

ABSTRAK

Beng Beng Salon merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang jasa kecantikan, yang beralamat di Paskal Hyper Square Blok B Unit 79-80 Jl.Pasirkaliki, Bandung. Dalam menjalankan bisnisnya, permasalahan yang sedang dihadapi oleh pemilik salon dari tahun 2012 sampai saat ini adalah terjadinya penurunan jumlah pelanggan. Pada bagian potong rambut dan cuci *blow* terjadi penurunan jumlah pelanggan sekitar 50%, penurunan jumlah pelanggan pada bagian tersebut menjadi permasalahan utama bagi pemilik salon karena pelanggan pada bagian pelayanan potong rambut dan cuci blow sifatnya kontinu.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak salon Beng Beng untuk dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang datang.

Variabel dalam penelitian yang dilakukan disusun berdasarkan dengan konsep *Segmentation, Targetting, Positioning* dan bauran pemasaran. Setelah melakukan validitas konstruk dengan ahli (dosen), penelitian dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada 110 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik *Purposive Random Sampling*.

Tujuan dari penyebaran kuesioner penelitian adalah untuk mengetahui *Segmentation, Targetting, Positioning, Loyalitas Konsumen, Tingkat kepentingan dan Tingkat performansi*. Pengolahan data untuk kuesioner penelitian menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengukur hubungan antara tingkat kepentingan dan tingkat performansi, Uji Hipotesis Nilai Tengah untuk mengetahui atribut yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut konsumen, dan Uji Regresi Linear Berganda untuk mengetahui atribut-atribut apa saja yang memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen di Beng Beng Salon.

Usulan Prioritas pertama dilihat dari atribut yang memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen yang diperoleh dari hasil Uji Regresi Linear Berganda, prioritas kedua dilihat dari hasil Uji Hipotesis Nilai Tengah, atribut diurutkan berdasarkan Zhitung yang terbesar hingga yang terkecil karena semakin besar Zhitung pada suatu atribut maka semakin rendah tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut tersebut, dan proritas ketiga dilihat dari hasil IPA dimana atribut-atribut yang berada pada kuadran 1 merupakan prioritas utama dan kinerja pada atribut-atribut tersebut harus ditingkatkan lagi.

Targetting untuk salon Beng Beng adalah wanita berusia 36 – 55 tahun, yang bekerja sebagai wiraswasta dan karyawan/I, memiliki tujuan ke salon untuk perawatan diri seperti potong rambut.

Positioning untuk Salon Beng Beng adalah salon dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan dan memiliki lokasi yang mudah dijangkau.

Hasil dari penelitian ini berupa usulan, untuk atribut promosi melalui media cetak usulan yang diberikan yaitu pemilik harus lebih aktif lagi dalam melakukan promosi-promosi seperti membagikan brosur yang berisi jenis pelayanan dan lokasi.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
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 - 3
1.4 Perumusan Masalah	1 - 3
1.5 Tujuan dan Manfaat penelitian	1 - 4
1.6 Sistematika Penulisan	1 - 4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa	2 - 1
2.1.1 Definisi Jasa.....	2 - 1
2.2 Pemasaran	2 - 1
2.2.1 Definisi Pemasaran	2 - 1
2.2.2 Bauran Pemasaran	2 - 2
2.2.3 Segmentasi, Targeting, Positioning	2 - 3
2.3 Kepuasan Konsumen	2 - 7
2.4 Loyalitas Konsumen	2 - 7

2.5	Populasi	2 - 9
2.6	Sampel	2 - 10
2.7	Pengambilan Sampel	2 - 10
2.7.1	Pengambilan Sampel Dengan Cara Probabilitas	2 - 11
2.7.2	Pengambilan Sampel Dengan Cara NonProbabilitas	2 - 11
2.8	Skala Pengukuran	2 - 12
2.9	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2 - 13
2.9.1	Pengujian Validitas.....	2 - 13
2.9.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 - 15
2.10	Teknik Pengumpulan Data	2 - 16
2.11	<i>Important Performance Analysis (IPA)</i>	2 - 17
2.12	Uji Hipotesis.....	2 - 19
2.13	Uji Regresi Linear Berganda	2 - 20

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Flowchart	3 - 1
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3 - 4
3.3	Studi Pustaka	3 - 4
3.4	Identifikasi Masalah	3 - 4
3.5	Pembatasan Masalah.....	3 - 4
3.6	Perumusan Masalah.....	3 - 5
3.7	Tujuan Penelitian.....	3 - 5
3.8	Penyusunan Variabel Penelitian	3 - 5
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3 - 6
3.10	Penyusunan Kerangka Berpikir	3 - 7
3.11	Pengujian Validitas Konsep.....	3 - 9
3.12	Penentuan Jumlah Sampel dan Metode Sampling.....	3 - 10
3.13	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 - 10
3.14	Uji Validitas.....	3 - 11

