

## ABSTRAK

BMC (*Bandoengsche Melk Centrale*) cabang PVJ (Paris Van Java) Mall mulai berdiri pada bulan November 2008 yang berlokasi di Jl. Sukajadi No. 137-139 Bandung merupakan perusahaan penghasil produk *food* dan *beverage*, kemudian *pastry*, *bakery* dan juga air minum mineral dalam kemasan. Sejak tahun 2011 perusahaan mengalami penurunan penjualan secara keseluruhan dimana hanya mencapai 70% perbulannya pada tahun 2011. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sebuah Cafe, mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, mengetahui Segmentation, Targeting, Positioning hasil penelitian, mengetahui kelebihan serta kelemahan dari BMC Cafe Mall PVJ dan usulan perbaikan strategi pemasaran yang akan diberikan kepada pihak BMC Cafe Mall PVJ agar dapat mencapai target penjualan yang diinginkan.

Variabel penelitian disusun berdasarkan *Marketing Mix 7P* yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence*. Kemudian dilakukan uji konstruk kepada 3 dosen manajemen. Penyebaran kuesioner awal dilakukan disekitar BMC Cafe PVJ Mall sebanyak 30 kuesioner, bertujuan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh responden. Pengumpulan data kuesioner pendahuluan untuk mengetahui *Cafe* yang menjadi pesaing dari *BMC Cafe Mall PVJ*, sehingga dari kuesioner pendahuluan diketahui pesaing dari *BMC Cafe* yaitu *Cafe Halaman*. Lalu dilakukan *Cochran Q Tests* terhadap setiap atribut yang ada untuk mengetahui atribut mana saja yang memiliki kesamaan pendapat responden.

Lalu melakukan penyusunan kuesioner penelitian terbagi dalam 3 bagian yaitu bagian profil responden, bagian tingkat kepentingan dan performansi, serta *ranking* dari *Cafe*. Kuesioner penelitian disebar sebanyak 120 kuesioner dan kuesioner yang dapat diolah hanya sebanyak 105 kuesioner. Metode pengolahan data menggunakan Statistika Deskriptif untuk mengetahui segmentasi dari konsumen. Uji Hipotesis untuk mengetahui perbandingan performansi *BMC Cafe* dengan kepuasan konsumen. *Correspondence Analysis (CA)* untuk mengetahui perbandingan antara *BMC Cafe* dengan pesaingnya. *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui perbandingan dari tingkat kepentingan konsumen dengan performansi yang perusahaan. Kemudian dilakukan prioritas usulan perbaikan berdasarkan perbandingan hasil dari CA, IPA dan Uji Hipotesis, sehingga diketahui atribut mana yang menjadi prioritas perbaikan.

Target pasar *BMC Cafe* adalah Pekerjaan Wiraswasta dan Pegawai Swasta yang memiliki penghasilan Rp 4.000.001 – Rp 6.000.000 dengan jam berkunjung antara jam 16.01-18.00. *Positioning* adalah memposisikan diri sebagai Cafe berbincang sambil bersantai bersama.

Usulan yang diberikan adalah memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen melalui pelatihan-pelatihan kepada setiap pegawainya sehingga setiap pekerja yang ada memiliki pengetahuan dan kecakapan dalam melakukan setiap pekerjaannya dan yang memberikan kepuasan kepada konsumen dan BMC Cafe harus dapat menyediakan makanan dan minuman yang memiliki kualitas terbaik dengan penyajian yang menarik dan berberda dengan cafe lain dan selalu memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii

## **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 Penelitian .....	1-4

## **BAB 2 LANDASAN TEORI**

2.1 Perkembangan Konsep Pemasaran .....	2-1
2.2 Penelitian Pemasaran .....	2-2
2.3 Kepuasan Pelanggan .....	2-4
2.4 Jenis Penelitian .....	2-5
2.5 Teknik dan Pengumpulan Data .....	2-5
2.6 Sumber Data dan Metode Penelitian .....	2-10
2.7 Populasi dan Sampel .....	2-11
2.8 Teknik Sampling .....	2-12
2.9 Ukuran Sampel .....	2-13
2.10 Skala Pengukuran .....	2-14
2.11 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-16
2.12 Pengenalan <i>Statistical Program for Social Science</i> (SPSS).....	2-21
2.13 Bauran Pemasaran .....	2-23
2.14 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....	2-30

