

ABSTRAK

Restoran Wakaka merupakan sebuah restoran yang didirikan oleh Ibu Yuliana pada tahun 2011 yang berlokasi di *mall Paris Van Java*, Bandung. Restoran Wakaka sudah beroperasi selama tiga tahun, dan diketahui bahwa masalah yang dihadapi saat ini adalah penjualan Restoran Wakaka hanya mencapai 70% terhadap target. Pada tahun 2013 restoran Wakaka telah melakukan renovasi dan mencoba fokus makanan korea.

Pihak Restoran Wakaka perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih restoran, dan bagaimana persepsi konsumen terhadap Restoran Wakaka dibandingkan dengan pesaing utamanya dan juga mengetahui *segmentation*, *targeting* dan *positioning* sehingga dapat juga muncul beberapa usulan perbaikan bagi Restoran Wakaka. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan maka didapat pesaing utama dari Restoran Wakaka ini adalah Restoran Qua-li.

Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui atribut-atribut yang dipentingkan oleh konsumen dan melakukan upaya perbaikan. Pengumpulan data dilakukan dengan membuat kuesioner pendahuluan terlebih dahulu dilanjutkan membuat kuesioner penelitian.

Kuesioner penelitian berisikan pertanyaan membuat STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*). Pada bagian kedua berisikan atribut berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan pada bagian kedua untuk mengukur tingkat kepentingan, kinerja, dan restoran dibenak konsumen menggunakan metode *Importance Performance Analysis*, dan *Correspondence Analysis*.

Penyebaran kuesioner pendahuluan terlebih dahulu disebar sebanyak 30 penyebaran dilakukan dalam wilayah *mall Paris Van Java*. Kemudian kuesioner pendahuluan diolah dengan perhitungan persentase. Setelah kuesioner pendahuluan diolah maka kuesioner penelitian siap di sebar dan kedua penyebaran kuesioner menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria responden pernah melakukan pembelian di restoran Wakakaka dan restoran pesaing terpilih.

Pengolahan data kuesioner penelitian dibagi menjadi dua bagian. Pada bagian pertama didapat profil konsumen dan yang menjadi target dari restoran Wakaka adalah pria dan wanita dengan usia 18 – 35 tahun, pekerjaan/status mahasiswa dan Karyawan, menyukai masakan korea, dengan uang saku diatas Rp.750.000,00 dan pendapatan diatas Rp1.500.000,00. Hasil pengolahan kuesioner penelitian bagian kedua menggunakan metode *Importance Performance Analysis* dan *Correspondence Analysis* didapat usulan gabungan dengan tujuh prioritas perbaikan.

Usulan dari hasil pengolahan data maka dapat diberikan usulan untuk menambah variasi menu makanan, bekerja sama dengan pihak mall untuk membuat penunjuk arah yang jelas, memperbaiki kinerja karyawan, melakukan promosi lebih banyak, agar semakin banyak yang mengetahui keberadaan restoran Wakaka.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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
2.1.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.2 Instrumen Penelitian.....	2-3
2.3 Skala Pengukuran.....	2-4
2.4 Populasi Dan <i>Sampel</i>	2-6
2.4.1 Pengertian Populasi dan Sampel	2-6
2.4.2 Penentuan Jumlah Sampel.....	2-6
2.5 Teknik <i>Sampling</i>	2-6
2.6 Pengujian Instrumen Penelitian.....	2-8
2.6.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-8
2.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-10
2.7 Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Positioning</i>	2-11
2.8 Post Purchase Behaviour.....	2-12

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-1
3.1.1 Wawancara dan Pengamatan.....	3-2
3.2 Tinjauan Pustaka	3-3
3.3 Identifikasi Masalah	3-3
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.5 Perumusan Masalah.....	3-4
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8 Teknik Pengumpulan Data	3-9
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.10 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-10
3.12 penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.13 Uji Validitas Konstruksi	3-11
3.14 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.15 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.17 Pengujian Validitas.....	3-12
3.18 Pengujian Reliabilitas	3-13
3.19 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	3-14
3.20 Analisis	3-14
3.21 Usulan.....	3-14
3.22 Kesimpulan dan Saran	3-15

