

## ABSTRAK

*Distribution store* (Distro) adalah salah satu jenis pemasaran produk *fashion* dimana perusahaan sengaja mendirikan outlet untuk menjual produknya. Produk distro merupakan hasil ide kreativitas dari pemilik dan dibuat dalam skala produksi kecil. *Rocksville* adalah salah satu distro yang berlokasi di Subang, berdiri tanggal 13 Januari 2006. Penjualan yang dicapai yaitu 1-2 buah produk pada hari Senin sd Jumat, dan dapat mencapai 35 buah di hari Sabtu dan Minggu. Jumlah ini belum memberikan keuntungan yang cukup bagi *Rocksville* untuk mengembangkan perusahaannya agar maju. Untuk itu diperlukan strategi yang tepat agar *Rocksville* dapat mengembangkan perusahaannya.

Dengan adanya permasalahan ini maka penulis melakukan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui variabel bauran pemasaran apa saja yang diperhatikan konsumen dalam berbelanja produk distro serta dapat memberikan usulan tentang upaya apa saja yang dapat dilakukan untuk menarik *customer* dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Data yang digunakan berasal dari hasil penyebaran kuesioner yang mengacu pada model penelitian *Marketing Mix* yaitu 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, dan Process*) terhadap *customer* sebanyak 120 buah di *Rocksville* sebagai respondennya pada bulan July sd November 2007. Hasil kuesioner ini sebanyak 91 buah yang diolah dengan terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Kemudian dilakukan perhitungan untuk mencari nilai rata – rata dari persepsi dan harapan konsumen. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 11.50 dan dianalisis dilakukan dengan menggunakan *Gap analysis*. Untuk membuat SWOT maka dilakukan wawancara Mengenai faktor internal dan faktor eksternal kepada pemilik kemudian pemilik memberi rating dan bobot kepada setiap faktor dalam SWOT tersebut, jumlah keseluruhan bobot dikalikan rating menghasilkan nilai IFAS dan EFAS. Analisis dilakukan dengan memperhatikan nilai IFAS dan EFAS dan perumusan strategi SWOT dengan metoda *SWOT Analysis*.

Dari hasil *Gap* diketahui atribut yang tidak memuaskan dan memuaskan *customer*. Atribut yang memuaskan diusulkan sebagai *Strength* dan atribut yang tidak memuaskan sebagai *Weakness* perusahaan. Kemudian *Strength* dan *Weakness* usulan diselaraskan dengan *Strength* dan *Weakness* manajemen untuk digunakan dalam merumuskan strategi dengan mengacu kepada *opportunities* dan *Threats* di matriks SWOT. Strategi yang dapat dilakukan yaitu: Menambah keberagaman produk, Mempererat hubungan dengan pelanggan dengan cara memberi informasi keberadaan produk baru, Membuat produk yang mengikuti mode, Meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, Menempatkan nama di tempat yang mudah terlihat dengan desain yang menarik, Menambah variasi untuk setiap produk, Desain interior dirubah, Melakukan promosi produk terbaru, Memperbaiki kualitas dari karyawan, Membuat model pakaian baru, Mencari alternatif produk baru, Meningkatkan promosi dan Membuat produk alternatif dengan harga yang lebih murah.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
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 – 2
1.4 Perumusan Masalah.....	1 – 3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1 – 3
1.6 Manfaat Penelitian.....	1 – 3
1.7 Sistematika Penulisan .....	1 – 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pemasaran.....	2 – 1
2.2. Bauran Pemasaran.....	2 – 1
2.2.1. Variabel Bauran Pemasaran ( <i>marketing mix</i> ) .....	2 – 1
2.3. Manajemen Strategi.....	2 – 9
2.4. Strategi.....	2 – 10
2.4.1. Klasifikasi Strategi.....	2 – 10
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	2 – 19
2.6. Pengertian Persepsi.....	2 – 22
2.7. Pengertian Harapan Pelanggan.....	2 – 28
2.8. Populasi dan Sampel.....	2 – 28
2.8.1. Populasi.....	2 – 28
2.8.2. Sampel.....	2 – 29
2.8.3. Teknik <i>Sampling</i> .....	2 – 29
2.8.4. Macam – Macam Skala Pengukuran.....	2 – 31
2.9. Pengujian Validitas Instrumen.....	2 – 34
2.10. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2 – 35

