

ABSTRAK

Tenno Ramen House merupakan tempat makan yang mengusung cita rasa makanan Jepang. Pada tanggal 3 Maret 2011, Tenno Ramen House membuka cabang lain yang bertempat di BTC Fashion Mall, Bandung. Masalah yang sedang dihadapi adalah adanya pencapaian penjualan yang dibawah rata-rata. Didapatkan sebesar 52% jumlah penjualan yang dibawah rata-rata dari total pencapaian penjualan, dimana terdapat penjualan selama 15 bulan yang dibawah rata-rata. Hal tersebut dapat terjadi karena belum diketahui faktor-faktor apa saja yang menurut konsumen penting dalam memilih tempat makan ramen, adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, belum menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat, dan ketidakmampuan dalam bersaing. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menurut konsumen penting dalam memilih tempat makan ramen, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, untuk mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan dari Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall), untuk mengetahui bagaimana persaingan Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall).

Variabel penelitian disusun berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, physical evidence, process*). Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner pendahuluan yang disebarkan kepada 40 orang, disebarkan sebanyak 10 responden untuk setiap tempat di empat tempat makan ramen, yaitu: Tenno Ramen House Bandung Indah Plaza, Tenno Ramen House Paskal, Gokana Ramen Bar Ciwalk, dan Gokana Ramen Bar Sukajadi. Tujuan dari kuesioner pendahuluan ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih suatu restoran atau tempat makan ramen dan bertujuan juga untuk memperoleh kompetitor, dimana akan dipilih 2 kompetitor. Pengolahan kuesioner pendahuluan ini menggunakan Uji *Cochran*. Setelah diketahui faktor-faktor yang dianggap penting berdasarkan hasil Uji *Cochran*, kemudian hasil tersebut disusun menjadi kuesioner penelitian yang disebarkan kepada 120 orang yang menjadi konsumen dari Tenno Ramen House BTC Fashion Mall, Sumo Ramen Bar, dan Gokana Ramen Bar. Setelah itu, dilakukan uji hipotesis ketidakpuasan, kemudian dilakukan *Importance Performance Analysis*, lalu *Correspondence Analysis*.

Berdasarkan analisis gabungan, diketahui urutan prioritas perbaikan yang perlu dilakukan. Dimana acuan untuk prioritas perbaikan dalam menentukan prioritas perbaikan teratas, pertama-tama dilihat dari hasil *Correspondence Analysis* yakni dengan prioritas yang tertinggal. Setelah itu dilihat dari hasil *Importance Performance Analysis*. Dari hasil *Importance Performance Analysis* yakni dengan prioritas pada kuadran 2. Lalu yang terakhir dilihat dari hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan yakni dengan prioritas yang tidak puas. Berdasarkan urutan prioritas perbaikan yang telah dibuat, maka diberikan usulan-usulan. Usulan dikelompokkan berdasarkan bauran pemasaran. Usulan yang diberikan seperti: menyediakan menu minuman yang bervariasi, melakukan pelatihan mengenai proses pembuatan minuman, menyediakan bahan makanan yang masih segar, menyediakan menu minuman dan makanan dengan porsi yang lebih besar.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-3
1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi	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. Metode Pengumpulan Data.....	2-1
2.2. Populasi	2-2
2.3. Sampel.....	2-2
2.4. Teknik Sampling	2-2
2.5. Ukuran Sampel.....	2-6
2.6. Tipe Skala Pengukuran	2-6
2.7. Kriteria Instrumen yang Baik.....	2-8
2.8. Bauran Pemasaran.....	2-9
2.9. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-13
2.10. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.11. Pengujian Validitas Instrumen	2-16
2.12. Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-18
2.13. IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	2-19
2.14. <i>Multi Dimensional Scalling & Correspondence Analysis</i>	2-21

