

## ABSTRAK

Pujasera “BCNY House” beridiri pada tahun 2005 di Cianjur, yang menjual berbagai macam makanan dan minuman. Pujasera BCNY House mengalami penurunan pendapatan penjualan makanan/minuman dan penurunan tingkat kedatangan dalam *event-event* sebesar 12% sejak tahun 2009. Menurut pihak BCNY House salah satu faktor utamanya adalah berdirinya pujasera Panembong 88 yang terletak di lokasi yang berbeda dengan BCNY House. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting bagi konsumen untuk memilih suatu pujasera, loyalitas konsumen terhadap pujasera BCNY House dan posisi persaingan kinerja pujasera dibandingkan dengan pesaing, serta memberikan usulan dan saran untuk meningkatkan pendapatan pujasera BCNY House.

Dalam pembuatan kuesioner ini maka menggunakan teori *marketing mix* (7P), yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* yang merupakan teori dari William J. Stanton. Digunakan juga teori loyalitas dalam pembuatan kuesioner ini yang merupakan teori dari Barron Stark & Associates inc dan Nigel Hill.

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung ke pujasera BCNY House dan Panembong 8 dan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang pertama adalah kuesioner pendahuluan, yang disebarkan kepada 30 responden. Kuesioner pendahuluan diolah menggunakan presentase, dimana apabila pada suatu pernyataan jawaban penting  $\leq 50\%$  maka pernyataan tersebut dianggap tidak layak/tidak penting dan apabila pernyataan jawaban penting  $>$  dari 50% maka pernyataan tersebut dianggap layak/penting. Kuesioner yang kedua adalah kuesioner penelitian yang disebarkan sebanyak 100 kuesioner kepada para konsumen yang sudah mengetahui kedua pujasera, sudah pernah datang ke acara-acara yang diselenggarakan oleh kedua pujasera dan sudah pernah datang ke pujasera BCNY House lebih dari lima kali untuk menjawab kuesioner tentang loyalitas.

Data-data yang telah didapatkan melalui proses pengumpulan data, kemudian diolah dengan menggunakan Segmentasi, *Targeting, Positioning*, Uji Hipotesis tingkat kepuasan, Regresi berganda, dan *Correspondence Analysis*. Setelah melalui proses pengolahan data, maka didapatkan bahwa variabel yang berpengaruh terhadap loyalitas adalah kemenarikan desain interior pujasera, rasa dari makanan, dan penyajian minuman yang baik dan bersih. Dari hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat 20 variabel dimana konsumen tidak puas dan dalam pengolahan data menggunakan *correspondence analysis*, maka didapatkan hasil bahwa 22 variabel BCNY House kalah dengan Panembong 88 dan 8 variabel dimana BCNY House bersaing dengan Panembong 88.

Maka diberikan beberapa usulan kepada pujasera BCNY House, yaitu lebih memperhatikan lagi rasa dari makanan, mendesain ulang interior yang dapat membuat konsumen nyaman, memperhatikan lagi kebersihan dalam penyajian minuman, melakukan training ulang terdapat para karyawan, menambah ragam menu makanan dan minuman, membuat paket-paket makanan, dan menyesuaikan harga dengan kompetitor.

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
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
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Definisi Pemasaran .....	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran .....	2-1
2.1.3 Strategi Pemasaran .....	2-3
2.2 Konsep Jasa .....	2-4
2.2.1 Pengertian Jasa.....	2-4
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	2-4
2.2.3 Klasifikasi Jasa .....	2-5
2.2.4 Dimensi Pokok.....	2-6
2.3 Konsep Produk .....	2-7
2.3.1 Pengertian Produk.....	2-7
2.3.2 Tingkatan Produk.....	2-7
2.4 <i>Segmentasi, Targetting dan Positioning</i> .....	2-7

2.5	Metode Pengumpulan Data .....	2-9
2.6	Populasi dan Sampel.....	2-11
2.7	Teknik Sampling.....	2-11
2.8	Ukuran Sampel .....	2-14
2.9	Tipe Skala Pengukuran.....	2-14
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.10.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-15
2.10.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi .....	2-15
2.10.1.2	Pengujian Validitas Isi.....	2-16
2.10.1.3	Pengujian Validitas Eksternal.....	2-16
2.10.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.11	Loyalitas .....	2-18
2.12	Regresi.....	2-19
2.13	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-20

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2.	Keterangan <i>Flowchart</i> .....	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2	Identifikasi Masalah .....	3-4
3.2.3	Pembatasan Masalah.....	3-4
3.2.4	Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.5	Penentuan Tujuan Penelitian .....	3-5
3.2.6	Studi Pustaka .....	3-6
3.2.7	Metode Pengumpulan Data .....	3-6
3.2.8	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian .....	3-7
3.2.8.1	Kuesioner Pendahuluan .....	3-7
3.2.8.2	Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.2.9	Uji Validitas Konstruksi.....	3-10
3.2.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.11	Perhitungan Tingkat Kepentingan menggunakan Presentase.....	3-11
3.2.12	Perbaikan Kuesioner Penelitian.....	3-11

3.2.13	Penentuan Teknik Sampling.....	3-11
3.2.14	Penentuan Ukuran Sampel.....	3-12
3.2.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.16	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	3-13
3.2.17	Pengolahan Data.....	3-13
3.2.18	Analisis Pengolahan data.....	3-15
3.2.19	Usulan.....	3-16
3.2.20	Kesimpulan dan Saran.....	3-17

#### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Visi dan Misi.....	4-2
4.1.2.1	Visi.....	4-2
4.1.2.2	Misi.....	4-2
4.1.3	Struktur Organisasi.....	4-2
4.2	Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.3	Kuesioner Penelitian.....	4-6
4.4	Hasil Rekapitulasi Data Mentah.....	4-8

#### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-1
5.1.1	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabel Tingkat Kepentingan.....	5-1
5.1.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabel Tingkat Kepuasan.....	5-3
5.2	Pengujian Hipotesis.....	5-5
5.3	Uji Pengaruh Variabel X Terhadap Y.....	5-9
5.4	Perhitungan <i>Correspondence Analysis</i> .....	5-13
5.5	Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> .....	5-19
5.5.1	Segmentasi Berdasarkan Profil Responden.....	5-19
5.5.2	<i>Targeting</i> Berdasarkan Profil Responden.....	5-24
5.5.3	<i>Positioning</i> .....	5-27
5.6	Analisis Gabungan.....	5-28
5.7	Usulan Perbaikan Berdasarkan Pengolahan Data.....	5-2

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-4

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 4.1	Hasil Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan .....	4-3
Tabel 4.2	Hasil Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan (lanjutan).....	4-4
Tabel 4.3	Variabel Kuesioner Penelitian .....	4-6
Tabel 4.4	Variabel Kuesioner Penelitian (lanjutan).....	4-7
Tabel 4.5	Tingkat Loyalitas Kepentingan Pendengar terhadap Pujasera BCNY House.....	4-7
Tabel 4.6	Usia .....	4-8
Tabel 4.7	Pekerjaan.....	4-8
Tabel 4.8	Frekwensi Datang .....	4-8
Tabel 4.9	Kisaran Harga Makanan Berat.....	4-9
Tabel 4.10	Kisaran Harga Makanan Ringan.....	4-9
Tabel 4.11	Kisaran Harga Minuman.....	4-9
Tabel 4.12	Jenis Makanan yang Disukai.....	4-10
Tabel 4.13	Kisaran Harga Tiket Masuk .....	4-10
Tabel 4.14	Minat Mengunjungi.....	4-10
Tabel 4.15	Dengan Siapa Mengunjungi.....	4-10
Tabel 5.1	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepentingan .....	5-2
Tabel 5.2	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Kepentingan .....	5-3
Tabel 5.3	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepuasan Pujasera BCNY House.....	5-4
Tabel 5.4	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Performansi Pujasera BCNY House ..	5-5
Tabel 5.5	Tabel Hasil Rangkuman Uji Hipotesis Kepuasan .....	5-6
Tabel 5.6	Tabel Hasil Rangkuman Uji Hipotesis Kepuasan (lanjutan) .....	5-7
Tabel 5.7	Output SPSS.....	5-9
Tabel 5.8	Tabel corelasi .....	5-11
Tabel 5.9	Tabel Anova.....	5-12
Tabel 5.10	Tabel Jumlah Pemilih.....	5-14
Tabel 5.11	Tabel Peringkat .....	5-16

Tabel 5.12	Keunggulan Pujasera BCNY House terhadap Pujasera Panembong 88.....	5-17
Tabel 5.13	Kelemahan Pujasera BCNY House terhadap Pujasera Panembong 88.....	5-17
Tabel 5.14	Tabel Bersaing antara Pujasera BCNY House terhadap Pujasera Panembong 88.....	5-18
Tabel 5.15	Tabel Target Pasar .....	5-24
Tabel 5.16	Tabel Prioritas Usulan.....	5-29
Tabel 5.17	Tabel Prioritas Usulan (lanjutan).....	5-30

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Teknik Sampling .....	2-11
Gambar 2.2	Tingkat Loyalitas.....	2-19
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian .....	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan) .....	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan) .....	3-3
Gambar 4.1	Gambar Struktur Organisasi “BCNY House” .....	4-2
Gambar 5.1	Grafik Uji Z.....	5-8
Gambar 5.2	Grafik Uji F .....	5-13
Gambar 5.3	Grafik <i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-15
Gambar 5.4	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	5-18
Gambar 5.5	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	5-19
Gambar 5.6	Profil Responden Berdasarkan Frekwensi Datang.....	5-19
Gambar 5.7	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Makanan Berat ..	5-20
Gambar 5.8	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Makanan Ringan	5-20
Gambar 5.9	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Minuman .....	5-21
Gambar 5.10	Profil Responden Berdasarkan Jenis Makanan yang Disukai .....	5-21
Gambar 5.11	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Tiket Masuk .....	5-22
Gambar 5.12	Profil Responden Berdasarkan Minat Mengunjungi.....	5-22
Gambar 5.13	Profil Responden Berdasarkan Dengan Siapa Mengunjungi .....	5-23



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Lembar Komentar Seminar Proposal, Lembar Komentar Seminar Isi, Lembar Komentar Sidang Akhir, Lembar Bimbingan
- LAMPIRAN 2 : Kuesioner Pendahuluan, Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 3 : Tabel Normal/Z , Tabel t, Tabel F
- LAMPIRAN 4 : Tabel *Pearson Product Moment*
- LAMPIRAN 5 : Lembar Komentar Validitas Konstruk