

ABSTRAK

Sobbers Bar & Resto adalah perusahaan swasta yang bergerak di bidang jasa restaurant. Berdiri pada 4 February 2006 yang berlokasi di Jl. Setiabudhi. Usaha yang dijalankan Sobbers Bar & Resto memberikan produk makanan (Indonesia dan *western*) serta minuman (alkohol dan non-alkohol). Dalam waktu kurun 3 tahun, untuk tahun 2010-2012 mengalami penurunan sebesar 14,37 % pertahunnya dengan rata-rata penjualan perbulan 2010 sebesar Rp.250.000.000 dan 2011-2012 menjadi Rp.240.000.000. Tujuan dipenelitian ini adalah memberikan usulan strategi pemasaran agar dapat bersaing dengan restaurant lain.

Pengembangan variabel dalam penelitian ini menggunakan variabel bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). mendapatkan pesaing Sobbers Bar & Resto dengan menyebarkan kuesioner pendahuluan kepada 30 responden, sedangkan untuk kuesioner penelitian disebarkan kepada 110 responden. Teknik pengambilan sampel berdasarkan *nonprobability sampling*, yaitu *purposive sampling*. kriteria responden adalah responden yang mengetahui dan pernah berkunjung ke Sobbers Bar & Resto dan Public sebagai pesaing. Kuesioner penelitian dibagi menjadi 2 bagian. Bagian 1 berisikan pertanyaan dengan tujuan mengetahui profil konsumen, sedangkan kuesioner bagian 2 digunakan untuk memperoleh tingkat kepentingan dan tingkat kinerja untuk setiap variabel berdasarkan persepsi konsumen. Data dari kuesioner bagian 1 diolah dan dianalisis berdasarkan persentase. Kuesioner bagian 2 diolah menggunakan *Correspondence Analysis (CA)* dan *Importance Analysis (IPA)*. Pengolahan *Segmentation, Targeting, Positioning (STP)* menggunakan persentase, dengan nilai persentase terbesar maka akan dijadikan usulan STP kepada Sobbers Bar & Resto.

Usulan diberikan berdasarkan analisis gabungan dari hasil pengolahan data *Correspondence Analysis (CA)* dan *Importance Analysis (IPA)*, selain itu dengan hasil *Segmentation, Targeting, Positioning (STP)* yang diperoleh, Berdasarkan nilai *Segmentation* persentase terbesar. Sebagian besar responden konsumen Sobbers Bar & Resto adalah karyawan dengan usia 31-40 tahun, rata-rata berjenis kelamin pria, dengan pendapatan sendiri. Berdasarkan *Targeting*, didapat responden berpenghasilan Rp. 4.100.000-Rp. 6.000.000 dan dapat menghabiskan biaya sebesar Rp. 360.000-Rp 550.000/orang untuk makan & minum dengan tingkat kedatangan sekitar 2x dalam sebulan. Berdasarkan *Positioning* Agar konsumen lebih teringat akan Sobbers Bar & Resto, Sobbers Bar & Resto dapat merancang sebuah slogan "*feels like home*". Dilihat dari *segmentasi* Sobbers Bar & Resto. Tujuan konsumen untuk berkunjung ke Sobbers Bar & Resto untuk menghilangkan kesibukan sehari-hari, berkumpul dengan rekan kerja maupun teman. Dengan begitu Sobbers Bar & Resto dapat menciptakan suasana yang diinginkan konsumen dan merasakan Sobbers Bar & Resto seperti rumah bagi konsumennya.

Usulan-usulan yang dapat diberikan antara lain adalah melakukan inovasi produk, mendekor ulang ruangan digabungkan dengan fasilitas, memberikan pelatihan bagi pekerja, mengembangkan jaringan promosi dan usulan lainnya.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.3 Segmentasi, Target, dan <i>Positioning</i> Pasar.....	2-3
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-5
2.5 Populasi dan Sampel	2-9
2.5.1 Populasi.....	2-9
2.5.2 Sampel.....	2-9
2.5.3 Teknik Sampling.....	2-9
2.5.4 Menentukan Ukuran Sampel.....	2-12

2.6	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-12
2.6.1	Macam – macam Skala Pengukuran	2-12
2.6.2	Tipe Skala Pengukuran	2-13
2.6.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.7.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-16
2.7.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-17
2.8	Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan	2-19
2.9	<i>Correspondence Analysis</i>	2-21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2.1	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.2.2	Tinjauan Pustaka	3-5
3.2.3	Identifikasi Masalah	3-5
3.2.4	Pembatasan Masalah	3-6
3.2.5	Perumusan Masalah	3-6
3.2.6	Tujuan Penelitian	3-7
3.2.7	Pengumpulan Data	3-7
3.2.8	Pengembangan Variabel Penelitian	3-8
3.2.9	Penyusunan Model Penelitian.....	3-12
3.2.10	Penyusunan Kuesioner	3-13
3.2.11	Teknik Sampling	3-15
3.2.12	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.2.13	Validitas Konstruk	3-16
3.2.14	Revisi Kuesioner Penelitian	3-16
3.2.15	Penyebaran Kuesioner.....	3-16
3.2.16	Uji Validitas	3-16
3.2.17	Uji Reliabilitas	3-17
3.2.18	Pengolahan Data	3-18