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
4.2 Kuesioner	4-5
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan dan Analisis	5-1
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-4
5.3 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-5
5.3.1 Validitas Internal	5-5
5.3.2 Validitas Eksternal	5-5
5.3 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-5
5.4 Uji Reliabilitas	5-9
5.5 Pembuatan Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-10
5.5.1 Rangkuman Rata-rata Kepentingan dan Performansi.....	5-10
5.5.2 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-11
5.6 Pengolahan Data dengan CA (<i>Correspondence Analysis</i>).....	5-13
5.7 Pengolahan Data Segmentasi, <i>Targeting</i>	5-17
5.7.1 Segmentasi	5-17
5.7.2 <i>Targeting</i>	5-24
5.8 Perilaku Purna Pembelian (<i>Post Purchase Behavior</i>).....	5-28
5.9 Analisis Prioritas (IPA dan CA).....	5-31
5.10 Usulan Gabungan (IPA dan CA)	5-33

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-14

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Atribut Bauran Pemasaran	3-6
3.2	Atribut Segmentasi Pasar	3-7
4.1	Tabel Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2	Data Mentah Kuesioner Jenis Kelamin	4-6
4.3	Data Mentah Kuesioner Tempat Tinggal	4-6
4.4	Data Mentah Kuesioner Usia	4-6
4.5	Data Mentah Kuesioner Pekerjaan atau Status	4-6
4.6	Data Mentah Kuesioner Uang Saku dan Penghasilan	4-7
4.7	Data Mentah Kuesioner Penggunaan Telepon Selular	4-7
4.8	Data Mentah Kuesioner Jenis Makanan Favorit	4-7
4.9	Data Mentah Kuesioner Pengeluaran Perorang	4-7
4.10	Data Mentah Kuesioner Kunjungan dalam Seminggu	4-8
4.11	Data Mentah Kuesioner Info tentang Wakaka	4-8
4.12	Data Mentah Kuesioner Menggambarkan Konsumen	4-8
4.13	Rata-rata Data Mentah Kuesioner Tingkat Kepentingan dan Performansi	4-9
4.14	Data Mentah Kuesioner Peringkat Restoran	4-10
5.1	Hasil Data Persentase Atribut Kuesioner Pendahuluan	5-2
5.2	Hasil Data Persentase Pesaing Kuesioner Pendahuluan	5-4
5.3	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepentingan	5-7
5.4	Hasil SPSS Validitas Tingkat Performansi	5-8
5.5	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Kepentingan	5-9
5.6	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Performansi	5-9

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.7	Rata-rata Hasil Kepentingan dan Performansi	5-10
5.8	Pembagian Kuadran Matrix IPA Menurut Atribut	5-12
5.9	Jumlah Responden dalam Pemilihan Peringkat	5-13
5.10	Hasil Peringkat Grafik SPSS	5-15
5.11	Atribut Keunggulan Restoran Wakaka	5-16
5.12	Atribut Keunggulan Restoran Qua-li	5-16
5.13	Ringkasan Hasil Kuesioner Segmentasi	5-17
5.14	Prioritas Perbaikan	5-31

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-7
3.1	Bagan Metodologi Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Restoran Wakaka	4-1
5.1	Matrix IPA	5-10
5.2	Grafik <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-13
5.3	Ringkasan Hasil Kuesioner Segmentasi	5-17
5.4	Prioritas Perbaikan	5-31
5.5	Atribut Keunggulan Restoran Qua-li	5-16
5.6	Ringkasan Hasil Kuesioner Segmentasi	5-17
5.7	Prioritas Perbaikan	5-31
5.3	Profil Responen Berdasarkan Jenis Kelamin	5-18
5.4	Profil Responen Berdasarkan Tempat Tinggal	5-18
5.5	Profil Responen Berdasarkan Usia	5-19
5.6	Profil Responen Berdasarkan Pekerjaan/Status	5-19
5.7	Profil Responen Berdasarkan Uang Saku	5-20
5.8	Profil Responen Berdasarkan Penghasilan	5-21
5.9	Profil Responen Berdasarkan Penggunaan Telepon	5-21
5.10	Profil Responen Berdasarkan Jenis Makanan	
	Disukai	5-22
5.11	Profil Responen Berdasarkan pengeluaran perorang	5-22
5.12	Profil Responen Berdasarkan Kunjungan dalam Seminggu	5-23
5.13	Profil Responen Berdasarkan Info Tentang Wakaka	5-23
5.14	Profil Responen Berdasarkan Menggambarkan diri Konsumen	5-29

DAFTAR LAMPIRAN

Judul

Lembar Konstruksi	L-1
Kuesioner Pendahuluan	L-2
Kuesioner Penelitian	L-3
Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L-4
Lembar Komentar Prasadang	L-5
Lembar Komentar Tugas Akhir	L-6
SK Tugas Akhir	L-7
Tabel R Product Moment	L-8