

ABSTRAK

PT. Multi Berkas Pangan merupakan salah satu perusahaan yang menjual produk saos tomat di Jl. Garuda No. 41, Bandung sejak 5 Mei 2005. Januari 2009-Mei 2009 jumlah penjualan produk saos yang diperoleh sekitar Rp. 36.720.000,00/hari kemudian naik menjadi Rp. 61.200.000,00/hari pada bulan Juni 2009-Oktober 2009. Penjualan produk saos ini meningkat hingga 66.7%, namun pada bulan November 2009-Mei 2010 penjualannya menurun hingga 30% dan dari Juni 2010-Desember 2010 peningkatan yang diperoleh hanya sekitar 3.2%. Penelitian dilakukan kepada konsumen langsung yang pernah mengonsumsi produk saos "SWAN Terbang", dan pemilik toko grosir yang pernah menjual produk saos "SWAN Terbang" ini.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Wawancara dilakukan langsung dengan Bapak Yanwar Indra Jaya selaku *Branch Manager* perusahaan. Kuesioner dibedakan menjadi kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian, dimana masing-masing kuesioner dibagikan kepada 2 jenis responden yaitu konsumen langsung dan pemilik toko grosir. Kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian disebarkan di daerah Pasar Sederhana-Sukajadi, Pasar Antri-Cimahi, Pasar Ciroyom, dan Pasar Baru, karena penjualan produk saos "SWAN Terbang" terbanyak dilakukan di daerah pasar-pasar ini. Kuesioner pendahuluan digunakan untuk mengetahui hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen dan toko grosir dalam memilih produk saos dan mengetahui merek produk saos apa yang digunakan oleh konsumen dan toko grosir sebagai alternatif memilih merek produk saos yang akan dibeli. Atribut pernyataan disusun dan dibuat berdasarkan strategi pemasaran yang mengacu pada Model Bauran Pemasaran 7P. Data dari kuesioner pendahuluan diolah dengan cara Persentase dan uji *Cochran Q Test*, sedangkan data dari kuesioner penelitian diolah dengan *Correspondences Analysis (CA)*, Hipotesis Ketidakpuasan, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan analisa berdasarkan strategi pemasaran dengan *Segmentation, Targeting dan Positioning (STP)*.

Dari CA diketahui ada 6 atribut untuk konsumen dan 5 atribut untuk toko grosir yang menjadi keunggulan "SWAN Terbang", dari uji Hipotesis Ketidakpuasan diketahui bahwa kinerja perusahaan belum dapat memenuhi harapan konsumen dan toko grosir sehingga semua atribut-pernyataan yang ini diinput sebagai data IPA dan diolah menggunakan IPA sehingga diperoleh hasil bahwa terdapat 1 atribut pernyataan untuk konsumen dan 5 atribut pernyataan untuk toko grosir yang menjadi prioritas perbaikan utama perusahaan.

Usulan perbaikan diambil dari tabel prioritas perbaikan yang ditinjau berdasarkan hasil analisis STP sehingga diperoleh usulan untuk perusahaan berupa mengadakan promosi iklan dan penjualan secara langsung, harga produk saos yang ditawarkan lebih terjangkau dibanding dengan produk pesaing, komposisi bahan pembentuk saos tetap dipertahankan, jumlah karyawan dan angkutan sebaiknya ditambah, menambah jumlah produksi produk saos, dan tulisan dalam nota pembelian diperjelas.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
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	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Populasi dan Sampel	2-1
2.1.1 Populasi.....	2-1
2.1.2 Sampel.....	2-1
2.1.3 Penentuan Ukuran Sampel	2-1
2.2 Teknik Sampling	2-2
2.3 Skala Pengukuran.....	2-4
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-7
2.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.6 Bauran Pemasaran.....	2-21
2.7 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-21
2.7.1 <i>Segmentation</i>	2-22
2.7.2 <i>Targeting</i>	2-23
2.7.3 <i>Positioning</i>	2-24
2.8 <i>Cochran Q Test</i>	2-24

