

ABSTRAK

PT. Shelookred Bandung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran ikan Arwana Super Red yang berasal dari Pontianak – Kalimantan Barat yang berdiri sejak tahun 2005. PT. Shelookred Bandung beralamat di Jl. Karapitan no 62 Bandung – Jawa Barat. Penjualan PT. Shelookred Bandung mengalami penurunan sebesar 20 – 25% yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan bulanan. Hal ini terjadi sejak bulan Mei 2010 sampai September 2010.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ikan Arwana Super Red, mengetahui *Segmentation, Targeting*, dan *Positioning* PT. Shelookred, mengetahui bagaimana tingkat kepentingan menurut konsumen terhadap pelayanan PT. Shelookred, mengetahui bagaimana tingkat kinerja menurut konsumen terhadap pelayanan PT. Shelookred dan mengetahui usulan apa yang dapat diberikan kepada PT. Shelookred Bandung untuk meningkatkan penjualan.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner pendahuluan serta kuesioner penelitian. Wawancara dan observasi dilakukan secara langsung sebagai langkah penelitian pendahuluan. Penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian dilakukan pada responden yang merupakan peminat ikan Arwana Super Red yang minimal pernah memelihara 1 ekor ikan Arwana Super Red yang berada di wilayah Bandung. Variabel yang digunakan dalam penyusunan kuesioner adalah pengembangan dari teori *Segmentation, Targeting*, dan *Positioning*, Perilaku Konsumen, Diferensiasi, dan 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*).

Pengolahan data yang digunakan adalah metode *Correspondence Analysis* (CA) dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Metode *Correspondence Analysis* digunakan untuk mengetahui peringkat PT Shelookred terhadap pesaingnya dan metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan kepuasan konsumen berdasarkan kuadran IPA. Pengolahan data dengan metode CA digunakan sebagai pertimbangan awal peringkat perusahaan terhadap pesaingnya dan selanjutnya metode IPA digunakan sebagai penentuan posisi peringkat perusahaan berdasarkan kuadran dengan kategori *low priority, underact, overact, maintain*. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat diperoleh usulan untuk perusahaan.

Usulan yang diberikan untuk PT Shelookred adalah mengenai pengadaan produk Ikan Arwana Super Red jenis *Blood Red* sebagai alternatif produk yang ditawarkan, pengadaan jasa perawatan ikan Arwana Super Red dan jasa penitipan ikan Arwana Super Red bagi para hobiis yang tidak memiliki banyak waktu untuk merawat ikan Arwana, pengadaan jasa pencucian Aquarium dan jasa penyediaan Air per Gallon, pembekalan setiap karyawan dengan pengetahuan terhadap ikan Arwana Super Red, “Kecerahan Warna Sisik” yaitu kecerahan warna merah pada sisik ikan Arwana Super Red yang harus dipertimbangkan sehingga diperlukan penyortiran ikan secara ketat dari penangkaran, “Pembagian Brosur Produk Ikan Arwana Super Red Secara Berkala” yaitu dilakukan sebagai media informasi kepada konsumen mengenai stok ikan yang tersedia dan perkembangan yang dilakukan perusahaan serta *event* yang diadakan perusahaan, “Kondisi Kenyamanan Gerai” yaitu mengusulkan perbaikan dan penambahan fasilitas pada gerai agar pengunjung merasa nyaman, “Tersedianya Katalog Produk” yaitu menyediakan katalog produk yang berisi penjelasan mengenai ikan dan perawatannya sehingga konsumen lebih tertarik untuk membeli, “Kemudahan Proses Pembayaran” yaitu tersedianya alat pembayaran non-tunai untuk proses transaksi penjualan, “Kondisi Kebersihan Gerai” yaitu melakukan pembersihan gerai secara, dan “Kelengkapan Sisik” yaitu berkaitan dengan penyortiran serta perawatan ikan pada gerai.