2.14. <i>Euclidean Distance</i>	2-21
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2. Keterangan <i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-5
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1. Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.2. Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
4.3. Kuesioner	4-5
4.3.1. Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.3.2. Kuesioner Penelitian	4-7
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1. Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1. Penentuan Pemilihan Kompetitor	5-1
5.1.2. Pengolahan Data Uji Cochran.....	5-4
5.2. Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-8
5.2.1. Bagian A (Data Pribadi Responden).....	5-9
5.2.2. Bagian B (Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja).....	5-22
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	5-25
5.2.4. Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-28
5.2.5. IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	5-30
5.2.6. <i>Correspondence Analysis</i>	5-35
5.3. <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	5-44
5.4. Analisis Gabungan	5-48
5.5. Usulan	5-56
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1. Kesimpulan	6-1
6.2. Saran.....	6-8
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Target Dan Pencapaian Penjualan Tahun 2012-2013	1-2
3.1	Atribut Berdasarkan Variabel Penelitian	3-10
3.2	Skema Prioritas Perbaikan	3-24
4.1	Ringkasan Data Tempat Makan Ramen yang Sering Dikunjungi	4-5
4.2	Ringkasan Data Pertanyaan Tambahan Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.3	Ringkasan Hasil Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan	4-6
4.4	Ringkasan Kuesioner Data Pribadi Responden	4-7
4.5	Ringkasan Kuesioner Tingkat Kepentingan Responden	4-8
4.6	Ringkasan Kuesioner Tingkat Kinerja Responden	4-9
4.7	Ringkasan Penilaian Ranking Untuk Tenno Ramen House (BTC Fashion Mall)	4-10
4.8	Ringkasan Penilaian Ranking Untuk Sumo Ramen Bar	4-11
4.9	Ringkasan Penilaian Ranking Untuk Gokana Ramen Bar	4-12
5.1	Ringkasan Hasil Uji Cochran Kuesioner Pendahuluan	5-5
5.2	Atribut yang Dianggap Penting	5-7
5.3	Atribut yang Dianggap Tidak Penting	5-8
5.4	Atribut yang Dipakai dalam Kuesioner Penelitian	5-22
5.5	Ringkasan Hasil Perhitungan Rata-rata & Standar Deviasi Tingkat Kepentingan	5-23
5.6	Ringkasan Hasil Perhitungan Rata-rata & Standar Deviasi Tingkat Kinerja	5-24
5.7	Ringkasan Hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-28
5.8	Atribut Pernyataan yang Dinyatakan Tidak Puas	5-30
5.9	Ringkasan Nilai Rata-rata Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja	5-30
5.10	IPA Kuadran Berdasarkan Atribut	5-32

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.11	Ringkasan Jumlah Bobot Ranking	5-36
5.12	Ringkasan Hasil Perhitungan <i>Euclidean Distance</i>	5-40
5.13	Ringkasan Hasil Pengelompokan Peringkat Berdasarkan <i>Euclidean Distance</i>	5-42
5.14	Ringkasan Prioritas Perbaikan	5-49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Target, Rata-rata, & Pencapaian Penjualan	1-3
2.1	Skema Teknik Sampling	2-3
2.2	Kuadran IPA	2-19
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.4	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 3)	3-4
3.5	Grafik <i>chi square</i>	3-13
3.6	Wilayah Kritis Uji Z	3-18
3.7	Kuadran IPA	3-22
4.1	Struktur Organisasi Tenno Ramen House	4-2
5.1	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Tempat Makan Ramen	5-1
5.2	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Mengetahui Tenno Ramen House Bandung	5-2
5.3	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Jika Mengetahui, Tenno Ramen House yang Diketahui	5-2
5.4	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Pernah Mengunjungi Tenno Ramen House Bandung	5-3
5.5	<i>Pie Chart</i> Data Kuesioner Pendahuluan – Jika Pernah Mengunjungi, Tenno Ramen House yang Dikunjungi	5-4
5.6	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 13	5-6
5.7	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pekerjaan	5-9
5.8	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Rata-rata Uang Saku per Bulan	5-10
5.9	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Rata-Rata Penghasilan per Bulan	5-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.10	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Tempat Tinggal	5-12
5.11	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Menyukai Makanan Pedas	5-13
5.12	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pembelian Untuk Dibawa Pulang	5-13
5.13	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Senang Mendengar Radio	5-14
5.14	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pengguna Kartu Kredit	5-15
5.15	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Sumber Informasi	5-16
5.16	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Pilihan Menu Pesanan	5-17
5.17	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Biaya Pembelian Menu	5-18
5.18	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Jam Kedatangan	5-19
5.19	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Kedatangan Bersama	5-20
5.20	<i>Pie Chart</i> Data Pribadi Responden – Alasan Mengunjungi	5-21
5.21	Wilayah Kritis Uji Gap Variabel 1	5-29
5.22	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-31
5.23	Grafik <i>Row Scores</i>	5-38
5.24	Grafik <i>Column Scores</i>	5-39
5.25	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5-39
5.26	<i>Euclidean Space</i>	5-41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1	Kuesioner Penelitian Bagian A	L1-3
1	Kuesioner Penelitian Bagian B	L1-6
1	Kuesioner Penelitian Bagian C	L1-7
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Data Mentah Uji <i>Cochran</i>	L2-2
2	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L2-15
2	Data Mentah Tingkat Kinerja	L2-17
2	Data Mentah Data Peringkat Tenno Ramen House	L2-19
2	Data Mentah Data Peringkat Sumo Ramen Bar	L2-21
2	Data Mentah Data Peringkat Gokana Ramen Bar	L2-23
3	Hasil Output SPSS (<i>Correspondence Analysis</i>)	L3-1
4	Tabel r kritik	L4-1
4	Tabel <i>Chi Square</i>	L4-2
4	Tabel Z	L4-3