

ABSTRAK

Bumi Sari Wangi Mart (BSW Mart) merupakan suatu usaha mini market yang menjual kebutuhan-kebutuhan rumah tangga. BSW Mart didirikan pada bulan Agustus 2011 dan terletak di kompleks Bumi Sariwangi Blok A15 Bandung. Masalah yang dihadapi yaitu target penjualan yang hanya mencapai 70% dimana target penjualan dari pengelola BSW Mart adalah Rp 70.000.000,-/bulan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari BSW Mart dan memberikan usulan berdasarkan prioritas usulan bauran pemasaran 7P seperti *Product, Price, Place, Promotion, Process, People, Physical Evidence*.

Variabel dalam penelitian yang dilakukan berdasarkan dengan konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) dan bauran pemasaran 7P. Setelah melakukan validitas konstruk dengan ahli (dosen), dilakukan penentuan rumah yang akan menjadi sampel baik untuk kuesioner pendahuluan maupun kuesioner penelitian menggunakan tabel bilangan random. kuesioner pendahuluan disebar terhadap 32 responden dengan menggunakan metode *Purposive Random Sampling*. Kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui pesaing utama dari BSW Mart agar dapat melihat posisi BSW Mart terhadap pesaing dan mengetahui atribut yang dianggap penting. Setelah dilakukan pengolahan data didapatkan bahwa pesaing utama dari BSW Mart adalah Alfa Mart Sari Wangi dan terdapat 35 atribut yang dianggap penting dari 47 atribut. Penelitian dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada 150 responden menggunakan *Purposive Random Sampling*.

Tujuan dari penyebaran kuesioner penelitian adalah untuk mengetahui Segmentasi, Target Pasar, dan Positioning. Pengolahan data untuk kuesioner penelitian adalah dengan menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui performansi BSW Mart, *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan dan kekurangan BSW Mart dibanding dengan pesaing, dan Uji Hipotesis Nilai Tengah untuk mengetahui atribut yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut konsumen.

Berdasarkan hasil dari data kuesioner yang telah disebar, didapatkan hasil untuk masing-masing metode pengolahan data. Hasil dari IPA adalah 13 atribut berada pada kuadran I, 12 atribut berada pada kuadran II, 5 atribut berada pada kuadran III, dan 5 atribut berada pada kuadran IV. Hasil dari CA adalah terdapat 11 atribut yang menjadi keunggulan dari BSW Mart dari 35 atribut dibandingkan dengan pesaing. Hasil dari Uji Hipotesis adalah konsumen puas terhadap 4 atribut dari 35 atribut yang diteliti. *Targeting* dari BSW Mart adalah orang-orang yang tinggal di Komplek Bumi Sari Wangi yang memiliki pendapatan sebesar Rp 4.000.000,00 – Rp 8.000.000,00 / bulan dan memiliki kebiasaan berkunjung ke mini market pada sore hari. *Positioning* untuk BSW Mart adalah "*Praktis, Nyaman, dan Bersahabat*". Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diberikan usulan untuk BSW Mart berupa meningkatkan performansi berdasarkan strategi bauran pemasaran 7P yang sudah diurutkan berdasarkan prioritas.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1 - 1
1.2 Identifikasi Masalah	1 - 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1 - 3
1.4 Perumusan Masalah.....	1 - 3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 - 4
1.6 Sistematika Penulisan	1 - 4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran.....	2 - 1
2.1.1 Defenisi Pemasaran	2 - 1
2.1.2 Bauran Pemasaran	2 - 2
2.1.3 Segmentasi Pasar, Pasar Sasaran, dan Posisi Pasar	2 - 3
2.2 Populasi dan Sampel.....	2 - 6
2.3 Pengambilan Sampel	2 - 6
2.3.1 Pengambilan Sampel Dengan Cara Probabilitas	2 - 7
2.3.2 Pengambilan Sampel Dengan Cara NonProbabilitas	2 - 7

2.4	Skala Pengukuran	2 - 8
2.5	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 - 9
2.5.1	Pengujian Validitas.....	2 - 9
2.5.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi	2 - 9
2.5.1.2	Pengujian Validitas Isi.....	2 - 10
2.5.1.3	Pengujian Validitas Eksternal.....	2 - 10
2.5.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 - 10
2.6	Teknik Pengumpulan Data	2 - 11
2.7	Bilangan Random	2 - 12
2.8	<i>Cochran Q Test</i>	2 - 13
2.9	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	2 - 14
2.10	<i>Multi Dimensional Scaling& Correspondence Analysis(CA)</i>	2 - 16
2.11	Uji Hipotesis	2 - 16

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Flowchart Penelitian	3 - 1
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3 - 5
3.3	Tinjauan Pustaka.....	3 - 5
3.4	Identifikasi Masalah	3 - 5
3.5	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3 - 6
3.6	Perumusan Masalah.....	3 - 6
3.7	Tujuan Penelitian.....	3 - 6
3.8	Penyusunan Variabel Penelitian	3 - 7
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3 - 9
3.10	Pengujian Validitas Konstruksi	3 - 9
3.11	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3 - 10
3.12	Penentuan rumah yang akan menjadi Sampel Kuesioner Pendahuluan.....	3 - 10
3.13	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 - 11

3.14	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3 - 11
3.15	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 - 12
3.16	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian.....	3 - 14
3.17	Penentuan rumah yang akan menjadi Sampel Kuesioner Penelitian	3 - 14
3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 - 15
3.19	Uji Validitas.....	3 - 16
3.20	Uji Reliabilitas.....	3 - 16
3.21	Pengolahan Data	3 - 17
3.22	Analisis	3 - 20
3.23	Usulan.....	3 - 20
3.24	Kesimpulan dan Saran.....	3 - 21