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 STUDI PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	2 - 1
2.2 Barang dan Jasa	2 - 2
2.3 Kepuasan Pelanggan	2 - 6
2.4 Jenis Penelitian	2 - 6
2.5 Metode Pengumpulan Data	2 - 7
2.6 Sumber Data	2 - 9
2.7 Populasi dan Sampel.....	2 - 9
2.8 Teknik Sampling.....	2 - 9
2.9 Ukuran Sampel	2 - 13
2.10 Skala Pengukuran	2 - 13
2.11 Tipe Skala Pengukuran	2 - 15

2.12 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 - 16
2.13 Pengenalan Program SPSS.....	2 - 21
2.14 Bauran Pemasaran.....	2 - 23
2.15 Diferensiasi.....	2 - 27
2.16 <i>Correspondence Analysis</i>	2 - 28
2.17 Konsep <i>Segmentation, Targeting, & Positioning</i>	2 - 28
2.18 Pengertian Strategi Pemasaran	2 - 30
2.19 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2 - 31

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian.....	3 - 1
3.2 Keterangan	3 - 5

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 - 1
4.1.1 Profil Perusahaan	4 - 1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4 - 2
4.2 Kuesioner	4 - 3
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4 - 3
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4 - 5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5 - 1
5.1.1 Uji Cochran Data Kuesioner Pendahuluan.....	5 - 1
5.1.2 Hasil Uji Cochran Data Kuesioner Pendahuluan.....	5 - 6
5.2 Kuesioner Penelitian	5 - 8
5.2.1 Pengujian Validitas Internal	5 - 18
5.2.2 Pengujian Validitas Eksternal.....	5 - 19
5.3 <i>Importance Performance Analysis</i>	5 - 23
5.4 <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 27

5.5 Analisis Hasil Pengolahan Data Berdasarkan <i>Importance Performance Analysis</i> dikaitkan dengan Hasil Pengolahan <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 49
5.6 Analisis <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5 - 54
5.6.1 <i>Segmentation</i>	5 - 54
5.6.2 <i>Targeting</i>	5 - 55
5.6.3 <i>Positioning</i>	5 - 56
5.7 Analisis Strategi Diferensiasi	5 - 56
5.7.1 Diferensiasi Produk.....	5 - 56
5.7.2 Diferensiasi <i>Service</i>	5 - 56
5.7.3 Diferensiasi Personalia.....	5 - 58
5.7.3 Diferensiasi Citra	5 - 58
5.8 Usulan	5 - 59

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6 - 1
6.2 Saran	6 - 10
6.2.1 Saran Untuk PT Shelookred	6 - 10
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	6 - 10

