

ABSTRAK

Toko Mas Jaya Abadi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan emas khususnya perhiasan. Toko Mas Jaya Abadi berdiri pada tahun 1999. Perhiasan yang dijual berbentuk gelang, kalung, cincin dan lain-lain. Selain perhiasan toko ini juga menyediakan emas investasi dalam bentuk logam mulia murni. Toko Mas Jaya Abadi ini berada di Jl. A.H. Nasution no 213 Bandung.

Saat ini pada toko sedang mengalami permasalahan. Masalah yang dihadapi adalah adanya penurunan dalam penjualan perhiasan. Besar penurunan penjualan perhiasan dari tahun 2007 hingga tahun 2011 berkisar antara 29% hingga 43%. Faktor penyebab kemungkinan terjadinya penurunan penjualan adalah ketidakpuasan pelanggan, toko yang belum menentukan STP, banyaknya pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama, harga emas yang setiap tahun mengalami kenaikan, dan kurangnya tenaga pemasaran.

Dalam penelitian ini, terdapat empat tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, untuk mengetahui tingkat keunggulan dan kelemahan, menentukan STP, dan untuk mengetahui usulan bauran pemasaran Toko Mas Jaya Abadi agar dapat memenangkan persaingan.

Alat pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian pendahuluan yang disebarkan sebanyak 30 responden di Toko Mas Jaya Abadi sedangkan untuk penelitian berupa kuesioner penelitian yang disebarkan kepada 170 responden dengan teknik sampling *kuota* dan *purposive* dimana responden yang mengisi kuesioner adalah konsumen yang mengetahui produk perhiasan di Jaya Abadi, Zaman, dan Berkah hingga jumlah yang diinginkan dimana terdapat lima lokasi penyebaran kuesioner penelitian dan jumlah sampel yang disebarkan disetiap toko adalah 34 responden.

Dari kuesioner bagian 1 didapatkan persentase profil segmentasi. Berdasarkan persentase terbanyak maka akan didapatkan target pasar, kemudian diusulkan *positioning* untuk toko. Dari kuesioner bagian 2 didapatkan data berupa tingkat kepentingan dan performansi produk perhiasan Toko Mas Jaya Abadi dari variabel bauran pemasaran. Dari data tersebut dilakukan pembuatan matriks IPA dan pengujian hipotesis. Dari kuesioner bagian 3 didapatkan data berupa keunggulan dan kelemahan produk perhiasan toko dengan dua pesaingnya. Dari data tersebut dilakukan CA yang bertujuan untuk mengetahui peringkat toko dan dua pesaingnya. Setelah dilakukan keterkaitan antara CA, IPA, dan uji hipotesis, langkah selanjutnya adalah membuat tabel prioritas perbaikan.

Target utama penjualan Toko Mas Jaya Abadi adalah pelanggan berjenis kelamin perempuan yang berusia 17 hingga 49 tahun di kawasan Bandung Timur. Positioning usulan yang diusulkan untuk Toko Mas Jaya Abadi adalah toko perhiasan yang memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam bertransaksi, menerima harga pembelian perhiasan dari konsumen diterima lebih tinggi dibandingkan dengan pesaingnya, dan toko perhiasan yang memiliki model-model perhiasan yang lebih *Up To Date*.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
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
2.1 Emas.....	2-1
• Fungsi Emas	2-1
• Macam-macam Perhiasan Emas yang Dijual.....	2-1
2.2 Pemasaran	2-4
• Definisi Pemasaran.....	2-5
2.3 Dasar Segmentasi Pasar Konsumen	2-5
2.4 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	2-7
2.5 <i>Targeting</i>	2-8
2.6 <i>Positioning</i>	2-9
2.7 Bauran Pemasaran	2-11
2.8 Teknik dan Metode Pengumpulan Data	2-14

2.9 Populasi dan Sampel	2-18
2.10 Teknik Sampling	2-19
2.11 Menentukan Ukuran Sampel	2-21
2.12 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-22
2.13 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-25
2.14 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-26
2.15 <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	2-28
2.16 Matriks <i>Importance & Performance Analysis</i> (IPA)	2-30
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-4
3.2.1 Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2.2 Latar Belakang Masalah	3-4
3.2.3 Identifikasi Masalah	3-4
3.2.4 Pembatasan Masalah	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah	3-5
3.2.6 Tujuan Penelitian	3-6
3.2.7 Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.2.8 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.2.9 Tinjauan Pustaka	3-6
3.2.10 Menentukan Variabel-Variabel Penelitian	3-7
3.2.11 Validasi Konstruk	3-9
3.2.12 Penentuan Jumlah Sampel & Teknik Sampel Kuesioner	3-9
3.2.13 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.2.14 Pengujian Validitas	3-10
3.2.15 Pengujian Reliabilitas	3-11
3.2.16 Pengolahan Data	3-11
➤ STP (<i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>)	3-11
➤ Matriks (IPA) <i>Importance-Performance Analysis</i>	3-11
➤ CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	3-12
➤ Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-13

