

ABSTRAK

PT.Arkstarindo Artha Makmur (PT.AAM) merupakan perusahaan yang memproduksi *diapers* mulai dari *baby diapers* hingga *adult diapers*. Masalah yang dihadapi yaitu terjadinya rata-rata penurunan penjualan *adult diapers* sebesar 5 % untuk merek Oto di kawasan kota Bandung pada tahun 2012-2013. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* dari produk Oto, memberikan usulan berdasarkan prioritas usulan bauran pemasaran 4P, untuk mengetahui kepuasan konsumen untuk produk Oto terhadap faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih *adult diapers*, untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Oto dibandingkan dengan pesaing.

Variabel penelitian berdasarkan konsep STP (*Segmentation, targeting, positioning*) dan bauran pemasaran 4P (*Promotion, Place, Price, Product*). Setelah melakukan validasi konstruk dengan dosen ahli maka dilakukan penentuan sampel kuesioner pendahuluan sebesar 30 responden dengan menggunakan teknik *quota sampling*. Kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui variabel apa saja yang dianggap penting oleh responden terhadap *adult diapers* dan penentuan pesaing utama. Setelah dilakukan pengolahan menggunakan uji Cochran didapat 16 variabel yang dianggap penting dari 22 variabel dan didapatkan pesaing utama yaitu Confidence. Penelitian dilanjutkan dengan menyebarkan kuesioner penelitian kepada 110 responden yang berada di daerah kota Bandung yang pernah menggunakan atau membeli *adult diapers* merek Oto dan Confidence dan penyebarannya menggunakan teknik *purposive sampling*. Tujuan dari penyebaran kuesioner penelitian adalah untuk mengetahui profil responden, target pasar, *positioning*, kepentingan dan kepuasan responden, keunggulan produk Oto serta strategi pemasaran produk Oto di daerah Bandung.

Pengolahan data kuesioner penelitian dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui keunggulan dan kekurangan produk Oto dibandingkan dengan pesaing, *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas perbaikan, dan Uji Hipotesis untuk mengetahui variabel yang memuaskan atau tidak memuaskan menurut konsumen.

Berdasarkan hasil dari data kuesioner antara lain, *Targeting* dari produk Oto adalah konsumen yang menilai *adult diapers* berdasarkan kualitas, konsumen yang memiliki komunikasi yang baik antar keluarga dan konsumen yang menggunakan *adult diapers* yang beraktifitas 1-2 kali seminggu. *Positioning* untuk produk Oto adalah “*The Quality of Care*”.

Hasil CA adalah ada 8 variabel yang menjadi keunggulan produk Oto dibandingkan pesaing dari 14 variabel. Hasil dari IPA adalah 2 variabel pada kuadran 1, 5 variabel pada kuadran 2, 5 variabel pada kuadran 3, 2 variabel pada kuadran 4. Hasil uji hipotesis semua variabel menyatakan konsumen tidak puas.

Berdasarkan hasil penelitian gabungan CA, IPA, dan Uji Hipotesis didapatkan hasil bahwa merek Oto sudah baik dalam kualitas produk namun lemah pada pemasaran kepada konsumen sehingga perlu usulan untuk variabel kekuatan bahan *polymer* berserat halus yang lebih baik, perlu dilakukan survey pasar untuk mengetahui seberapa luas produk Oto berada di kota Bandung, dan perlu adanya diskon untuk menarik minat konsumen.

DAFTAR ISI

Cover

ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang.....	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	1-4
1.6	Sistematika Penulisan.....	1-5

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Definisi Pemasaran.....	2-1
2.2	Bauran Pemasaran.....	2-1
2.3	Konsep <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	2-2
2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	2-3
2.5	Populasi dan Sampel.....	2-6
2.6	Teknik <i>Sampling</i>	2-6
2.7	Menentukan Ukuran Sampel	2-8
2.8	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-10
2.9	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-13
2.10	<i>Importance Performance Analysis</i>	2-13
2.11	<i>Correspondence Analysis</i>	2-15
2.12	Uji Hipotesis.....	2-16

BAB III SISTEMATIKA PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.2	Keterangan <i>flowchart</i> Penelitian.....	3-3
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.2.2	Identifikasi Masalah.....	3-3
3.2.3	Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.2.4	Perumusan Masalah.....	3-4
3.2.5	Tujuan Penelitian.....	3-5
3.2.6	Studi Pustaka.....	3-5
3.2.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.2.8	Teknik Pengumpulan Data.....	3-8
3.2.9	Penyusunan Kuesioner	3-9
3.2.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.2.11	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.2.12	Uji Validitas Konstruk Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.13	Penentuan Jumlah dan Teknik Sampling untuk Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian...	3-10
3.2.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.2.15	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-12
3.2.16	Revisi Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.2.18	Uji Validitas.....	3-14
3.2.19	Uji Reliabilitas.....	3-14
3.2.20	Pengolahan Data.....	3-15
3.2.21	Analisis Hasil Tiap Pengolahan Data.....	3-18
3.2.22	Usulan Perbaikan.....	3-19
3.2.23	Kesimpulan dan Saran	3-20