2.9	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	2-26
2.11	Hipotesis	2-29
2.12	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Keterangan <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2.2	Identifikasi Masalah	3-4
3.2.3	Pembatasan Masalah	3-5
3.2.4	Perumusan Masalah	3-5
3.2.5	Tujuan Penelitian	3-5
3.2.6	Studi Pustaka	3-6
3.2.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.2.8	Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-8
3.2.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.11	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.13	Penentuan Jumlah dan Teknik Sampling	3-15
3.2.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-16
3.2.15	Pengujian Validitas	3-17
3.2.16	Pengujian Reliabilitas	3-18
3.2.17	Pengolahan Data	3-19
	3.2.17.1 Tahap Pengolahan Data Untuk Konsumen	3-20
	3.2.17.2 Tahap Pengolahan Data Untuk Toko Grosir....	3-23
3.2.18	Analisis	3-27
	3.2.18.1 Tahap Analisis Untuk Konsumen	3-27
	3.2.18.1.1 Analisis Gabungan Untuk Konsumen	3-27

3.2.18.1.2 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Untuk Konsumen	3-30
3.2.18.2 Tahap Analisis Untuk Toko Grosir	3-30
3.2.18.2.1 Analisis Gabungan Untuk Toko Grosir	3-30
3.2.18.2.2 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i> Untuk Toko Grosir	3-33
3.2.19 Usulan Perbaikan	3-33
3.2.19.1 Usulan Perbaikan untuk Konsumen	3-33
3.2.19.2 Usulan Perbaikan untuk Toko Grosir	3-34
3.2.20 Kesimpulan dan Saran	3-35

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Perusahaan ” <i>SWAN Terbang</i> ”	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
4.1.3 Tugas, Wewenang, dan Tanggung Jawab	4-1
4.2 Kuesioner	4-4
4.2.1 Pengidentifikasian Variabel Penelitian	4-4
4.2.2 Pengujian Validitas Konstruksi	4-5
4.2.3 Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.2.4 Kuesioner Penelitian	4-9

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Validitas Konstruksi terhadap Kuesioner Penelitian	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2.1 Kuesioner Pendahuluan untuk Konsumen	5-1
5.2.2 Kuesioner Pendahuluan untuk Toko Grosir	5-3
5.3 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-11
5.4 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-14

5.4.1	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian untuk Konsumen	5-14
5.4.1.1	<i>Correspondences Analysis</i> (CA) untuk Konsumen.....	5-14
5.4.1.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan untuk Konsumen.....	5-18
5.4.1.3	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) untuk Konsumen.....	5-20
5.4.1.4	Statistika Deskriptif untuk Konsumen.....	5-23
5.4.1.5	Analisis Gabungan untuk Konsumen	5-35
5.4.2	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian untuk Toko Grosir	5-37
5.4.2.1	<i>Correspondences Analysis</i> (CA) untuk Toko Grosir.....	5-37
5.4.2.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan untuk Toko Grosir.....	5-41
5.4.2.3	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) untuk Toko Grosir	5-43
5.4.2.4	Statistika Deskriptif untuk Toko Grosir	5-46
5.4.2.5	Analisis Gabungan untuk Toko Grosir.....	5-54
5.5	Usulan Perbaikan	5-90
5.5.1	Usulan Perbaikan untuk Konsumen.....	5-57
5.5.2	Usulan Perbaikan untuk Toko Grosir	5-62

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-7

DAFTAR PUSTAKA..... xx

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan Produk Saos Periode Januari 2009- Desember 2010	1-2
2.1	Perbandingan Parameter dan Statistik	2-29
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian untuk Konsumen	3-7
3.2	Identifikasi Variabel Penelitian untuk Toko Grosir	3-7
3.3	Kuesioner Pendahuluan untuk Konsumen	3-9
3.4	Kuesioner Pendahuluan untuk Toko Grosir	3-9
3.5	Usulan Prioritas Perbaikan untuk Konsumen	3-34
3.6	Usulan Prioritas Perbaikan untuk Toko Grosir	3-35
4.1	Pengidentifikasian Variabel Penelitian Konsumen	4-4
4.2	Pengidentifikasian Variabel Penelitian Toko Grosir	4-5
4.3	Hasil Validitas Konstruksi untuk Konsumen	4-5
4.4	Variabel Penelitian Konsumen yang Direduksi Setelah Validitas Konstruksi	4-6
4.5	Hasil Validitas Konstruksi untuk Toko Grosir	4-6
4.6	Data Rangkuman Kuesioner Pendahuluan untuk Konsumen	4-7
4.7	Alternatif Pesaing dari Konsumen	4-7
4.8	Data Rangkuman Kuesioner Pendahuluan untuk Toko Grosir	4-8
4.9	Alternatif Pesaing dari Toko Grosir	4-8
4.10	Jenis Kelamin Konsumen	4-9
4.11	Usia Konsumen	4-9
4.12	Status Konsumen	4-9
4.13	Pekerjaan Konsumen	4-9
4.14	Uang Saku Konsumen	4-10
4.15	Penghasilan Konsumen	4-10