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN NARA SUMBER

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 – 4
4.2	Usia	4 – 5
4.3	Pekerjaan	4 – 5
4.4	Uang Saku	4 – 5
4.5	Penghasilan	4 – 6
4.6	Ukuran Ikan	4 – 6
4.7	Frekuensi Kunjungan per Bulan	4 – 6
4.8	Klub Pecinta Arwana Super Red	4 – 6
4.9	Jumlah Kepemilikan Ikan	4 – 7
4,10	Biaya Pembelian Ikan Arwana	4 – 7
4.11	Alasan Pembelian	4 – 7
4.12	Media Informasi Penjualan	4 – 7
4.13	Ringkasan hasil kuesioner penelitian Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kepuasan	4 – 8
4.14	Tabel Data Kepuasan Konsumen	4 – 9
5.1	Item Pernyataan Kuesioner yang Digunakan hasil <i>Uji Cochran</i>	5 – 6
5.1	Item Pernyataan Kuesioner yang Dibuang hasil <i>Uji Cochran</i>	5 – 7
5.3	Usia	5 – 8
5.4	Pekerjaan	5 – 8
5.5	Uang Saku	5 – 9
5.6	Penghasilan	5 – 10
5.7	Ukuran Ikan	5 – 10
5.8	Frekuensi Kunjungan per Bulan	5 – 11
5.9	Klub Pecinta Arwana Super Red	5 – 12
5.10	Jumlah Kepemilikan Ikan	5 – 12
5,11	Biaya Pembelian Ikan Arwana	5 – 13
5.12	Alasan Pembelian	5 – 14
5.13	Media Informasi Penjualan	5 – 14
5.14	Persentase Tingkat Kepentingan	5 – 16
5.15	Persentase Tingkat Kepuasan	5 – 17
5.16	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Kepuasan	5 – 23
5.17	Tabel Data Kepuasan Konsumen	5 – 27
5.18	Urutan Daerah Hasil Grafik Correspondance Analysis	5 – 47
5.19	Urutan Peringkat Hasil Grafik Correspondance Analysis	5 – 48
5.20	CA Ranking dan IPA Quadrant	5 – 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2 – 9
2.2	Matriks IPA	2 – 30
3.1	<i>Flowchart</i> Sistematika Penelitian	3 – 1
4.1	Logo Shelookred	4 – 1
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan	4 – 2
5.1	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian I	5 – 2
5.2	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian II	5 – 3
5.3	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian III	5 – 4
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian IV	5 – 5
5.5	Usia	5 – 7
5.6	Pekerjaan	5 – 8
5.7	Uang Saku	5 – 8
5.8	Penghasilan	5 – 9
5.9	Ukuran Ikan	5 – 10
5.10	Frekuensi Kunjungan per Bulan	5 – 10
5.11	Klub Pecinta Arwana Super Red	5 – 11
5.12	Jumlah Kepemilikan Ikan	5 – 12
5.13	Biaya Pembelian Ikan Arwana	5 – 12
5.14	Alasan Pembelian	5 – 13
5.15	Media Informasi Penjualan	5 – 14
5.16	IPA <i>Matrix</i>	5 – 23
5.17	<i>Row Scores</i>	5 – 27
5.18	<i>Column Scores</i>	5 – 27
5.19	<i>Row and Column Scores</i>	5 – 28
5.20	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 1	5 – 28
5.21	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 2	5 – 29
5.22	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 3	5 – 29
5.23	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 4	5 – 30
5.24	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 5	5 – 30
5.25	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 6	5 – 31
5.26	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 7	5 – 31
5.27	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 8	5 – 32
5.28	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 9	5 – 32
5.29	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 10	5 – 33
5.30	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 11	5 – 33
5.31	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 12	5 – 34
5.32	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 13	5 – 34
5.33	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 14	5 – 35

Gambar	Judul	Halaman
5.34	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 15	5 – 35
5.35	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 16	5 – 36
5.36	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 17	5 – 36
5.37	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 18	5 – 37
5.38	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 19	5 – 37
5.39	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 20	5 – 38
5.40	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 21	5 – 38
5.41	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 22	5 – 39
5.42	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 23	5 – 39
5.43	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 24	5 – 40
5.44	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 25	5 – 40
5.45	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 26	5 – 41
5.46	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 27	5 – 41
5.47	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 28	5 – 42
5.48	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 29	5 – 42
5.49	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 30	5 – 43
5.50	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 31	5 – 43
5.51	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 32	5 – 44
5.52	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 33	5 – 44
5.53	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Pernyataan 34	5 – 45
5.54	Kecerahan Warna Sisik	5 – 60
5.55	Contoh Brosur Arwana	5 – 61
5.56	Contoh Gerai Arwana	5 – 61
5.57	Contoh Katalog Arwana	5 – 62
5.58	Contoh Alat Pembayaran Non-Tunai	5 – 63
5.59	Contoh Kebersihan Gerai Arwana	5 – 64
5.60	Contoh Kelengkapan Sisik Arwana	5 – 65
5.61	Contoh Arwana Sisik Lengkap dan Warna Cerah	5 – 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kisi-kisi Instrument	L1-1
2	Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-3
3	Tabel <i>Chi-Square</i>	L3-1
4	Tabel Nilai-nilai <i>r Product Moment</i>	L4-1
5	Data Tingkat Kepentingan Kuesioner Penelitian	L5-1
5	Data Tingkat Kepuasan Kuesioner Penelitian	L5-5
5	Data Peringkat Shelookred	L5-9
5	Data Peringkat Laksana	L5-13
5	Data Peringkat Gampang Ingat	L5-17
6	Validitas Konstruk	L6-1