

## ABSTRAK

Salon Jari Manis terletak di Jalan Prof.drg.Suria Sumantri, Ruko Majesty B3-B5, Bandung. Salon ini berdiri pada bulan Maret 2006 namun dipindah tangankan pada tahun 2010. Salon Jari Manis memiliki target pendapatan yang telah ditentukan, yaitu  $\pm$  Rp100.000.000/bulan, tetapi hingga saat ini target pendapatan tersebut belum tercapai. Jumlah pendapatan tertinggi yang sudah pernah tercapai oleh Salon Jari Manis adalah  $\pm$  Rp80.000.000/bulan pada bulan Agustus 2013. Rata-rata pendapatan Salon Jari Manis adalah  $\pm$  Rp70.000.000/bulan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih salon, selain itu juga untuk mengetahui strategi-strategi dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Salon Jari Manis untuk dapat mencapai target pendapatan dan bersaing dengan salon lainnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan juga penyebaran kuesioner awal dan penelitian. Kuesioner awal berisi atribut-atribut yang penting dalam pemilihan salon berdasarkan pada konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Dari hasil kuesioner awal, diketahui bahwa salon yang menjadi kompetitor utama bagi Salon Jari Manis adalah Salon Anata.

Kuesioner penelitian terdiri dari bagian perilaku konsumen dan proses keputusan pembelian untuk mengetahui ciri-ciri konsumen agar dapat diketahui profil secara jelas untuk kemudian digunakan sebagai informasi dalam mengelompokkan pasar. Dan tingkat kepentingan mengenai atribut-atribut yang dipentingkan konsumen, tingkat kinerja mengenai kinerja atribut-atribut Salon Jari Manis dan mengenai ranking tiap salon untuk setiap atribut menurut konsumen. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah dengan *Purposive Sampling*, penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang pernah mengunjungi Salon Anata minimal 2 kali, pernah mengunjungi Salon Jari Manis minimal 5 kali dan dibagikan kepada 120 responden. Bagian tingkat keunggulan/pemberian ranking masing-masing salon diolah dengan *Correspondence Analysis* (CA), tujuan dari *Correspondence Analysis* (CA) adalah untuk melihat tingkat keunggulan dari masing-masing variabel. Bagian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan metode Uji Hipotesis untuk melihat puas/tidak puasnya konsumen terhadap atribut tersebut dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui atribut-atribut yang masuk ke dalam kuadran *focus improvement effort here, maintain performance, medium-low priority, reduce emphasis* atau untuk melihat prioritas perbaikan.

Usulan diberikan untuk Salon Jari Manis agar dapat bersaing dengan Salon Anata didasarkan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan *Correspondence Analysis* (CA), Uji Hipotesis, dan *Importance Performance Analysis* (IPA). Usulan tersebut ada yang mendapatkan prioritas utama seperti menambahkan jenis-jenis pelayanan, meningkatkan kualitas obat-obatan, melakukan perekrutan karyawan yang sudah mengerti beberapa hal tentang salon/pengetahuan karyawan mengenai jenis-jenis pelayanan, memberikan pelatihan kepada karyawan supaya lebih terampil dalam melayani permintaan konsumen, meningkatkan kebersihan peralatan salon, meningkatkan kebersihan *toilet*.

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
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.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 PENDAHULUAN	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran .....	2-1
2.3 Perilaku Konsumen .....	2-5
2.3.1 Faktor Budaya.....	2-6
2.3.2 Faktor Sosial .....	2-6
2.3.3 Faktor Pribadi .....	2-7
2.4 Proses Keputusan Pembelian: Model Lima Tahap.....	2-7
2.4.1 Pemahaman Masalah .....	2-7
2.4.2 Pencarian Informasi.....	2-8
2.4.3 Evaluasi Alternatif.....	2-8
2.4.4 Keputusan Pembelian .....	2-8
2.4.5 Perilaku Pasca Pembelian.....	2-9
2.5 Metode dan Teknik Pengumpulan Data .....	2-9

2.6	Populasi dan Sampel .....	2-14
2.6.1	Populasi .....	2-14
2.6.2	Sampel .....	2-14
2.6.3	Teknik Sampling.....	2-15
2.6.4	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-17
2.7	Skala Pengukuran Instrumen Penelitian.....	2-18
2.7.1	Macam-macam Skala Pengukuran .....	2-18
2.7.2	Tipe Skala Pengukuran.....	2-19
2.7.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-21
2.8	Pengujian Validitas dan Relibilitas Instrumen .....	2-22
2.8.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-22
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-23
2.9	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan.....	2-25
2.10	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-27
2.11	Uji Hipotesis Ketidakpuasan .....	2-28
2.12	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> .....	2-29
2.12.1	<i>Segmentation</i> .....	2-29
2.12.2	<i>Targeting</i> .....	2-30
2.12.3	<i>Positioning</i> .....	2-31

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Mulai .....	3-4
3.2	Studi Pendahuluan.....	3-4
3.3	Identifikasi Masalah .....	3-4
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-5
3.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.6	Tujuan penelitian.....	3-5
3.7	Studi Pustaka .....	3-6
3.8	Penentuan Model Penelitian.....	3-6
3.9	Identifikasi Variabel Penelitian .....	3-7
3.10	Penyusunan Kuesioner Awal.....	3-11
3.11	Uji Validitas Konstruk.....	3-11

