

ABSTRAK

Usaha Dagang Kopur adalah salah satu usaha dibidang penjualan jeruk Medan yang berada di pasar induk Caringin Bandung. Usaha ini mengalami kesulitan dalam mencapai omset penjualan sebesar 700 juta rupiah per tiga bulannya, dimana rata-rata omset penjualan yang dicapai adalah 400 juta rupiah per tiga bulan untuk periode Januari 2011 sampai Juni 2012.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut akan dirumuskan tujuan penelitian sebagai berikut mengetahui variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih jeruk Medan, mengetahui variabel yang dipentingkan konsumen yang perlu diprioritaskan untuk perbaikan, mengetahui posisi usaha ini dalam persaingan dilihat dari segi keunggulan dan kelemahan, dan mengetahui upaya perbaikan dilakukan untuk meningkatkan penjualan. Untuk membuat kisi-kisi kuesioner digunakan teori bauran pemasaran 7P (*product, promotion, price, place, process, people, physical evidence*).

Responden kuesioner pendahuluan berjumlah 40 orang dengan teknik sampling *incidental*, sedangkan kuesioner penelitian berjumlah 120 orang dengan teknik sampling *purposive*. Kuesioner penelitian dibagi berdasarkan 3 bagian yaitu, bagian I berupa profil responden, bagian II berupa tabel tingkat performansi dan harapan UD Kopur dengan skala Likert interval 1-4, dan bagian III berupa kuesioner untuk melihat keunggulan UD Kopur dibandingkan pesaingnya.

Dari kuesioner bagian I didapatkan profil segmentasi, *targeting* dibuat berdasarkan persentase terbanyak, kemudian diusulkan *positioning*. Dari kuesioner bagian II didapatkan data berupa tingkat performansi dan harapan UD Kopur, data tersebut diolah dengan matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) dan Signifikansi. Dari kuesioner bagian III didapatkan data berupa keunggulan, kelemahan, dan data bersaing UD Kopur dengan UD Lamegogo dan UD Makarona. Kemudian dilakukan keterkaitan IPA, Signifikansi dan CA untuk menentukan upaya-upaya perbaikan yang perlu dilakukan.

Kesimpulan dari penelitian ini didapatkan 31 variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih jeruk Medan. Prioritas perbaikan yang perlu dilakukan pada variabel yang dipentingkan konsumen adalah 7 variabel di prioritas perbaikan I dan 8 variabel di prioritas perbaikan selanjutnya. Keunggulan UD Kopur dengan pesaingnya berada pada 7 variabel, kelemahannya pada 18 variabel, dan bersaing pada 8 variabel. Upaya perbaikan yang dilakukan adalah membuat merek dagang, membuat kemasan dengan cara memasukkan jeruk ke dalam kotak, mengelompokkan jeruk berdasarkan kualitas dan ukurannya, membuat penunjuk arah ke lokasi tempat usaha ini, mencatat setiap keluhan konsumen kemudian memberikan pelatihan kepada karyawan cara menjawab keluhan yang diberikan konsumen, membeli mesin kasir dan kalkulator yang lebih baik sehingga dapat meminimasi kesalahan yang terjadi, membeli tong sampah sebagai tempat pembuangan sampah jeruk dan menambah jumlah lampu dalam usaha ini sehingga penerangannya lebih baik.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
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 dan Manfaat Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4

BAB 2 LANDASAN TEORI	2-1
2.1 Persaingan	2-1
2.2 Definisi Pemasaran.....	2-1
2.3 Desain Strategi Pemasaran.....	2-1
2.4.1 Strategi Segmentasi Pasar.....	2-1
2.4.2 Strategi Penentuan Pasar Sasaran.....	2-5
2.4.3 Strategi Penentuan Posisi Pasar Sasaran.....	2-6
2.4 Bauran Pemasaran.....	2-8
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11
2.6 <i>Cochran Q Test</i>	2-12