4.16	Frekuensi Konsumen	4-10
4.17	Alasan Membeli dari Konsumen	4-10
4.18	Tujuan Mengkonsumsi Konsumen	4-11
4.19	Jenis yang Dikonsumsi Konsumen	4-11
4.20	Informasi Konsumen	4-11
4.21	Lokasi Tempat Tinggal Konsumen	4-11
4.22	Tempat Pembelian Konsumen	4-11
4.23	Pasar Konsumen	4-12
4.24	Toko Grosir Konsumen	4-12
4.25	Warung Kecil Konsumen	4-12
4.26	Waktu Luang Konsumen	4-12
4.27	Jenis Kelamin Toko Grosir	4-13
4.28	Usia Toko Grosir	4-13
4.29	Status Toko Grosir	4-13
4.30	Pekerjaan Toko Grosir	4-13
4.31	Penghasilan Toko Grosir	4-14
4.32	Frekuensi Toko Grosir	4-14
4.33	Alasan Membeli Toko Grosir	4-14
4.34	Jenis yang Dijual Toko Grosir	4-14
4.35	Informasi Toko Grosir	4-14
4.36	Lokasi Tempat Tinggal Toko Grosir	4-15
4.37	Tempat Pembelian Toko Grosir	4-15
4.38	Pasar Toko Grosir	4-15
4.39	Waktu Luang Toko Grosir	4-15
4.40	Rata-rata Kinerja dan Kepentingan untuk Konsumen	4-16
4.41	Pembobotan untuk Konsumen	4-16
4.42	Rata-rata Kinerja dan Kepentingan untuk Toko Grosir	4-17
4.43	Pembobotan untuk Toko Grosir	4-18
5.1	Uji Presentase Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Pesaing Utama dari Konsumen	5-3

5.3	Atribut Pernyataan yang Direduksi dari Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-10
5.4	Pesaing dari Toko Grosir	5-12
5.5	Validitas Kinerja Konsumen	5-12
5.6	Validitas Kepentingan Konsumen	5-13
5.7	Validitas Kinerja Toko Grosir	5-13
5.8	Validitas Kepentingan Toko Grosir	5-14
5.9	Hasil Pembobotan untuk Konsumen	5-15
5.10	Ranking Jarak Kedekatan untuk Konsumen	5-17
5.11	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen	5-18
5.12	Rata-rata Kinerja dan Kepentingan Konsumen	5-20
5.13	Kuadran 1 untuk Konsumen	5-21
5.14	Kuadran 2 untuk Konsumen	5-22
5.15	Kuadran 3 untuk Konsumen	5-22
5.16	Kuadran 4 untuk Konsumen	5-23
5.17	Prioritas Perbaikan untuk Konsumen	5-36
5.18	Hasil Pembobotan untuk Toko Grosir	5-38
5.19	Ranking Jarak Kedekatan untuk Toko Grosir	5-40
5.20	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Toko Grosir	5-41
5.21	Rata-rata Kinerja dan Kepentingan Toko Grosir	5-43
5.22	Kuadran 1 untuk Toko Grosir	5-44
5.23	Kuadran 2 untuk Toko Grosir	5-45
5.24	Kuadran 3 untuk Toko Grosir	5-45
5.25	Kuadran 4 untuk Toko Grosir	5-45
5.26	Prioritas Perbaikan untuk Toko Grosir	5-56
5.27	Usulan Berdasarkan Prioritas Perbaikan untuk Konsumen	5-57
5.28	Usulan Berdasarkan Prioritas Perbaikan untuk Toko Grosir	5-62
6.1	Faktor yang Dianggap Penting oleh Konsumen	6-1
6.2	Faktor yang Dianggap Penting oleh Toko Grosir	6-1
6.3	Faktor-faktor yang Sudah Memuaskan Konsumen	6-2

