

ABSTRAK

Kolam Renang Karang Setra merupakan kolam renang yang terletak ditengah-tengah kota Bandung yang diresmikan pada tahun 1958, saat ini dikelola oleh PT. Brata Jaya Utama. Kolam Renang Karang Setra saat ini mengalami penurunan jumlah pengunjung dari sekitar tahun 2009-2012, dugaan yang menjadi faktor penyebab penurunan jumlah pengunjung antara lain: kualitas produk dan pelayanan kolam renang semakin lama semakin menurun, kemacetan lalu-lintas yang sangat parah menuju lokasi kolam renang tersebut, sehingga masyarakat banyak memilih kolam renang yang terhindar dari kemacetan lalu-lintas dan munculnya pesaing. Dengan melihat permasalahan yang terjadi, maka peneliti ingin memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran yang tepat untuk Karang Setra.

Adapun tujuan penelitian, yaitu menganalisis tingkat performansi dan tingkat kepentingan konsumen terhadap Kolam Renang Karang Setra, mengidentifikasi hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen sebagai kriteria dalam memilih kolam renang, mengidentifikasi faktor-faktor yang merupakan kekuatan dan kelemahan, pada Kolam Renang Karang Setra, memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran Kolam Renang Karang Setra.

Alat pengumpulan data yang digunakan berupa kuesioner pendahuluan untuk mengetahui atribut penting dan pesaing, dan kuesioner penelitian. Berdasarkan teori *segmentation, targeting, positioning*, dan bauran pemasaran 7P (*product, promotion, price, place, process, people, physical evidence*). Dengan teknik *sampling purposive* dimana responden dari usia remaja sampai dewasa dan sudah pernah berenang (minimal 2 kali) di Kolam Renang Karang Setra dan pesaingnya. Jumlah sampel kuesioner pendahuluan 30 responden, diolah menggunakan *Chocran Q Test* dan uji proporsi. Atribut yang lolos dari *Chocran Q Test* dan uji proporsi akan digunakan untuk kuesioner penelitian.

Jumlah sampel kuesioner penelitian 120 responden. Kuesioner penelitian dibagi berdasarkan 2 bagian kuesioner, yaitu kuesioner bagian 1 menanyakan profil responden. Kuesioner bagian 2 berupa tabel tingkat kepentingan, performansi dan ranking. Kuesioner bagian 1 menghasilkan persentase profil segmentasi. Berdasarkan persentase terbanyak diperoleh *targetting*, kemudian diusulkan *positioning*. Kuesioner bagian 2 dilakukan uji hipotesis ketidakpuasan, pembuatan matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) dan metode *Correspondence Analysis* (CA). Kemudian pengelompokan akan keterkaitan hasil uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA, dan CA untuk penentuan prioritas perbaikan.

Usulan yang diberikan kepada Karang Setra, target pasar pelajar yang berusia < 20 tahun, memposisikan diri sebagai kolam renang yang bernuansa anak muda dengan berbagai fasilitas wahana yang menarik, melakukan renovasi untuk fasilitas dan bangunan yang sudah rusak, yang sangat mengganggu kenyamanan pengunjung. Dengan penelitian ini diharapkan jumlah pengunjung Kolam Renang Karang Setra semakin meningkat.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	2-1
2.2 Perkembangan Konsep Pemasaran.....	2-3
2.3 Penelitian Pemasaran	2-5
2.4 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	2-7
2.4.1 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	2-9
2.5 Jenis penelitian.....	2-10
2.6 Teknik Pengumpulan data.....	2-11
2.7 Sumber Dan Metode Penelitian.....	2-16
2.8 Populasi Dan Sampel.....	2-17
2.9 Teknik <i>Sampling</i>	2-18
2.10 Ukuran Sampel.....	2-20

2.11 Skala Pengukuran.....	2-20
2.12 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-23
2.12.1 Uji Validitas Instrumen.....	2-24
2.12.2 Uji Reliabilitas Instrumen.....	2-25
2.13 Bauran Pemasaran.....	2-27
2.14 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-33
2.15 <i>Cochran Q Test</i>	2-37
2.16 Uji Signifikansi	2-40
2.17 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-41
2.18 <i>Correspondence Analysis</i>	2-43

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Diagram Alir Penelitian.....	3-1
3.2 Keterangan <i>Flow Chart</i> Penelitian.....	3-5
3.2.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-5
3.2.2 Identifikasi Masalah.....	3-5
3.2.3 Pembatasan Masalah.....	3-6
3.2.4 Perumusan Masalah.....	3-6
3.2.5 Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.6 Tinjauan Pustaka.....	3-7
3.2.7 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.2.8 Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-7
3.2.9 Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-10
3.2.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.12 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.2.13 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-11
3.2.14 Penentuan Teknik Sampling.....	3-12
3.2.15 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.16 Pengujian Validitas Instrumen.....	3-13
3.2.17 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	3-14
3.2.18 Pengolahan Data.....	3-15