2.15	<i>Cochran Q Test</i> .....	2-39
2.16	Uji Hipotesis .....	2-42
2.17	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	2-43
2.18	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-46

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Penelitian Pendahuluan .....	3-6
3.2	Identifikasi Masalah .....	3-6
3.3	Pembatasan Masalah .....	3-6
3.4	Perumusan Masalah .....	3-7
3.5	Tujuan Penelitian .....	3-7
3.6	Studi Pustaka .....	3-8
3.7	Identifikasi Variabel Penelitian .....	3-8
3.8	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan .....	3-9
3.9	Pengujian Validitas Konstruksi .....	3-9
3.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan .....	3-9
3.11	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-11
3.13	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian .....	3-12
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	3-13
3.15	Uji Validitas .....	3-13
3.16	Uji Reliabilitas .....	3-14
3.17	Pengolahan Data	
	• Kuesioner Bagian 1 dan 2 .....	3-15
	• Kuesioner Bagian 3 .....	3-15
3.18	Analisis .....	3-20
	3.18.1 Analisis Hasil Uji Hipotesis .....	3-20
	3.18.3 Analisis IPA.....	3-20
	3.18.3 Analisis CA .....	3-20
	3.18.4 Analisis <i>Segmentation, Targeting, and Positionin</i> .....	3-21
	3.18.3 Analisis Prioritas Perbaikan .....	3-22
3.19	Usulan .....	3-22

3.20	Kesimpulan dan Saran .....	3-23
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA</b>		
4.1	Data Umum Perusahaan .....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi .....	4-3
4.1.3	Deskripsi Jabatan.....	4-3
4.1.4	Visi dan Misi Perusahaan .....	4-6
4.2	Penyusunan Kuesioner dan Pengumpulan Data Pendahuluan	4-8
4.2.1	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	4-8
4.2.2	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan .....	4-9
4.3	Hasil Kuesioner Penelitian .....	4-11
4.3.1	Kuesioner Bagian 1 dan 2 .....	4-11
4.3.2	Hasil Kuesioner Bagian 3.....	4-15
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS</b>		
5.1	Uji Validitas Konstruksi .....	5-1
5.2	Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.2.1	Uji Cochran Q Test .....	5-1
5.2.2	Atribut-atribut Kuesioner Pendahuluan .....	5-3
5.3	Pengolahan Kuesioner Penelitian .....	5-8
5.3.1	Validitas dan Reliabilitas .....	5-8
5.3.2	Uji Signifikansi .....	5-11
5.3.3	<i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-12
5.3.4	<i>Importance Performace Analysis (IPA)</i> .....	5-16
5.4	Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i> .....	5-21
5.5	Penentuan Prioritas Perbaikan (CA,IPA dan Hipotesis) .....	5-30
5.6	Usulan .....	5-49
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN</b>		
6.1	Kesimpulan .....	6-1
6.2	Saran .....	6-7
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		xiv
<b>LAMPIRAN</b>		
<b>DATA PENULI</b>		

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
3.1	Atribut Penelitian .....	3-9
3.2	Atribut Penelitian ( <i>lanjutan</i> ) .....	3-10
3.3	Prioritas Perbaikan Berdasarkan CA,IPA dan Hipotesis .....	3-23
4.1	Atribut-atribut Pendahuluan 7P .....	4-8
4.2	Atribut-atribut Pendahuluan 7P ( <i>lanjutan</i> ) .....	4-9
4.3	Hasil data kuesioner pendahuluan .....	4-10
4.4	Hasil data kuesioner pendahuluan ( <i>lanjutan</i> ).....	4-11
4.5	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Jenis Kelamin .....	4-11
4.6	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Usia .....	4-12
4.7	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Domisili .....	4-12
4.8	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Pekerjaan .....	4-12
4.9	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Pendidikan .....	4-12
4.10	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Penghasilan .....	4-13
4.11	Data Mentah Kuesioner Penelitian –Besar Biaya per Kunjungan .....	4-13
4.12	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Waktu Kedatangan .....	4-13
4.13	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Status Pengunjung .....	4-14
4.14	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Alasan Berkunjung.....	4-14
4.15	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Jumlah Kunjungan ke Cafe .....	4-14
4.16	Data Mentah Kuesioner Penelitian – Sumber Mendapatkan Informasi .....	4-14
5.1	Rangkuman Hasil Cochran Q Test .....	5-1
5.2	Rangkuman Hasil Cochran Q Test ( <i>lanjutan</i> ) .....	5-2
5.3	Atribut-atribut Yang Tereduksi .....	5-4
5.4	Atribut-atribut Yang Lolos <i>Cochran Q Test</i> .....	5-4
5.5	Atribut-atribut Yang Lolos <i>Cochran Q Test</i> ( <i>lanjutan</i> ) .....	5-5
5.6	Perhitungan Persentase.....	5-5
5.7	Perhitungan Persentase ( <i>lanjutan</i> ).....	5-6

