

ABSTRAK

Sabai Muay Thai adalah salah satu tempat untuk berlatih Muay Thai yang letaknya berada di Jl. Braga 99 – 101 Bandung (di dalam gedung Braga City Walk Lt. 2). Sabai Muay Thai berdiri pada tahun 2007 dengan *tag line* “*The Only Place Where Hang Out and Fight Can Be Fun and Healthy*”. Masalah yang dihadapi perusahaan saat ini adalah penurunan jumlah konsumen. Penurunan jumlah konsumen terjadi sejak tahun 2011 sebesar 32,7% dari tahun 2010 dan pada tahun 2012 turun sebanyak 8,8% dari tahun 2011 hingga saat ini. Diduga faktor yang menyebabkan adalah harga yang mahal, keterbatasan alat latihan, serta bermunculannya tempat lain. Penelitian ini membahas tentang usulan peningkatan pelayanan di Sabai Muay Thai.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner yang mengacu pada model penelitian *Marketing Mix* yaitu bauran pemasaran jasa 7P (Adrian Payne) dan perilaku konsumen (James F. Engel - Roger D. Blackwell - Paul W. Miniard) terhadap 110 orang konsumen di Sabai Muay Thai sebagai respondennya. Kuesioner bertujuan untuk mengetahui profil konsumen, menilai tingkat harapan serta persepsi, dan perilaku konsumen dalam memilih olahraga bela diri.

Pengolahan data menggunakan Uji Cochran Q Test yang menyisakan 37 variabel yang dipentingkan oleh responden. Setelah itu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk data kepentingan dan performansi. Setelah valid dan reliabel, data-data tersebut akan dianalisis berdasarkan hasil Uji Hipotesis ketidakpuasan dan Matriks IPA yang dikaitkan dengan perilaku konsumen dan STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Dari hasil analisis ini, akan diperoleh usulan prioritas perbaikan. Usulan prioritas perbaikan ini dilihat dari posisi hasil pemetaan di Matriks IPA dan disesuaikan dengan nilai Z terbesar dari Uji Hipotesis.

Targeting dikaitkan dengan perilaku konsumen yaitu pria dan wanita dengan umur 16-30 tahun dengan pekerjaan sebagai mahasiswa, karyawan, pegawai negeri, serta wiraswasta; yang berdomisili di seluruh wilayah Bandung dengan kelas sosial menengah sampai menengah atas. Sehingga, Sabai Muay Thai diharapkan untuk mempertahankan posisinya sesuai dengan target pasar yang dituju serta mempertahankan posisinya sebagai tempat berlatih Muay Thai yang memiliki ciri khas yang sesuai dengan *tag line* “*The Only Place Where Hang Out and Fight Can Be Fun and Healthy*”.

Usulan prioritas perbaikan berdasarkan gabungan antara Uji Hipotesis dengan IPA yang dikaitkan dengan perilaku konsumen dan STP yaitu menambah jumlah alat latihan, memasang iklan di *website* resmi, memberikan sertifikat, membuat jendela, menyediakan uang tunai, mengganti alat khusus pembayaran kredit dengan alat yang lebih baru dan baik, menambahkan cermin disemua sisi ruangan agar ruang berlatih terlihat lebih luas, menyediakan ruang khusus tempat penyimpanan peralatan, alat-alat latihan dipisahkan di lemari berbeda sesuai dengan jenis dan fungsinya masing-masing, dan sesekali memasang iklan di TV lokal.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Jasa	2-1
2.1.1 Konsep dan Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.1.3 Karakteristik Jasa	2-8
2.2 Pelayanan	2-10
2.3 Kepuasan Pelanggan	2-13
2.4 Pengertian Persepsi	2-16
2.5 Tingkat Kepentingan Pelanggan	2-17
2.6 Harapan Pelanggan.....	2-22
2.7 Pengertian Kinerja.....	2-23
2.8 Pengertian Pemasaran	2-23

2.9	Bauran Pemasaran.....	2-24
2.9.1	<i>Product</i>	2-25
2.9.2	<i>Price</i>	2-26
2.9.3	<i>Place</i>	2-26
2.9.4	<i>Promotion</i>	2-27
2.9.5	<i>People</i>	2-27
2.9.6	<i>Physical Evidence</i>	2-28
2.9.7	<i>Process</i>	2-28
2.10	Variabel Penelitian	2-28
2.11	Populasi dan Sampel	2-29
2.11.1	Populasi	2-29
2.11.2	Sampel.....	2-29
2.11.3	Teknik Sampling	2-30
2.12	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-32
2.13	Pengujian Validitas Instrumen	2-34
2.14	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-36
2.15	Cochran Q Test	2-38
2.16	Uji Hipotesis.....	2-39
2.17	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-40
2.17.1	Pembuatan Peta Posisi IPA	2-41
2.17.2	Interpretasi Peta Posisi IPA.....	2-43
2.18	<i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	2-43
2.18.1	<i>Segmenting</i>	2-43
2.18.2	<i>Targeting</i>	2-44
2.18.3	<i>Positioning</i>	2-45
2.19	Perilaku Konsumen	2-46