3.2.18.1 Segmentasi.....	3-15
3.2.18.2 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	3-15
3.2.18.3 Correspondence Analysis (CA) 2.....	3-16
3.2.18.4 Matriks Importance Performance Analysis.....	3-17
3.2.18.5 Penentuan Prioritas Perbaikan.....	3-20
3.2.19 Analisis.....	3-21
3.2.19.1 Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> , <i>Positioning</i> ...	3-21
3.2.19.2 Analisis Hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan ...	3-22
3.2.19.3 Analisis Hasil <i>Correspondence Analysis</i> 2.....	3-22
3.2.19.4 Analisis Hasil Matriks IPA.....	3-22
3.2.19.5 Analisis Prioritas Perbaikan.....	3-23
3.2.20 Usulan Prioritas Perbaikan.....	3-24
3.2.21 Kesimpulan Dan Saran.....	3-24

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 Visi Dan Misi PT Brata Jaya Utama.....	4-3
4.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.3 Hasil Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.3.1 Rangkuman Kuesioner Bagian 1.....	4-6
4.3.2 Penentuan Ranking.....	4-21

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Uji Validitas Konstruksi.....	5-1
5.2 Kuesioner Pendahuluan.....	5-3
5.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Penyebaran.....	5-3
5.2.2 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	5-5
5.3 Pengolahan Kuesioner penelitian.....	5-13
5.3.1 Validitas dan Reabilitas.....	5-13
5.3.2 Segmentasi.....	5-16
5.3.3 Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-37

5.3.4 Metode <i>Correspondence Analysis</i> Cara 2.....	5-40
5.3.5 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-48
5.3.6 Penentuan Prioritas Perbaikan.....	5-53
5.4 Analisis Pengolahan Data.....	5-56
5.4.1 Analisis Segmentasi, <i>Targetting, Positioning</i>	5-56
5.4.2 Analisis Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-59
5.4.3 Analisis Metode <i>Correspondence Analysis</i>	5-69
5.4.4 Analisis Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	5-86
5.4.5 Analisis Prioritas Perbaikan.....	5-88
5.5 Usulan Prioritas Perbaikan	5-94

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-8

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Jumlah Pengunjung Kolam Renang Karang Setra	1-2
3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.2	Kuesioner Pendahuluan Setelah Validitas Konstruk	3-10
3.3	Cara Penentuan Prioritas Perbaikan	3-21
3.4	Cara Penentuan Usulan Prioritas Perbaikan	3-24
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.2	Segmentasi Jenis Kelamin	4-6
4.3	Segmentasi Usia	4-6
4.4	Segmentasi Tempat Tinggal	4-6
4.5	Segmentasi Tingkat Pendidikan	4-7
4.6	Segmentasi Uang Saku/Bulan	4-7
4.7	Segmentasi Pekerjaan	4-7
4.8	Segmentasi Penghasilan	4-7
4.9	Segmentasi Biaya yang Dikeluarkan Pada Saat Berenang	4-8
4.10	Segmentasi Hari Berenang	4-8
4.11	Segmentasi Jam Berenang	4-8
4.12	Segmentasi Kedatangan yang Ke-	4-8
4.13	Segmentasi Transportasi yang Digunakan	4-9
4.14	Segmentasi Alasan Pergi Ke Kolam Renang	4-9
4.15	Segmentasi Status Di Kolam Renang	4-9
4.16	Segmentasi Sudah Berapa Lama Menggunakan Kolam Renang	4-9
4.17	Segmentasi Jenis Kolam Renang	4-10
4.18	Segmentasi Kedalaman Kolam Renang	4-10
4.19	Segmentasi Pertimbangan Pada Saat Berenang	4-11
4.20	Segmentasi Jenis Makanan yang Disukai Pada Saat Berenang	4-11
4.21	Segmentasi Peralatan yang Dibutuhkan Pada Saat Berenang	4-11
4.22	Segmentasi Barang Bawaan Ditaruh Di-	4-12

4.23	Segmentasi Datang Secara Rombongan	4-12
4.24	Segmentasi Jumlah Tempat Duduk	4-12
4.25	Segmentasi Jenis Musik	4-12
4.26	Segmentasi Informasi Kolam Renang	4-13
4.27	Segmentasi Stasiun Radio yang Sering Diputar/Didengar	4-13
4.28	Segmentasi StasiunTV yang Sering Ditonton	4-13
4.29	Segmentasi Majalah yang Sering Dibaca	4-14
4.30	Segmentasi Koran (Surat Kabar) yang Sering Dibaca	4-14
4.31	Segmentasi Bersama Siapa Berenang	4-14
4.32	Segmentasi Kolam Renang yang Sudah Pernah Dikunjungi Kecuali Karang Setra	4-15
4.33	Segmentasi Kolam Renang yang Sering Dikunjungi	4-15
4.34	Total Ranking Berdasarkan Atributnya	4-16
5.1	Atribut Yang Lolos Uji Validitas Konstruksi	5-1
5.2	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	5-3
5.3	Rangkuman Hasil <i>Cochran Q Test</i>	5-5
5.4	Atribut Yang Tereduksi (Tidal Lolos) <i>Cochran Q Test</i>	5-8
5.5	Atribut Yang Lolos <i>Cochran Q Test</i>	5-9
5.6	Perhitungan Persentase Metode Proporsi Dari Atribut <i>Cochran Q Test</i>	5-10
5.7	Atribut yang Digunakan Dalam Kuesioner Penelitian	5-11
5.8	Validitas Kepentingan	5-13
5.9	Validitas Performansi	5-14
5.10	Reliabilitas Kepentingan	5-15
5.11	Reliabilitas Performansi	5-15
5.12	Rangkuman Hasil Pengolahan Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-37
5.13	Rangkuman Hasil Pendapat	5-41
5.14	Penentuan Peringkat Unggul	5-45
5.15	Rangkuman Atribut Yang Tertinggal	5-47
5.16	Atribut Unggul	5-48
5.17	Rata-Rata Kepentingan Dan Performansi	5-49

