

ABSTRAK

CV. Asialamindo Rejeki adalah perusahaan yang bergerak di bidang produksi tas. Saat ini, CV. Asialamindo Rejeki mengalami penurunan penjualan tas, khususnya merk Napoli yang berada di wilayah Cimahi dan sekitarnya sebesar 27,4% yang terjadi pada periode Juni 2012 – Mei 2013, maka diperlukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli tas, mengetahui pendapat konsumen mengenai kinerja tas Napoli, mengetahui apa saja yang menjadi kelemahan dan kelebihan tas Napoli jika dibandingkan dengan tas pesaingnya mengetahui segmen pasar, target pasar dan *Positioning* yang tepat untuk tas Napoli, dan mengetahui strategi bauran pemasaran yang tepat untuk tas Napoli untuk menaikkan kembali penjualan tas Napoli di pasaran.

Sebagai pendahuluan, dilakukan penelitian pendahuluan untuk mengetahui hal apa saja yang menurut konsumen penting dalam membeli tas. Penelitian pendahuluan ini berupa penyebaran kuesioner pendahuluan yang terbagi menjadi 2 bagian yaitu bagian 1 yang bertujuan untuk mengetahui faktor penting dalam sebuah tas untuk dipilih dan dipakai dan kuesioner bagian 2 untuk mengetahui pesaing yang sesuai bagi tas Napoli. Kuesioner akan disebar dengan teknik sampling yaitu "*Purposive Sampling*". Atribut yang digunakan dalam pertanyaan yang ada dalam kuesioner merupakan atribut yang berasal dari strategi bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence*, dan *Process* yang dikembangkan menjadi beberapa atribut penelitian. Data yang telah didapat dalam kuesioner pendahuluan bagian 1 diolah dengan metode *Cochran Q-test* untuk membuang atribut yang dianggap tidak sesuai untuk penelitian ini.

Atribut yang terpilih dalam *Cochran Q-test* dilanjutkan untuk penyebaran kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian dibagi menjadi 3 bagian yang berguna untuk *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, dan pengolahan data yang akan menggunakan pengolahan *Correspondence Analysis* untuk melihat keunggulan tas Napoli terhadap produk pesaing dan *Importance Performance Analysis* untuk mengelompokkan prioritas perbaikan yang harus dilakukan.

Penelitian ini menghasilkan target pasar untuk tas Napoli yaitu, pria yang berstatus mahasiswa danyang mempunyai uang saku diatas 1 juta sampai sama dengan 2 juta dan *tag line* "Ransel Yang Bergaya dan Berkualitas" untuk mewujudkan *Positioning* perusahaan yang menginginkan tas Napoli sebagai tas dengan gaya masa kini dan mempunyai ketahanan yang kuat.

Dalam penelitian ini terdapat beberapa usulan yang didapat dari hasil CA yang dikaitkan dengan hasil IPA. Usulan yang diberikan, harus berkaitan dengan target pasar dan *Positioning*. Beberapa hasil usulan dalam penelitian ini adalah perusahaan sebaiknya membuat tas dengan bahan dasar jenis kain Denim, Cordura, dan 600D, perusahaan membuat tali ransel dengan ukuran yang lebih lebar agar lebih nyaman dalam dipakai, perusahaan sebaiknya melakukan promosi melalui jejaring sosial seperti *Twitter, Facebook*, dan *Instagram*, serta perusahaan dapat memberikan poster atau selebaran kepada toko agar pihak toko dapat menjelaskan dengan baik spesifikasi produk tas Napoli kepada konsumen.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Defenisi Pemasaran.....	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.1.3 Segmentasi.....	2-2
2.1.4 Targeting.....	2-3
2.1.5 <i>Positioning</i>	2-4
2.2 Populasi dan Sampel.....	2-4
2.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	2-8
2.4 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-10

2.4.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-11
2.4.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-12
2.5 Teknik Pengumpulan Sampel.....	2-14
2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	2-14
2.7 <i>Cochran Q Test</i>	2-16
2.8 <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	2-16
2.9 Importance Performance Analysis (IPA).....	2-17

