

## ABSTRAK

Toko Art Computer adalah salah satu toko komputer yang ada di pertokoan Bandung Elektronik Centre terletak di Jl Purnawarman no 13 – 15 Lantai 2 – N 01 yang berdiri sejak tahun 2001. Masalah yang dihadapi oleh toko Art Computer saat ini adalah menurunnya pendapatan total dari rata-rata pendapatan yang biasa diperoleh tiap bulannya. Rata-rata pendapatan total toko Art Computer menurun antara 10% hingga 20% untuk pendapatan tiga bulan terakhir dari periode Agustus 2007 setelah pemilik toko memutuskan untuk pindah lokasi operasi toko.

Pihak toko Art Computer perlu mengetahui faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko komputer, bagaimana persepsi konsumen terhadap toko Art Computer dibandingkan dengan pesaing utamanya dan juga mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning* sehingga dapat muncul beberapa usulan perbaikan bagi toko Art Computer. Berdasarkan hasil kuesioner pendahuluan maka didapat pesaing utama dari toko Art Computer adalah toko Arena Computer yang juga berada di pertokoan Bandung Elektronik Centre.

Variabel penelitian menggunakan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*) dan segmentasi secara teknografi. Teknik sampling yang digunakan adalah *aksidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dua kali. Penyebaran kuesioner pertama ditujukan untuk konsumen pertokoan Bandung Elektronik Centre. Penyebaran ini dilakukan untuk mengetahui tipe konsumen pertokoan Bandung Elektronik Centre dan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan toko komputer menurut persepsi konsumen. Sedangkan penyebaran kuesioner kedua ditujukan untuk pelanggan toko Art Computer dan toko Arena Computer. Tujuannya adalah untuk mengetahui keunggulan toko Art Computer dan toko pesaingnya berdasarkan faktor-faktor penting toko komputer menurut persepsi konsumen.

Dari hasil penelitian, konsumen pertokoan Bandung Elektronik Centre terbanyak adalah golongan *techno strivers* yaitu sebesar 20,91%, dan *gadget grabbers*, sebesar 22,73%. Konsumen pada dua kelompok ini memiliki ciri-ciri umum yang sama yaitu optimis terhadap teknologi, berpenghasilan rendah, biasanya berisi mahasiswa dan pekerja golongan bawah, merupakan *fast followers*, dan rata-rata berusia masih muda. Usulan untuk toko Art Computer diperoleh dari metode *Correspondence Analysis (CA)* dan segmentasi teknografi. Adapun target pasar yang diberikan kepada toko Art Computer adalah dengan lebih fokus kepada segmen *techno strivers* dan *gadget grabbers*. Perbaikan yang diusulkan antara lain menjaga kondisi produk beserta bungkusnya, menampilkan harga dalam dollar, ikut dalam pameran komputer, mempekerjakan mahasiswa sebagai pegawai toko Art Computer secara paruh waktu, meningkatkan keindahan dalam penampilan produk yang dijual, menampilkan *benchmark* produk, mengirimkan teknisi toko dalam lomba *overclocking, PC moding*, dan rakit PC, meningkatkan pelayanan service setelah masa garansi, dan memberikan pelayanan pemesanan barang untuk barang yang tidak ada di toko Art Computer.

## DAFTAR ISI

COVER DALAM	
LEMBAR PENGESAHAN	
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang .....	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 LANDASAN TEORI	
2.1 Proses Penelitian Survei.....	2-1
2.2 Metode Pengumpulan Data.....	2-2
2.3 Prosedur Uji <i>Cohran Q Test</i> .....	2-3
2.4 Populasi dan Sampel .....	2-4
2.5 Teknik Sampling .....	2-4
2.6 Ukuran Sampel .....	2-8
2.7 Data Berskala .....	2-9
2.8 Tipe Skala Pengukuran .....	2-9
2.9 Kriteria Instrumen yang Baik.....	2-11
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-12

2.11	Pengujian Validitas Instrumen .....	2-13
2.11.1	Pengujian Validitas Internal.....	2-13
2.11.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-13
2.11.1.2	Pengujian Validitas Isi .....	2-13
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal .....	2-14
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.13	Bauran Pemasaran .....	2-16
2.14	<i>Correspondence Analysis</i> .....	2-20
2.15	Konsep <i>Segmenting, Targetting</i> dan <i>Positioning</i> .....	2-21
2.16	Diferensiasi .....	2-22
2.17	Penggolongan Umur .....	2-23
2.17.1	Remaja.....	2-23
2.17.2	Dewasa.....	2-23
2.18	Kelas Sosial.....	2-25
2.19	Segmentasi Teknografi .....	2-27