3.2.19 Analisis	3-19
3.2.20 Usulan	3-20
2.2.21 Kesimpulan dan Saran	3-20

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.2 Pengumpulan Data.....	4-1
4.3 Rangkuman Kuesioner Pendahuluan	4-1
4.4 Eliminasi Variabel	4-2
4.5 Rangkuman Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-3
4.6 Data Peringkat.....	4-5
4.7 Data Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja.....	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Penentuan Pesaing.....	5-1
5.2 Pengujian Validitas Konstruk.....	5-1
5.3 Penyebaran Kuesioner.....	5-2
5.4 Pengujian Validitas & Reliabilitas	5-2
5.5 <i>Segmentation</i>	5-9
5.6 <i>Targeting</i>	5-22
5.7 <i>Positioning</i>	5-24
5.8 Pengujian <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-25
5.9 Pengujian <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-32
5.10 Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-38
5.11 Usulan.....	5-42
5.12 Rekapitulasi Usulan Berdasarkan 7P	5-58

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penjualan.....	1-2
3.1	Kisi-kisi Instrumen Penelitian Segmentasi.....	3-9
3.2	Variabel Penelitian	3-11
3.3	Posisi Kuadran <i>Impotance Analysis</i> (IPA)	3-19
3.4	Penentuan Skala Prioritas	3-20
4.1	Perusahaan Pesaing	4-1
4.2	Data Kuesioner Pendahuluan Bagian 2	4-3
4.3	Data Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-5
4.4	Data Rangkuman Peringkat.....	4-6
4.5	Rangkuman Jumlah Responden Tingkat kepentingan	4-6
4.6	Rangkuman Jumlah Responden Tingkat kinerja	4-7
5.1	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-4
5.2	Perbandingan nilai r dengan nilai r tabel Tingkat Kepentingan.....	5-5
5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan.....	5-6
5.5	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Performansi	5-5
5.4	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat kinerja.....	5-7
5.5	Perbandingan Nilai r Dengan Nilai r Tabel Tingkat kinerja	5-8
5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat kinerja.....	5-9
5.7	Target Konsumen	5-22
5.8	Jumlah responden Unggul Tiap Variabel.....	5-26
5.9	Keunggulan Sobbers Bar & Resto	5-30
5.10	Kelemahan Sobbers Bar & Resto	5-31
5.11	Variabel Bersaing Sobbers Bar & resto dengan Public.....	5-31
5.12	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-33
5.13	Skala Prioritas Perbaikan Penggabungan Metode IPA & CA.....	5-39
5.14	Rekapitulasi Usulan Berdasarkan 7P.....	5-59

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan Sobbers Bar & Resto selama 3 tahun	1-2
1.2	Diagram <i>Fishbone</i>	1-3
2.2	Teknik Sampling	2-10
2.3	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-20
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-3
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan).....	3-4
5.1	Grafik Pesaing Restaurant	5-1
5.2	Grafik Persentase Jenis Kelamin.....	5-9
5.3	Grafik Persentase Usia Responden.....	5-10
5.4	Grafik Persentase Jenis Pekerjaan	5-11
5.5	Grafik Persentase Sumber Dana Kunjungan	5-11
5.6	Grafik Persentase Uang saku (Mahasiswa)	5-12
5.7	Grafik Persentase Pendapatan (Karyawan)	5-13
5.8	Grafik Persentase Pengeluaran Saat Berkunjung	5-14
5.9	Grafik Persentase Tujuan Kunjungan.....	5-15
5.10	Grafik Persentase Frekuensi Kunjungan	5-16
5.11	Grafik Persentase Hal Yang Dipentingkan Dalam Kunjungan	5-17
5.12	Grafik Persentase Jenis Media.....	5-18
5.13	Grafik Persentase Jenis Musik Yang Disukai	5-19
5.14	Grafik Persentase Kunjungan Restorat Bersama.....	5-19
5.15	Grafik Persentase Pernyataa Diri.....	5-20
5.16	Grafik <i>Row Correspondence Analysis (CA)</i>	5-27
5.17	Grafik <i>Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-28
5.18	Grafik <i>Row & Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-29
5.19	Grafik IPA	5-34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Form Hasil Seminar Proposal & Seminar Isi	L1-1
2	Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L2-1
3	Lembar Validitas Konstruksi.....	L3-1
4	Kuesioner Pendahuluan & Kuesioner Penelitian	L4-1
5	Data Mentah Hasil Kuesioner Penelitian	L5-1
6	Tabel r <i>Product Moment</i>	L6-1