➤ Penentuan Prioritas Perbaikan	3-14
3.2.17 Analisis	3-14
➤ Hasil STP (<i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>)	3-14
➤ Hasil Matriks (IPA) <i>Importance-Performance Analysis</i>	3-15
➤ Hasil CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	3-15
➤ Hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-15
➤ Hasil IPA, CA, dan Uji Hipotesis	3-16
➤ Prioritas Perbaikan	3-16
3.2.18 Usulan	3-18
3.2.19 Kesimpulan dan Saran	3-18
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1 Sejarah Perusahaan	4-1
4.2 Penelitian Pendahuluan	4-2
4.3 Data Penelitian	4-3
➤ Data Mentah Kuesioner Bagian 1	4-3
➤ Data Mentah Tingkat Kepentingan	4-4
➤ Data Mentah Tingkat Performansi	4-5
➤ Data Ranking	4-6
✓ Jaya Abadi	4-7
✓ Zaman	4-8
✓ Berkah	4-8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 PENGUJIAN VALIDITAS INSTRUMEN	5-1
➤ Uji Validitas Tingkat Kepentingan Jaya Abadi	5-1
➤ Uji Validitas Tingkat Performansi Jaya Abadi	5-4
➤ Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-7
5.2 PENGOLAHAN DATA	5-10
➤ Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-10
➤ Pengolahan Segmentasi	5-11
➤ Analisis (STP) <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	5-20
➤ Pengolahan Matriks IPA (<i>Importance-Performance Analysis</i>)	5-27

➤ Analisis Matriks IPA (<i>Importance-Performance Analysis</i>)	5-32
➤ Pengolahan CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	5-35
➤ Analisis CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	5-29
➤ Pengolahan Uji Hipotesis	5-49
➤ Analisis Uji Hipotesis	5-51
➤ Keterkaitan CA, IPA, & Uji Hipotesis	5-52
➤ Pembuatan Prioritas Perbaikan	5-53
➤ Analisis Gabungan	5-55
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-10..
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Persentase Penurunan Penjualan	1-2
2.1	Jenis-jenis Emas Berdasarkan Kandungan Karat Emas	2-3
2.2	Skala <i>Likert</i>	2-23
3.1	Persentase Penurunan Penjualan	3-4
3.2	Kisi-kisi Kuesioner Penelitian Bagian 1	3-8
3.3	Kisi-kisi Kuesioner Penelitian Bagian 2 dan 3	3-8
3.4	Lokasi Penyebaran Kuesioner	3-10
3.5	Segmentasi Kuesioner Bagian 1	3-14
3.6	Tabel Prioritas Perbaikan Pertama	3-17
3.7	Tabel Prioritas Perbaikan Kedua	3-17
3.8	Tabel Prioritas Perbaikan Ketiga	3-18
4.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.2	Data Mentah Kuesioner Bagian 1	4-3
4.3	Data Mentah Kuesioner Bagian 1 (<i>lanjutan</i>)	4-4
4.4	Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Kepentingan	4-4
4.5	Hasil Penyebaran Kuesioner Tingkat Performansi	4-5
4.6	Hasil Penyebaran Kuesioner Ranking Jaya Abadi	4-7
4.7	Hasil Penyebaran Kuesioner Ranking Zaman	4-8
4.8	Hasil Penyebaran Kuesioner Ranking Berkah	4-9
5.1	Uji Validitas Tingkat Kepentingan Jaya Abadi	5-3
5.2	Uji Validitas Tingkat Performansi Jaya Abadi	5-6
5.3	Hasil Output Reliability Tingkat Kepentingan Jaya Abadi	5-7
5.4	Hasil Output Reliability Tingkat Performansi Jaya Abadi	5-7
5.5	Rekapitulasi Uji Reliabilitas	5-7
5.6	Rekapitulasi Hasil Output Validitas	5-8
5.7	Rekapitulasi Hasil Output Validitas (<i>lanjutan</i>)	5-9
5.8	Persentase Kuesioner Pendahuluan	5-10
5.9	Persentase Kuesioner Bagian 1	5-11