2.7	Teknik Sampling	2-15
	2.7.1 <i>Probability Sampling</i>	2-15
	2.7.2 <i>Nonprobability Sampling</i>	2-16
2.8	Skala Pengukuran	2-18
2.9	Uji Validitas	2-12
2.10	Uji Reliabilitas	2-22
2.11	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-22
2.12	Uji Signifikansi	2-25
2.13	<i>Correspondence Analysis</i>	2-25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		3-1
3.1	Flowchart Penelitian	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3	Tinjauan Pustaka	3-4
3.4	Identifikasi Masalah	3-4
3.5	Batasan Masalah	3-5
3.6	Perumusan Masalah	3-5
3.7	Tujuan Penelitian	3-5
3.8	Menentukan Variabel Penelitian	3-6
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.10	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.11	Uji <i>Cochran Q Test</i>	3-8
3.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-9
3.13	Uji Validitas Konstruk	3-10
3.14	Penyempurnaan Kuesioner Penelitian	3-10
3.15	Penentuan Teknik Sampling	3-10
3.16	Penentuan Jumlah Sampel dan Responden	3-10
3.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.18	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	3-12
3.19	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-12
3.20	Pengolahan Data	3-13

3.20.1 Uji IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	3-14
3.20.2 Uji Signifikansi.....	3-16
3.20.3 Uji CA.....	3-17
3.21 Analisis Data	3-17
3.23 Kesimpulan Dan Saran.....	3-19
BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.2 <i>Job Description</i>	4-2
4.2 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	4-2
4.3 Hasil Pengumpulan Kuesioner Penelitian.....	4-4
4.4 Uji Validitas Konstruk	4-5
4.5 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.6 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	4-5
4.7 Data Penelitian	4-6
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....	5-1
5.1 Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.1.1 Uji <i>Cochran</i>	5-1
5.1.1 Rangkuman Hasil Uji <i>Cochran</i>	5-11
5.2 Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-12
5.2.1 Pengolahan Kuesioner Bagian I.....	5-12
5.2.2 Analisa <i>Segmentation, Targetting</i> dan <i>Posiotioning</i> Konsumen.....	5-22
5.2.3 Pengolahan Kuesioner Bagian II.....	5-25
5.2.3.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas (Harapan Konsumen).....	5-27
5.2.3.2 Uji Validitas Dan Reliabilitas (Performansi Konsumen).....	5-28
5.2.3.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-31
5.2.3.4 Uji Signifikansi.....	5-35
5.2.3.5 Gabungan Uji IPA Dengan Signifikansi.....	5-37
5.2.3.6 Uji <i>Correspondence Analysis</i>	5-38

5.3 Analisis Data	5-41
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.1.1 Variabel yang dianggap penting oleh konsumen.....	6-1
6.1.2 Prioritas perbaikan.....	6-2
6.1.3 Posisi UD Kopr dengan para pesaing.....	6-2
6.1.4 Upaya meningkatkan penjualan.....	6-4
6.2 Saran	6-4
DAFTAR PUSTAKA	DP-1
LAMPIRAN	L-1

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Penjualan UD Kopur	1-2
Tabel 3.1	Tabel Segmentasi	3-6
Tabel 3.1	Variabel Pertanyaan Kuesioner Pendahuluan	3-7
Tabel 3.2	Gabungan IPA Dan Signifikansi	3-16
Tabel 3.3	Gabungan IPA Dan Signifikansi Dengan CA	3-16
Tabel 4.1	Kuesioner Pendahuluan	4-3
Tabel 4.1	Hasil Pengumpulan Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.2	Hasil Pengumpulan Data Peringkat Keunggulan	4-6
Tabel 5.1	Atribut-atribut Yang Tidak Dibuang	5-11
Tabel 5.2	Atribut-atribut Yang Dibuang	5-12
Tabel 5.3	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Jenis Kelamin	5-12
Tabel 5.4	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Usia	5-13
Tabel 5.5	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Pendidikan	5-14
Tabel 5.6	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Pekerjaan	5-15
Tabel 5.7	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Penghasilan	5-16
Tabel 5.8	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Wilayah Tempat Tinggal	5-17
Tabel 5.9	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Ukuran Jeruk Yang Dibeli	5-18
Tabel 5.10	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Cara Mengetahui UD Kopur	5-19
Tabel 5.11	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Tujuan Membeli Jeruk	5-20
Tabel 5.12	Ringkasan Kuesioner Bagian 1- Tempat Menjual Jeruk	5-21
Tabel 5.13	Tabel Segmentasi UD Kopur	5-22
Tabel 5.14	Hasil Uji Validitas-Harapan Konsumen	5-27
Tabel 5.15	Hasil Uji Reliabilitas-Harapan Konsumen	5-28
Tabel 5.16	Hasil Uji Validitas-Performansi Konsumen	5-28
Tabel 5.17	Hasil Uji Reliabilitas-Performansi Konsumen	5-30
Tabel 5.18	Tabel Rata-rata Tingkat Performansi dan Kepentingan	5-31
Tabel 5.19	Prioritas Utama (IPA Kuadran II)	5-33