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2	Studi Pustaka	3-3
3.3	Identifikasi Masalah	3-3

3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.5	Perumusan Masalah	3-4
3.6	Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-5
3.7	Penentuan dan Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.9	Validitas Konstruk	3-10
3.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-12
3.14	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian dan Teknik Sampling	3-13
3.15	Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.16	Uji Validitas	3-15
3.17	Uji Reliabilitas	3-15
3.18	Pengolahan Data dan Analisis.....	3-16
3.19	Usulan	3-19
3.20	Kesimpulan dan Saran.....	3-20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	4-4
4.1.3	Deskripsi Jabatan	4-4
4.2	Kuesioner Pendahuluan.....	4-6
4.3	Kuesioner Penelitian	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Penentuan Jumlah Pernyataan.....	5-1
5.2	Pengolahan Data.....	5-6
5.1.1	Pengujian Validitas Persepsi	5-8
5.1.2	Pengujian Reliabilitas Persepsi	5-9

5.2.1 Pengujian Validitas Harapan.....	5-10
5.2.2 Pengujian Reliabilitas Harapan	5-11
5.3 Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-12
5.3.1 Analisis <i>Segmentation</i>	5-12
5.3.2 Analisis <i>Targeting</i>	5-13
5.3.3 Analisis <i>Positioning</i>	5-16
5.4 Kesenjangan antara Persepsi dan Harapan Konsumen	5-17
5.5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-32
5.6 Usulan Prioritas Perbaikan (Gabungan).....	5-35
5.7 Analisis Perilaku Konsumen	5-53

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-8
6.2.1 Saran Untuk Perusahaan	6-8
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penurunan Jumlah Konsumen	1-2
3.1	Variabel Penelitian 7P	3-6
3.2	Variabel Penelitian Perilaku Konsumen	3-8
3.3	Rata-rata Harapan dan Persepsi	3-18
3.4	Usulan Prioritas Perbaikan	3-19
4.1	Rekapitulasi Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.2	Tempat Berlatih Selain di Sabai Muay Thai	4-8
4.3	Jenis Kelamin Responden	4-8
4.4	Usia Responden	4-8
4.5	Pekerjaan Responden	4-8
4.6	Status Responden	4-8
4.7	Penghasilan Responden	4-9
4.8	Uang Saku Responden	4-9
4.9	Daerah Tempat Tinggal Responden	4-9
4.10	Sumber Informasi	4-9
4.11	Rangkuman Persepsi dan Harapan	4-10
4.12	Rangkuman Perilaku Konsumen	4-11
5.1	Pernyataan Hasil Pengujian Cochran Q Test	5-5
5.2	Pernyataan yang Dibuang Berdasarkan Cochran	5-6
5.3	Hasil Uji Validitas Persepsi	5-8
5.4	Hasil Uji Reliabilitas Persepsi	5-9
5.5	Hasil Uji Validitas Harapan	5-10
5.6	Hasil Uji Reliabilitas Harapan	5-11
5.7	Target Pasar Sabai Muay Thai	5-13
5.8	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 1	5-19
5.9	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 2	5-23
5.10	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 3	5-24

Tabel	Judul	Halaman
5.11	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 4	5-25
5.12	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 5	5-26
5.13	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 6	5-29
5.14	Perhitungan Pengujian Hipotesis Dimensi 7	5-31
5.15	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-34
5.16	Usulan Prioritas Perbaikan Berdasarkan Uji Hipotesis dan IPA	5-36
5.17	Pengaruh yang Mendasari Perilaku Konsumen	5-54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Matriks Proses Jasa	2-7
2.2	Proses Persepsi	2-17
2.3	Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan	2-22
2.4	Peta Posisi <i>Importance Performance Analysis</i>	2-42
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
3.2	Contoh Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	3-18
3.3	Hubungan Antara IPA, U. Hipotesis, Perilaku, STP	3-20
4.1	<i>Protector Guard</i>	4-3
4.2	Peralatan Latihan Pendukung	4-3
4.3	Struktur Organisasi Sabai Muay Thai	4-4
5.1	Segmentasi Pasar	5-12
5.2	Kurva Normal untuk Pernyataan 1	5-19
5.3	Kurva Normal untuk Pernyataan 6	5-23
5.4	Peta Posisi <i>Importance Performance Analysis</i>	5-33

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	L1
2	Kuesioner Pendahuluan	L4
3	Kuesioner Penelitian	L6
4	Data Mentah Persepsi	L13
5	Data Mentah Harapan	L18
6	Data Mentah Bobot	L23
7	Data Mentah Cochran Q Test	L25
8	Hasil Perhitungan SPSS Persepsi	L33
9	Hasil Perhitungan SPSS Harapan	L36
10	Tabel Statistik	L39
11	Tabel Jam Kedatangan	L42
12	Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L-43