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	
<u>Halaman</u>		
5.10	Persentase Kuesioner Bagian 1 (<i>lanjutan</i>)	5-12
5.11	Analisis <i>Targeting</i> dan <i>Targeting</i> Usulan	5-24
5.12	Rekapitulasi Jumlah Bobot Kepentingan & Performansi	5-28
5.13	Rekapitulasi Rata-Rata Kepentingan & Performansi	5-29
5.14	Hasil Rekapitulasi Matriks IPA	5-31
5.15	Rekapitulasi Variabel Kuadran 1	5-32
5.16	Rekapitulasi Variabel Kuadran 2	5-33
5.17	Rekapitulasi Variabel Kuadran 3	5-33
5.18	Rekapitulasi Variabel Kuadran 4	5-34
5.19	Hasil Pembobotan	5-35
5.20	Hasil Ranking <i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-38
5.21	Rekapitulasi Ranking Metode CA Peringkat Tertinggal	5-47
5.22	Rekapitulasi Ranking Metode CA Peringkat Bersaing	5-48
5.23	Rekapitulasi Ranking Metode CA Peringkat Unggul	5-48
5.24	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-49
5.25	Analisis Uji Hipotesis	5-51
5.26	Keterkaitan CA, Matriks IPA, dan Uji Hipotesis	5-52
5.27	Urutan Prioritas Perbaikan	5-54
5.28	Rekapitulasi Prioritas Perbaikan Pertama	5-55
5.29	Rekapitulasi Prioritas Perbaikan Kedua	5-57
5.30	Rekapitulasi Prioritas Perbaikan Ketiga	5-58
6.1	Uji Hipotesis	6-1
6.2	Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis Tolak Ho	6-2
6.3	Tingkat Keunggulan & Kelemahan	6-3
6.4	Rekapitulasi <i>Targeting</i> Analisis dan <i>Targeting</i> Usulan	6-8
6.5	Prioritas Perbaikan Pertama	6-9
6.6	Prioritas Perbaikan Kedua	6-10
6.7	Prioritas Perbaikan Ketiga	6-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	
		Halaman
2.1	Macam-macam Teknik Sampling	2-19
2.2	Matriks <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	2-31
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (<i>lanjutan</i>)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (<i>lanjutan</i>)	3-3
3.4	Wilayah Kritis	3-13
4.1	Struktur Organisasi Toko Mas Jaya Abadi	4-1
5.1	<i>Pie Chart</i> Tempat Membeli Perhiasan Mas	5-10
5.2	<i>Pie Chart</i> Tempat Tinggal	5-12
5.3	<i>Pie Chart</i> Usia	5-13
5.4	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-13
5.5	<i>Pie Chart</i> Pendidikan	5-14
5.6	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-14
5.7	<i>Pie Chart</i> Pendapatan	5-15
5.8	<i>Pie Chart</i> Frekuensi datang ke Toko Perhiasan	5-15
5.9	<i>Pie Chart</i> Jenis Perhiasan yang Sering Dibeli	5-16
5.10	<i>Pie Chart</i> Pemilihan Kadar (dalam %)	5-16
5.11	<i>Pie Chart</i> Lokasi Membeli Perhiasan	5-17
5.12	<i>Pie Chart</i> Darimana Mengetahui Toko Mas Jaya Abadi	5-17
5.13	<i>Pie Chart</i> Alasan Utama Dalam Memilih Perhiasan	5-18
5.14	<i>Pie Chart</i> Warna Perhiasan yang Disukai	5-18
5.15	<i>Pie Chart</i> Alasan Membeli Perhiasan	5-19
5.16	Matriks <i>Importance Perormance Analysis</i> (IPA)	5-30
5.17	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-37
5.18	Wilayah Kritis Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-50

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Judul</u>	
<u>Halaman</u>		
A	Kuesioner Pendahuluan	A
B	Validitas Konstruk	B
C	Kuesioner Penelitian	C
D	Hasil Pengumpulan Data	D
E	Tabel Normal	E
F	Tabel Nilai <i>Product Moment</i>	F
G	<i>Ouput</i> Validitas & Reliabilitas	G
H	<i>Output</i> SPSS CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	H
I	Pengolahan Data CA (<i>Correspondence Analysis</i>)	I
J	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir	J