Tabel 5.20	Prioritas Rendah (IPA Kuadran III)	5-33
Tabel 5.21	Pertahankan Posisi (IPA Kuadran I)	5-33
Tabel 5.22	Berlebihan (IPA Kuadran IV)	5-34
Tabel 5.23	Hasil Uji Signifikan	5-37
Tabel 5.24	Tabel Gabungan Uji IPA dengan Uji Signifikan	5-37
Tabel 5.25	Tabel Data Peringkat Keunggulan	5-38
Tabel 5.26	Tabel Keunggulan UD Kopur	5-40
Tabel 5.27	Tabel Keunggulan UD Makarona	5-40
Tabel 5.28	Tabel Keunggulan UD Lamegogo	5-40
Tabel 5.29	Tabel Variabel yang Bersaing	5-41
Tabel 5.30	Analisis Uji IPA dengan Uji Signifikan dan Uji CA	5-42
Tabel 6.1	Variabel Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen	6-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Gambar Teknik Sampling	2-6
Gambar 2.2	Uji <i>Cochran</i>	2-17
Gambar 2.3	Diagram Kartesius	2-29
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (lanjutan 1)	3-2
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (lanjutan 2)	3-3
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-1
Gambar 5.1	Uji <i>Cochran</i> Ke-1	5-2
Gambar 5.2	Uji <i>Cochran</i> Ke-2	5-4
Gambar 5.3	Uji <i>Cochran</i> Ke-3	5-6
Gambar 5.4	Uji <i>Cochran</i> Ke-4	5-7
Gambar 5.5	Uji <i>Cochran</i> Ke-5	5-9
Gambar 5.6	Uji <i>Cochran</i> Ke-6	5-10
Gambar 5.7	Profil Konsumen – Jenis Kelamin	5-13
Gambar 5.8	Profil Konsumen – Usia	5-14
Gambar 5.9	Profil Konsumen – Pendidikan	5-15
Gambar 5.10	Profil Konsumen – Pekerjaan	5-16
Gambar 5.11	Profil Konsumen – Penghasilan	5-17
Gambar 5.12	Profil Konsumen – Lokasi Tempat Tinggal	5-18
Gambar 5.13	Profil Konsumen – Ukuran Jeruk Yang Dibeli	5-19
Gambar 5.14	Profil Konsumen – Cara Mengetahui UD Kopur	5-20
Gambar 5.15	Profil Konsumen – Tujuan Membeli Jeruk	5-21
Gambar 5.16	Profil Konsumen – Tempat Menjual Jeruk	5-22
Gambar 5.17	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-32
Gambar 5.18	Uji Signifikan Variabel 2	5-35
Gambar 5.19	Gambar <i>Row and Column Correspondence Analysis</i> (CA)	5-39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
Lampiran 2	Uji Validitas Konstruk	L-4
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L-5
Lampiran 4	Hasil Pengumpulan Data	L-12
Lampiran 5	Tabel Normal	L-18
Lampiran 6	Tabel <i>Chi Square</i>	L-19
Lampiran 7	Tabel Nilai R <i>Product Moment</i>	L-20
Lampiran 8	Output Validitas Dan Reliabilitas	L-22
Lampiran 9	Output CA	L-27