2.11. Konsep GAP.....	2 – 36
2.12. Konsep Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT)	2 – 38
3.12.1. Matriks Faktor Strategi Eksternal.....	2 – 38
3.12.2. Matriks Faktor Strategi Internal.....	2 – 41
3.12.3. Matriks Internal - Eksternal.....	2 – 43
3.12.4. Matriks SWOT.....	2 – 44
 <b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Pendekatan Masalah.....	3 – 1
3.2. Tahap Tahap Penelitian.....	3 – 4
3.2.1. Tinjauan pustaka.....	3 – 4
3.2.2. Penelitian pendahuluan.....	3 – 4
3.2.3. Identifikasi Masalah.....	3 – 4
3.2.4. Pembatasan Masalah.....	3 – 5
3.2.5. Perumusan Masalah.....	3 – 5
3.2.6. Tujuan Penelitian.....	3 – 5
3.2.7. Penentuan Model dan variabel penelitian.....	3 – 6
3.2.8. Penyusunan daftar pertanyaan kuisisioner.....	3 – 7
3.2.9. Penyebaran kuisisioner pendahuluan.....	3 – 7
3.2.10. Pengumpulan dan pengolahan data	
kuisisioner pendahuluan.....	3 – 7
3.2.11. Membuat kuisisioner penelitian.....	3 – 8
3.2.12. Validitas konstruksi.....	3 – 8
3.2.13. Pengujian Reliabilitas.....	3 – 9
3.2.14. Penentuan jumlah sampel dan teknik sampling.....	3 – 10
3.2.15. Penyebaran dan pengumpulan kuisisioner penelitian.....	3 – 11
3.2.16. Membuat <i>Pie Diagram</i> .....	3 – 11
3.2.17. Pengujian Reliabilitas.....	3 – 11
3.2.18. Pengujian Validitas.....	3 – 11
3.2.19. Menghitung GAP dan SWOT.....	3 – 11
3.2.20. Analisis dan usulan.....	3 – 12
3.2.21. Kesimpulan dan saran.....	3 – 13

## BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1. Data Umum Perusahaan .....	4 – 1
4.1.1. Sejarah singkat perusahaan .....	4 – 1
4.1.2. Struktur Organisasi Perusahaan.....	4 – 1
4.1.3. <i>Job Description</i> .....	4 – 2
4.2. Data profile responden.....	4 – 2
4.3. Data Kuisisioner Pendahuluan.....	4 – 7
4.4. Data Kuisisioner Penelitian.....	4 – 8
4.5. Data SWOT.....	4 – 9

## BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1. Pengolahan Data.....	5 – 1
5.1.1. Profile responden.....	5 – 1
5.1.2. Uji Validitas Kuisisioner penelitian.....	5 – 5
5.1.3. Uji reliabilitas.....	5 – 6
5.1.4. Pengolahan Data Gap .....	5 – 7
5.1.5. SWOT.....	5 – 13
5.2. Analisis hasil pengolahan data.....	5 – 15
5.2.1. Analisis profil responden.....	5 – 15
5.2.2. Analisis GAP.....	5 – 16
5.2.3. Analisis SWOT.....	5 – 16
5.2.4. Analisis keterkaitan GAP dan SWOT.....	5 – 20
5.3. Usulan.....	5 – 21

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan .....	5 – 1
6.2 Saran .....	5 – 5

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Strategi Wheelen - Hunger	2 – 11
2.2	Strategi Fred R. David	2 – 15
2.3	Contoh <i>External Strategic Factors Analysis</i> <i>summary</i>	2 – 40
2.4	Contoh <i>Internal Strategic Factors Analysis</i> <i>summary</i>	2 – 42
2.5	Matriks Internal – Eksternal	2 – 44
2.6	SWOT Matriks	2 – 45
3.1	Atribut kuisisioner pendahuluan	3 – 6
3.2	Atribut Penelitian	3 – 9
4.1	Data profile responden kuisisioner pendahuluan	4 – 3
4.2	Data Kuisisioner pendahuluan	4 – 7
4.3	Data Kuisisioner penelitian	4 – 8
4.4	Data IFAS	4 – 10
4.5	Data EFAS	4 – 10
5.1	Validitas Persepsi	5 – 6
5.2	GAP persepsi dan harapan konsumen	5 – 10
5.3	IFAS	5 – 13
5.4	EFAS	5 – 14
5.5	Matriks SWOT	5 – 15
5.6	Matriks Internal – Eksternal	5 – 18
5.7	Keterkaitan GAP dan SWOT	5 – 20
5.8	Strategi usulan	5 – 24

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.	2 – 20
2.2	Proses Persepsi	2 – 23
2.3	Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan	2 – 28
3.1	Flowchart penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi Rocksville	4 – 6
5.1	Jenis kelamin	5 – 1
5.2	Usia pemakai produk	5 – 2
5.3	Intensitas berbelanja	5 – 2
5.4	Pekerjaan	5 – 3
5.5	Sumber informasi	5 – 3
5.6	Jarak tempat tinggal	5 – 4
5.7	Alasan berbelanja produk distro	5 – 4
5.8	Alasan berbelanja di Rocksville	5 – 5

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner awal	L – 1
2	Data Demografi kuisioneer pendahuluan	L – 3
2	Data Data Cochran Q	L – 5
3	Uji Hipotesis Cochran's Q	L – 6
4	Kuesioner penelitian	L – 7
5	Reliabilitas SPSS	L – 12
6	Data Demografi	L – 14
7	Data Mentah Harapan	L – 16
8	Data Mentah Persepsi	L – 20
9	Tabel khi kuadrat	L – 24
10	Tabel R – Moment	L – 25