6.4	Faktor-faktor yang Sudah Memuaskan Toko Grosir	6-2
6.5	Kelebihan Produk Saos “ <i>SWAN Terbang</i> ” Menurut Konsumen	6-3
6.6	Kelebihan Produk Saos “ <i>SWAN Terbang</i> ” Menurut Toko Grosir	6-3
6.7	Kekurangan Produk Saos “ <i>SWAN Terbang</i> ” Menurut Konsumen	6-3
6.8	Kekurangan Produk Saos “ <i>SWAN Terbang</i> ” Menurut Toko Grosir	6-4
6.9	Faktor-faktor yang Perlu Diperbaiki untuk Konsumen	6-7
6.10	Faktor-faktor yang Perlu Diperbaiki untuk Toko Grosir	6-7

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Pengujian Reliabilitas Gabungan	2-19
2.2	Langkah Utama Pemasaran	2-22
2.3	<i>Importance/Performance Matrices</i>	2-32
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Tahap Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	3-19
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan ” <i>SWAN Terbang</i> ”	4-1
5.1	Grafik CA untuk Konsumen	5-15
5.2	Perhitungan Atribut Pernyataan 10 untuk Konsumen	5-16
5.3	Digram IPA untuk Konsumen	5-21
5.4	Jenis Kelamin Konsumen	5-24
5.5	Usia Konsumen	5-24
5.6	Status Konsumen	5-25
5.7	Pekerjaan Konsumen	5-25
5.8	Uang Saku Konsumen	5-26
5.9	Penghasilan Konsumen	5-26
5.10	Frekuensi Konsumen	5-27
5.11	Alasan Membeli Konsumen	5-27
5.12	Tujuan Mengkonsumsi Konsumen	5-28
5.13	Jenis yang Dikonsumsi Konsumen	5-28
5.14	Informasi Konsumen	5-29
5.15	Lokasi Tempat Tinggal Konsumen	5-29
5.16	Tempat Pembelian Konsumen	5-30
5.17	Pasar Konsumen	5-30
5.18	Toko Grosir Konsumen	5-31
5.19	Warung Kecil Konsumen	5-31
5.20	Waktu Luang Konsumen	5-20
5.21	Grafik CA untuk Toko Grosir	5-38

5.22	Perhitungan Atribut Pernyataan 1 untuk Toko Grosir	5-39
5.23	Digram IPA untuk Toko Grosir	5-44
5.24	Jenis Kelamin Konsumen	5-46
5.25	Usia Konsumen	5-47
5.26	Status Konsumen	5-47
5.27	Pekerjaan Konsumen	5-48
5.28	Penghasilan Konsumen	5-48
5.29	Frekuensi Konsumen	5-49
5.30	Alasan Membeli Konsumen	5-49
5.31	Jenis yang Dijual Konsumen	5-49
5.32	Informasi Konsumen	5-50
5.33	Lokasi Tempat Tinggal Konsumen	5-50
5.34	Tempat Pembelian Konsumen	5-51
5.35	Pasar Konsumen	5-51
5.36	Waktu Luang Konsumen	5-51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan Untuk Konsumen	L-1
2	Kuesioner Penelitian Untuk Konsumen	L-2
3	Kuesioner Pendahuluan Untuk Toko Grosir	L-4
4	Kuesioner Penelitian Untuk Toko Grosir	L-5
5	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Untuk Konsumen	L-7
6	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan Untuk Toko Grosir	L-8
7	Data Mentah Kuesioner Penelitian Bagian 2 Untuk Konsumen	L-9
8	Data Mentah Kuesioner Penelitian Bagian 2 Untuk Toko Grosir	L-14
9	Tabel <i>Chi-Square</i>	L-19
10	Tabel Z	L-20
11	Tabel t	L-21
12	Tabel F	L-23