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2 Studi Pustaka.....	3-3
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-3
3.4 Pembatasan Masalah	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-4
3.6 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3-4
3.7 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.8 Pengujian Validitas Konstruk.....	3-7
3.9 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.12 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-8
3.13 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian dan Metode Sampling yang Digunakan.....	3-9
3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.15 Pengujian Validitas.....	3-10
3.16 Pengujian Reliabilitas.....	3-11
3.17 Pengolahan Data.....	3-12
3.18 Analisis.....	3-13
3.19 Usulan.....	3-13
3.20 Kesimpulan dan Saran.....	3-14

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.....	4-2
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	Pengujian Validitas Internal.....	5-1
5.2	Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2.1	<i>Cochran Q Test</i>	5-1
5.3	Kuesioner Penelitian.....	5-9
5.3.1	Uji Validitas External dan Uji Realibilitas.....	5-9
5.3.2	Profil Responden	5-12
5.3.3	<i>Correspondence Analysis</i>	5-17
5.3.4	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-22
5.4	<i>Targeting</i>	5-25
5.5	<i>Positioning</i>	5-26
5.6	Usulan.....	5-27

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-10

DAFTAR PUSTAKA..... xiii

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Data Penjualan Tas Napoli	1-2
3.1	Variabel Penelitian dalam Kuesioner	3-6
3.2	Atribut Segmentasi Konsumen	3-9
3.3	Urutan Prioritas	3-13
4.1	Ringkasan hasil kuesioner pendahuluan	4-5
4.2	Tabel Pesaing Napoli	4-6
4.3	Jenis Kelamin	4-6
4.4	Usia	4-6
4.5	Pekerjaan	4-6
4.6	Tempat Tinggal Responden	4-7
4.7	Penghasilan Responden	4-7
4.8	Uang Saku Responden	4-7
4.9	Frekuensi Membeli Tas	4-7
4.10	Asal Informasi Responden	4-8
4.11	Data Kuesioner Tingkat Kepentingan Atribut Tas Napoli	4-9
4.12	Data Kuesioner Tingkat Performansi Tas Napoli	4-10
4.13	Jumlah Responden Yang Memberikan Penilaian Keunggulan Terhadap Tas Napoli dan Pesaing	4-11
5.1	Atribut Yang Dibuang	5-6
5.2	Atribut Yang Tidak Dibuang	5-7
5.3	Pesaing Tas Napoli	5-8
5.4	Validitas External Tingkat Kepentingan	5-9
5.5	Realibilitas Tingkat kepentingan	5-10
5.6	Validitas External Tingkat Performansi	5-11
5.7	Reliabilitas Tingkat Performansi	5-12
5.8	Jumlah Responden yang Menilai Keunggulan Tas Napoli dan Pesaing	5-17

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.9	Hasil Perhitungan Jarak CA	5-20
5.10	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Performansi Tas Napoli	5-22
5.11	Atribut Dengan Prioritas Usulan	5-27

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Penurunan Penjualan	1-3
2.1	Teknik Sampling	2-5
2.2	Diagram Kartesius IPA	2-18
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
4.1	Struktur Organisasi CV. Asialamindo Rejeki	4-2
5.1	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 1	5-2
5.2	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 2	5-3
5.3	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 3	5-5
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 4	5-6
5.5	Jenis Kelamin	5-13
5.6	Usia	5-13
5.7	Pekerjaan	5-14
5.8	Daerah Tempat Tinggal	5-14
5.9	Penghasilan Responden	5-15
5.10	Uang Saku Responden	5-15
5.11	Frekuensi Membeli Tas	5-16
5.12	Asal Informasi Responden	5-16
5.13	Grafik <i>Row Scores</i>	5-18
5.14	Grafik <i>Column Scores</i>	5-18
5.15	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-19
5.14	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Validitas Konstruksi	L-1
2	Kuesioner	L-2
3	Data Kuesioner	L-3
4	Perhitungan Uji Cochran Q-test	L-4
5	Output SPSS	L-5
6	Tabel Statistik	L-6
7	Lembar Komentar	L-7