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4 - 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4 - 1
4.1.2	Struktur Organisasi	4 - 2
4.1.3	Tugas dan Wewenang Masing-Masing Posisi.....	4 - 2
4.2	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4 - 2
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan Bagian 1	4 - 3
4.2.2	Kuesioner Pendahuluan Bagian 2.....	4 - 4
4.3	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian.....	4 - 5
4.3.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	4 - 5
4.3.2	Kuesioner Penelitian Bagian 2	4 - 8
4.3.3	Kuesioner Penelitian Bagian 3.....	4 - 10

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5 - 1
5.1.1	Bagian Pertama.....	5 - 2

5.1.2	Bagian Kedua	5 - 2
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5 - 5
5.2.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	5 - 5
5.2.2	Profil Responden	5 - 7
5.2.3	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5 - 13
5.2.4	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5 - 18
5.2.5	Uji Hipotesis Nilai Tengah	5 - 24
5.3	Targetting.....	5 - 26
5.4	Positioning.....	5 - 26
5.5	Prioritas Usulan	5 - 26

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6 - 1
6.1.1	Atribut yang Dianggap Penting	6 - 1
6.1.2	<i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	6 - 2
6.1.3	Kelebihan dan Kelemahan BSW Mart	6 - 4
6.1.4	Atribut-atribut yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut Konsumen BSW Mart	6 - 6
6.1.5	Usulan Strategi Pemasaran	6 - 7
6.2	Saran	6 - 10

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Penjualan BSW Mart	1 - 2
3.1	Variabel Penelitian Kuesioner Pendahuluan	3 - 8
3.2	Daftar Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 - 11
3.3	Daftar Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 - 15
4.1	Pengumpulan Data Pendahuluan Bagian 1	4 - 3
4.2	Pengumpulan Data Pendahuluan Bagian 2	4 - 4
4.3	Jenis Kelamin	4 - 5
4.4	Usia	4 - 5
4.5	Pekerjaan	4 - 5
4.6	Pendapatan	4 - 6
4.7	Uang Saku	4 - 6
4.8	Tempat tinggal	4 - 6
4.9	Biaya yang dikeluarkan sekali belanja	4 - 6
4.10	Informasi mini market	4 - 7
4.11	Status pelanggan BSW Mart	4 - 7
4.12	Waktu berkunjung	4 - 7
4.13	Alasan belanja di BSW MArt	4 - 7
4.14	Produk yang sering dibeli	4 - 8
4.15	Tingkat kepentingan	4 - 8
4.15	Tingkat kepentingan (lanjutan)	4 - 9
4.16	Tingkat performansi	4 - 9
4.16	Tingkat performansi (lanjutan)	4 - 10
4.17	Kepuasan pelanggan	4 - 11
5.1	Persentasi pesaing BSW Mart	5 - 1
5.2	Atribut kuesioner pendahuluan	5 - 2
5.3	Atribut-atribut yang dianggap penting	5 - 3

Tabel	Judul	Halaman
5.3	Atribut-atribut yang dianggap penting (lanjutan)	5 - 4
5.4	Atribut-atribut yang dianggap tidak penting	5 - 4
5.5	Uji validitas tingkat kepentingan	5 - 5
5.6	Uji validitas tingkat performansi	5 - 6
5.7	Rata-rata tingkat kepentingan dan tingkat performansi	5 - 14
5.8	Atribut-atribut kuadran I	5 - 16
5.9	Atribut-atribut kuadran II	5 - 16
5.10	Atribut-atribut kuadran III	5 - 17
5.11	Atribut-atribut kuadran IV	5 - 17
5.12	Rangkuman jumlah pelanggan yang puas	5 - 18
5.13	Keunggulan dan kelemahan BSW Mart dan Alfa Mart	5 - 21
5.14	Perhitungan Uji Hipotesis	5 - 25
5.15	Urutan prioritas usulan	5 - 27
6.1	Variabel yang memuaskan	6 - 6
6.2	Variabel yang tidak memuaskan	6 - 6

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penjualan BSW Mart	1 - 2
2.1	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	2 - 15
3.1	<i>Flowchart</i> penelitian	3 - 1
3.1	<i>Flowchart</i> penelitian (lanjutan)	3 - 2
3.1	<i>Flowchart</i> penelitian (lanjutan)	3 - 3
3.1	<i>Flowchart</i> penelitian (lanjutan)	3 - 4
3.2	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	3 - 18
4.1	Struktur organisasi BSW Mart	4 - 2
5.1	Persentase pesaing BSW Mart	5 - 1
5.2	Jenis Kelamin	5 - 8
5.3	Usia	5 - 8
5.4	Pekerjaan	5 - 9
5.5	Pendapatan	5 - 9
5.6	Uang Saku	5 - 10
5.7	Biaya yang dikeluarkan sekali belanja	5 - 10
5.8	Informasi mini market	5 - 11
5.9	Status pelanggan BSW Mart	5 - 11
5.10	Waktu berkunjung	5 - 12
5.11	Alasan belanja di BSW MArt	5 - 12
5.12	Produk yang sering dibeli	5 - 13
5.13	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	5 - 15
5.14	<i>Row scores</i>	5 - 19
5.15	<i>Column Scores</i>	5 - 19
5.16	<i>Row and Column Scores</i>	5 - 20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Tabel Statistik	L1
2	Validitas Konstruksi	L2
3	Kuesioner	L3
4	Data Kuesioner	L4
5	Cochran Q Test	L5
6	Uji Validitas dan Reliabilitas	L6
7	Lembar Komentar	L7