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
5.8	Variabel Yang Digunakan Dalam Kuesioner Penelitian.....	5-6
5.9	Variabel Yang Digunakan Dalam Kuesioner Penelitian ( <i>lanjutan</i> ).....	5-7
5.10	Validitas Kepentingan .....	5-8
5.11	Validitas Performansi .....	5-9
5.12	Validitas Performansi ( <i>lanjutan</i> ) .....	5-10
5.13	Reabilitas Kepentingan Konsumen .....	5-10
5.14	Reabilitas Performansi Konsumen .....	5-10
5.15	Rangkuman Hasil Pengolahan Uji Hipotesis .....	5-11
5.16	Rangkuman Jumlah Bobot .....	5-12
5.17	Rangkuman Jumlah Bobot ( <i>lanjutan</i> ) .....	5-12
5.18	Atribut-atribut yang tertinggal.....	5-14
5.19	Atribut Unggul .....	5-15
5.20	Rata-Rata Kepentingan Dan Performansi .....	5-16
5.21	Rata-Rata Kepentingan Dan Performansi ( <i>lanjutan</i> ) .....	5-17
5.22	Atribut – Atribut Dalam Kuadran I.....	5-18
5.23	Atribut – Atribut Dalam Kuadran II.....	5-19
5.24	Atribut – Atribut Dalam Kuadran III .....	5-20
5.25	Atribut – Atribut Dalam Kuadran IV .....	5-21
5.26	Status pelanggan di Cafe .....	5-28
5.27	Alasan Utama Datang ke Cafe .....	5-28
5.28	Jumlah Kedatangan Ke Kedai .....	5-29
5.29	Sumber Informasi Cafe .....	5-29
5.30	Target Pasar .....	5-30
5.31	Prioritas Perbaikan .....	5-31
6.1	Kesimpulan Segmentasi .....	6-3
6.2	Atribut – Atribut prioritas perbaikan pada kuadran II .....	6-4
6.3	Rangkuman Atribut-atribut Yang Tertinggal.....	6-5
6.4	Atribut Unggul .....	6-5
6.5	Atribut Unggul ( <i>lanjutan</i> ) .....	6-6

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Grafik <i>Chi-Square</i> .....	2-41
2.2	Wilayah Kritis .....	2-42
2.3	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> .....	2-45
3.1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian .....	3-1
3.2.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan) .....	3-2
3.3.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan) .....	3-3
3.4.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan) .....	3-4
3.5.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan) .....	3-5
3.6.	Grafik Wilayah Kritis .....	3-15
3.7.	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i> .....	3-18
4.1	Struktur Organisasi.....	4-3
5.1	Wilayah Kritis <i>Chi Square</i> ke-1 .....	5-3
5.2	Uji Hipotesis Atribut 1 .....	5-11
5.3	Hasil <i>Correspondence Analysis</i> (CA).....	5-12
5.4	Hasil Grafik <i>Importance Performance Analysis</i> .....	5-18
5.5	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Jenis Kelamin .....	5-21
5.6	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Usia .....	5-22
5.7	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Domisili .....	5-23
5.8	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Pekerjaan .....	5-23
5.9	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Pendidikan .....	5-24
5.10	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Penghasilan .....	5-25
5.11	Diagram Biaya Yang Dikeluarkan Konsumen .....	5-26
5.12	Diagram Jam Kunjungan Konsumen .....	5-27
5.13	Wilayah Kritis .....	5-17
5.14	Grafik Matriks IPA 4 Kuadran .....	5-19
5.15	Grafik <i>Correspondence Analysis</i> .....	5-24