3.12	Penyebaran Kuesioner Awal .....	3-12
3.13	Pengolahan Kuesioner Awal .....	3-12
3.14	Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-13
3.15	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-14
3.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.17	Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-16
3.18	Uji Reabilitas Kuesioner Penelitian .....	3-16
3.19	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	3-17
3.20	Analisis Hasil Pengolahan Data .....	3-23
3.21	Kesimpulan Saran.....	3-24
3.22	Selesai.....	3-24

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Mulai .....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi .....	4-1
4.1.3	<i>Job Description</i> .....	4-2
4.2	Daftar Jasa-jasa yang Diberikan.....	4-3
4.3	Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.4	Kuesioner Penelitian.....	4-5

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3	Variabel Penelitian yang Terpilih.....	5-10
5.4	Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih .....	5-12
5.5	Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	5-14
5.6	<i>Segmentation</i> .....	5-21
5.7	<i>Targeting</i> .....	5-28
5.8	<i>Positioning</i> .....	5-29
5.9	<i>Correspondence Analysis (CA)</i> .....	5-29
5.10	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-34

5.11	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-36
5.12	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , Uji Hipotesis Ketidakpuasan, dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-42
5.13	Usulan.....	5-47

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

xv

LAMPIRAN

## **DAFTAR TABEL**

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1	Usulan Prioritas Perbaikan Kerja	3-23
Tabel 4.1	Data Pesaing	4-5
Tabel 4.2	Usia	4-6
Tabel 4.3	Jenis Kelamin	4-6
Tabel 4.4	Pekerjaan Saati Ini	4-6
Tabel 4.5	Uang Saku Pelajar/Mahasiswa	4-6
Tabel 4.6	Penghasilan Per Bulan (Bukan Mahasiswa)	4-7
Tabel 4.7	Status Saat Ini	4-7
Tabel 4.8	Aspek Gaya Hidup yang Diperhatikan	4-7
Tabel 4.9	Tujuan ke Salon	4-7
Tabel 4.10	Sumber Informasi Tentang Salon Jari Manis	4-8
Tabel 4.11	Merek Salon yang Menjadi Bahan Pertimbangan Sebelumnya	4-8
Tabel 4.12	Alasan Utama Memilih Salon Jari Manis	4-8
Tabel 4.13	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-9
Tabel 4.14	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Tk. Kinerja dan Tk. Kepentingan)	4-10
Tabel 4.15	Hasil Kuesioner Bagian Kedua (Tk. Keunggulan)	4-11
Tabel 5.1	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-15
Tabel 5.2	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-16
Tabel 5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-17
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-18
Tabel 5.5	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-19
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-20
Tabel 5.7	Jumlah Responden Unggul Tiap Variabel Salon	5-30
Tabel 5.8	Peringkat Tiap Variabel Salon	5-32
Tabel 5.9	Keunggulan Salon Jari Manis	5-33
Tabel 5.10	Ketidak Unggulan Salon Jari Manis	5-33
Tabel 5.11	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-34
Tabel 5.12	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-36
Tabel 5.13	Skala Prioritas perbaikan	5-42

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 5.14	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-43
Tabel 6.1	Usulan Upaya-upaya yang Dapat Dilakukan Salon Jari Manis	6-6

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1	Model Perilaku Konsumen Kotler	2-6
Gambar 2.2	Proses Keputusan Pembelian	2-7
Gambar 2.3	Teknik Sampling	2-15
Gambar 2.4	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-26
Gambar 3.1	Diagram Alir	3-1
Gambar 3.1	Diagram Alir (Lanjutan 1)	3-2
Gambar 3.1	Diagram Alir (Lanjutan 2)	3-3
Gambar 3.2	Model Perilaku Konsumen Kotler	3-6
Gambar 3.3	Proses Keputusan Pembelian	3-7
Gambar 3.4	Grafik <i>Chi Square</i>	3-13
Gambar 3.5	Diagram Kartesius	3-20
Gambar 3.6	Wilayah Kritis Uji Z	3-21
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-1
Gambar 5.1	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian I	5-2
Gambar 5.2	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian II	5-3
Gambar 5.3	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian III	5-4
Gambar 5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian IV	5-5
Gambar 5.5	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian V	5-6
Gambar 5.6	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian VI	5-7
Gambar 5.7	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian VII	5-9
Gambar 5.8	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian VIII	5-10
Gambar 5.9	Salon yang paling sering dikunjungi	5-13
Gambar 5.10	Persentase Usia	5-21
Gambar 5.11	Persentase Jenis Kelamin	5-21
Gambar 5.12	Persentase Pekerjaan Saat Ini	5-22
Gambar 5.13	Persentase Uang Saku Pelajar/Mahasiswa	5-23
Gambar 5.14	Persentase Penghasilan Perbulan (Bukan Mahasiswa)	5-23
Gambar 5.15	Persentase Status Saat Ini	5-24
Gambar 5.16	Persentase Aspek Gaya Hidup yang Diperhatikan	5-25

Gambar 5.17	Persentase Tujuan ke Salon	5-25
Gambar 5.18	Persentase Sumber Informasi Tentang Salon Jari Manis	5-26
Gambar 5.19	Persentase Merek Salon yang Menjadi Bahan Pertimbangan Sebelumnya	5-27
Gambar 5.20	Persentase Alasan Utama Memilih Salon Jari Manis	5-27
Gambar 5.21	Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-31
Gambar 5.22	Grafik Wilayah Kritis $H_0$	5-35
Gambar 5.23	Grafik <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-37

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Validitas Konstruk	1
2	Kuesioner Pendahuluan	1
3	Kuesioner Penelitian	1
4	Tabel-tabel	1
5	Berita Acara	1