BAB IV PENGUMPULAN DATA

4.1	Pengumpulan Data	4-1
4.1.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1

4.2	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner.....	4-1
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan.....	4-1
4.2.2	Kuesioner Penelitian.....	4-3
4.2.2.1	Bagian 1.....	4-3
4.2.2.2	Bagian 2.....	4-5
BAB V PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data Kuesioner	5-1
5.1.1	Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.1.2	Kuesioner Penelitian.....	5-8
5.1.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	5-8
5.1.2.2	Profil Responden.....	5-12
5.1.2.3	<i>Correspondence Analysis</i>	5-15
5.1.2.4	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-17
5.1.2.5	Uji Hipotesis.....	5-21
5.2	<i>Targeting</i>	5-23
5.3	<i>Positioning</i>	5-23
5.4	Usulan	5-24
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran.....	6-5
DAFTAR PUSTAKA.....		xiii
LAMPIRAN.....		xiv
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Data Penjualan Oto <i>Diapers</i> tahun 2012	1-2
1.2	Data Penjualan Oto <i>Diapers</i> tahun 2013	1-2
3.1	Variabel Segmentasi Untuk Konsumen	3-6
3.2	Atribut Kuesioner Penelitian berdasarkan Konsep 4P	3-8
3.3	Prioritas Usulan Perbaikan	3-19
4.1	Data Hasil Kuesioner Pendahuluan Bagian 1	4-2
4.2	Merek <i>adult diapers</i> yang pernah anda beli atau gunakan	4-2
4.3	Daerah Penyebaran Kuesioner Penelitian	4-3
4.4	Jenis Kelamin	4-3
4.5	Usia	4-4
4.6	Pendapatan	4-4
4.7	Faktor Penilaian	4-4
4.8	Perolehan Informasi	4-4
4.9	Merek <i>Adult Diapers</i> yang diketahui	4-5
4.10	Tingkat Aktifitas pengguna <i>adult diapers</i> diluar rumah	4-5
4.11	Tingkat Kepentingan	4-5
4.12	Tingkat Kinerja	4-6
4.13	Total Jumlah Peringkat 1 (Paling Baik)	4-6
5.1	Atribut dalam Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Ringkasan Uji Cochran	5-8
5.3	Atribut yang lolos uji <i>Cochran Q Test</i>	5-8
5.4	Contoh perhitungan uji validitas	5-9
5.5	Uji Validitas tingkat kepentingan	5-10
5.6	Uji Validitas tingkat performansi	5-11
5.7	Jumlah Responden yang menilai keunggulan <i>Adult diapers</i>	5-15
5.8	Hasil Perhitungan Jarak CA	5-17
5.9	Rata-rata tingkat kepentingan dan performansi Oto	5-19
5.10	Uji Hipotesis	5-22

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
5.11	Prioritas Usulan	5-25
6.1	Atribut yang dipentingkan oleh konsumen	6-1
6.2	Atribut yang tidak memuaskan	6-2

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Grafik Data Penjualan 2012-2013	1-3
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Grafik <i>Chi Square</i>	3-12
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	5-4
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> pengujian 4	5-5
5.5	Grafik <i>Chi Square</i> pengujian 5	5-6
5.6	Grafik <i>Chi Square</i> pengujian 6	5-7
5.7	Uji Reliabilitas tingkat kepentingan	5-10
5.8	Uji Reliabilitas tingkat performansi	5-12
5.9	Persentase Pendapatan	5-12
5.10	Persentase faktor penilaian terhadap <i>adult diapers</i>	5-13
5.11	Persentase perolehan informasi <i>adult diapers</i>	5-13
5.12	Persentase merek <i>adult diapers</i> yang diketahui	5-14
5.13	Persentase tingkat aktifitas pemakai <i>adult diapers</i> di luar rumah	5-14
5.14	Grafik <i>Row and Column scores</i>	5-16
5.15	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-20

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul Gambar	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA-1
A	Kuesioner Penelitian	LA-3
B	Data Mentah Keusioner Penelitian tingkat kepentingan	LB-1
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian tingkat performansi	LB-2
C	Tabel Angka Kritik Nilai r	LC-1
C	Tabel Wilayah Luas Dibawah Kurva Normal	LC-2