3.15	Uji Reliabilitas	3 - 12
3.16	Pengolahan Data	3 - 12
3.17	Analisis	3 - 13
3.18	Usulan.....	3 - 14
3.19	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	4 - 1
4.1.3	Tugas dan Wewenang Masing-Masing Posisi.....	4 - 2
4.2	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian.....	4 - 2
4.2.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	4 - 3
4.2.2	Kuesioner Penelitian Bagian 2	4 - 7
4.2.3	Kuesioner Penelitian Bagian 3.....	4 - 8
4.2.4	Kuesioner Penelitian Bagian 3.....	4 - 8

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5 - 1
5.1.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	5 - 1
5.1.2	Profil dan Keinginan Responden.....	5 - 5
5.1.3	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5 - 13
5.1.4	Uji Hipotesis Nilai Tengah.....	5 - 18
5.1.5	Uji Regresi Linear Berganda	5 - 19
5.2	Targetting.....	5 - 26
5.3	Positioning	5 - 27
5.4	Prioritas Usulan	5 - 27

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	<i>Segmentation, Targetting, Positioning</i>	6 - 1
6.2	Faktor penelitian yang memuaskan dan tidak memuaskan menurut pelanggan Beng Beng salon	6 - 2
6.3	Faktor performansi yang memiliki hubungan terhadap loyalitas konsumen Beng Beng salon	6 - 3
6.4	Usulan Strategi Pemasaran	6 - 3

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pelanggan	1 - 2
3.1	Atribut-atribut penelitian	3 - 6
3.2	Usulan Prioritas	3 - 15
4.1	Jenis Kelamin	4 - 3
4.2	Usia	4 - 3
4.3	Pekerjaan	4 - 3
4.4	Pendapatan	4 - 4
4.5	Uang Saku	4 - 4
4.6	Status Berlangganan	4 - 4
4.7	Lama Berlangganan	4 - 4
4.8	Jenis Pelayanan yang paling sering diminta	4 - 5
4.9	Informasi Awal	4 - 5
4.10	Waktu berkunjung	4 - 5
4.11	Hari Berkunjung	4 - 6
4.12	Tujuan Ke salon	4 - 6
4.13	Alasan Ke Salon	4 - 6
4.14	Program yang Diinginkan	4 - 7
4.15	Pasangan Paket yang Diinginkan	4 - 7
4.16	Tingkat Loyalitas	4 - 8
4.17	Tingkat Kepentingan	4 - 8
4.17	Tingkat Kepentingan (lanjutan)	4 - 9
4.18	Tingkat performansi	4 - 9
4.19	Tingkat performansi (lanjutan)	4 - 10
5.1	Uji validitas tingkat kepentingan	5 - 1
5.2	Uji reliabilitas tingkat kepentingan	5 - 2
5.3	Uji validitas tingkat performansi	5 - 3

Tabel	Judul	Halaman
5.4	Uji reliabilitas tingkat performansi	5 - 4
5.5	Uji validitas tingkat loyalitas	5 - 4
5.6	Uji reliabilitas tingkat loyalitas	5 - 5
5.7	Rata-rata tingkat kepentingan dan 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	Perhitungan Uji Hipotesis	5 - 19
5.13	Uji Kolmogorof Smirnov	5 - 20
5.14	Uji Multikolinearitas	5 - 21
5.15	Uji Heteroskedastisitas	5 - 22
5.16	Model Summary	5 - 23
5.17	Anova	5 - 24
5.18	Kesimpulan Regresi Berganda	5 - 25
5.19	Urutan Prioritas	5 - 27
6.1	Variabel konsumen puas	6 - 2
6.2	Variabel konsumen tidak puas	6 - 3

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi penelitian	3 - 1
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi penelitian (lanjutan)	3 - 2
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi penelitian (lanjutan)	3 - 3
3.2	Kerangka Berpikir	3 - 7
4.1	Struktur organisasi Beng Beng Salon	4 - 1
5.1	Persentase Jenis Kelamin	5 - 5
5.2	Presentase Usia	5 - 6
5.3	Presentase Pekerjaan	5 - 6
5.4	Presentase Pendapatan	5 - 7
5.5	Presentase Uang saku	5 - 7
5.6	Presentase Status Berlangganan	5 - 8
5.7	Presentase Lama Berlangganan	5 - 8
5.8	Presentase Jenis Pelayanan	5 - 9
5.9	Presentase Informasi Tempat	5 - 9
5.10	Presentase Jadwal Ke Salon	5 - 10
5.11	Presentae Pemilihan Hari	5 - 10
5.12	Presentase Tujuan Ke salon	5 - 11
5.13	Presentase Alasan Ke salon	5 - 11
5.14	Pemilihan Program yang Diinginkan	5 - 12
5.15	Pilihan Pasangan Paket	5 - 13
5.16	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i>	5 - 15

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Tabel Statistik	L1
2	Validitas Konstruksi	L2
3	Kuesioner	L3
4	Data Kuesioner	L4
5	Hasil SPSS Uji Regresi Linear Berganda	L5
6	Uji Validitas dan Reliabilitas	L6
7	Lembar Komentar	L7