5.18	Atribut-Atribut Dalam Kuadran I	5-51
5.19	Atribut-Atribut Dalam Kuadran II	5-51
5.20	Atribut-Atribut Dalam Kuadran III	5-52
5.21	Atribut-Atribut Dalam Kuadran VI	5-53
5.23	Prioritas Perbaikan	5-54
5.22	Target Pasar Berdasarkan Kuesioner	5-57
6.1	Atribut-atribut Yang Dianggap Penting	6-1
6.2	Rangkuman Segmentasi	6-3
6.3	Atribut-Atribut Prioritas Utama	6-8

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Penurunan Jumlah Pengunjung Kolam Renang Karang Setra	1-3
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-8
2.2	Teknik <i>Sampling</i>	2-18
2.3	Grafik <i>Chi-Square</i>	2-39
2.4	Wilayah Kritis	2-41
2.5	Matriks IPA	2-43
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Grafik Wilayah Kritis	3-18
3.3	Matriks IPA	3-21
4.1	Struktur Organisasi	4-2
5.1	<i>Cochran Q Test</i> ke-23	5-6
5.2	<i>Cochran Q Test</i> ke-24	5-7
5.3	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jenis Kelamin	5-16
5.4	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Usia	5-16
5.5	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Tempat Tinggal	5-17
5.6	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Tingkat Pendidikan	5-17
5.7	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Uang Saku/Bulan	5-18
5.8	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Pekerjaan	5-18
5.9	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Penghasilan	5-19
5.10	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Biaya yang Dikeluarkan	5-19
5.11	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Hari Berenang	5-20
5.12	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jam Berenang	5-21
5.13	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Kedatangan yang Ke-	5-21
5.14	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Transportasi yang- Digunakan	5-22
5.15	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Alasan Pergi Ke Kolam	

	Renang	5-23
5.16	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Status Di Kolam Renang	5-23
5.17	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Sudah Berapa Lama-Menggunakan Kolam Renang	5-24
5.18	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jenis Kolam Renang	5-25
5.19	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Kedalaman Kolam Renang	5-25
5.20	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Pertimbangan pada saat-Berenang	5-26
5.21	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jenis Makanan yang Disukai-Pada Saat Berenang	5-27
5.22	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Peralatan Yang Dibutuhkan-Pada Saat Berenang	5-28
5.23	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Barang Bawaan Ditaruh Di-	5-28
5.24	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Datang Secara Rombongan	5-29
5.25	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jumlah Tempat Duduk	5-30
5.26	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Jenis Musik	5-30
5.27	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Informasi Kolam Renang	5-31
5.28	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Stasiun Radio yang Sering Diputar	5-32
5.29	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Stasiun TV yang Sering-Ditonton	5-32
5.30	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Majalah yang Sering Dibaca	5-33
5.31	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Koran Yang Sering Dibaca	5-34
5.32	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Bersama Siapa Berenang	5-35
5.33	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Kolam Renang yang Sudah-Pernah Dikunjungi Kecuali Karang Setra	5-35
5.34	Diagram Persentase Profil Pelanggan-Kolam Renang yang Sering-Dikunjungi	5-36
5.35	Uji Hipotesis Signifikansi Atribut 3	5-39
5.36	Output CA 2	5-44
5.37	Grafik Uji IPA	5-50

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. DATA PENGUNJUNG KOLAM RENANG KARANG SETRA	L-1
2. KUESIONER PENDAHULUAN	L-2
3. KUESIONER PENELITIAN BAGIAN 1	L-4
4. KUESIONER PENELITIAN BAGIAN 2	L-9
5. DATA MENTAH KUESIONER PENDAHULUAN	L-11
6. VALIDITAS TINGKAT KEPENTINGAN DARI SPSS	L-12
7. VALIDITAS TINGKAT PERFORMANSI DARI SPSS	L-14
8. DATA MENTAH TINGKAT KEPENTINGAN	L-16
9. DATA MENTAH TINGKAT KEPUASAN	L-22
10. OUTPUT CA DARI SPSS	L-28
11. TABEL <i>CHISQUARE</i>	L-31
12. TABEL NORMAL	L-33
13. TABEL <i>r</i>	L-34
14. KUESIONER VALIDITAS KONSTRUK	L-35
15. LEMBAR KOMENTAR SEMINAR ISI	L-36
16. LEMBAR KOMENTAR SIDANG AKHIR	L-37