotance Performance Analysis (IPA)</i>	2-21
3.1	<i>Flowchart</i>	3-1
5.1	Hasil <i>Impotance Performance Analysis (IPA)</i>	5-13
5.2	Hasil <i>Corespondence Analysis (CA)</i>	5-18

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	L1-1
2	Data Mentah	L2-1
3	Tabel R Kritis	L3-1
4	Hasil SPSS (Uji Validitas dan Reliabilitas)	L4-1
5	<i>Corespondence Analysis (CA)</i>	L5-1