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Kerangka Penelitian. ....	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan .....	3-3
3.3	Kajian Pustaka.....	3-3
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-3
3.5	Perumusan Masalah .....	3-3
3.6	Penentuan Tujuan Penelitian .....	3-4
3.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-4
3.8	Penentuan Teknik Pengumpulan Data .....	3-8
3.9	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan. ....	3-11
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian I .....	3-11
3.14	Uji Validitas Konstruksi .....	3-12

3.15	Penyusunan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian I.....	3-12
3.16	Penyebaran kuesioner penelitian I.....	3-13
3.17	Uji Validitas External .....	3-13
3.18	Uji Reliabilitas .....	3-14
3.19	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian I .....	3-15
3.20	Wawancara dan Observasi.....	3-15
3.21	Pembuatan Kuesioner Penelitian II .....	3-16
3.22	Penyebaran Kuesioner Penelitian II .....	3-16
3.23	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian II.....	3-16
3.24	Analisis .....	3-16
3.25	Usulan .....	3-16
3.26	Kesimpulan dan Saran .....	3-11

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat perusahaan .....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi .....	4-2
4.2	Kuesioner .....	4-3
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.2.2	Kuesioner Penelitian I .....	4-4
4.2.2	Kuesioner Penelitian II .....	4-4

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.2	Uji Validitas dan Reabilitas .....	5-1
5.3	Kuesioner .....	5-3
5.3.1	Kuesioner penelitian I bagian a.....	5-3
5.3.2	Kuesioner penelitian I bagian b.....	5-6
5.3.3	Kuesioner penelitian II.....	5-7
5.4	Usulan .....	5-12
5.4.1	Segmentation .....	5-12
5.4.2	Targeting .....	5-13

5.4.3 Positioning .....	5-13
5.4.4 Atribut <i>product</i> .....	5-14
5.4.5 Atribut <i>price</i> .....	5-15
5.4.6 Atribut <i>place</i> .....	5-17
5.4.7 Atribut <i>promotion</i> .....	5-18
5.4.8 Atribut <i>physical evidance</i> .....	5-19
5.4.9 Atribut <i>people</i> .....	5-20
5.4.10 Atribut <i>proses</i> .....	5-20

## BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan .....	6-1
6.2 Saran.....	6-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Tabel kelas sosial dan penghasilan di kota metropolitan	2-26
2.2	Motivasi teknologi	2-27
3.1	Tabel <i>early adopter</i> segmen teknografi	3-7
3.2	Tabel <i>fast follower</i> segmen teknografi	3-8
3.3	Tabel <i>cautious on looker</i> segmen teknografi	3-9
4.1	Tabel hasil kuesioner pendahuluan	4-5
4.2	Tabel hasil kuesioner penelitian I bagian b	4-6
4.3	Tabel hasil kuesioner penelitian II	4-7
5.1	Tabel ringkasan hasil kuesioner pendahuluan	5-1
5.2	Tabel ringkasan hasil kuesioner penelitian I bagian a	5-4
5.3	Tabel ringkasan hasil kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 29 “(Bagi anda yang mengetahui toko Art Computer) Dari mana anda mengetahui toko Art Computer:”	5-5
5.4	Tabel ringkasan hasil kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 30 “Radio yang anda dengarkan:”	5-5
5.5	Tabel ringkasan hasil kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan 31 “Alat transportasi yang anda gunakan sehari-hari?”	5-5
5.6	Tabel ringkasan hasil pengolahan kuesioner penelitian II	5-9
5.7	Tabel Posisi Aribut Toko Art Computer Dari Pesaing	5-10
5.8	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 15 “Kapan terakhir kali anda melakukan pembelian hardware komputer” untuk golongan techno striver dan gadget graber	5-14

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	
		<b>Halaman</b>
5.9	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 18 “Apabila anda akan membeli Dekstop / PC, urutan manakah dari atribute dibawah ini yang anda lebih diutamakan” untuk golongan techno striver dan gadget graber	5-16
5.10	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 29 “(Bagi anda yang mengetahui toko Art Computer) Dari mana anda mengetahui toko Art Computer:” untuk golongan techno striver dan gadget graber	5-17
5.11	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian 1 pertanyaan no 10 “Dari mana anda mengetahui perkembangan teknologi (Jawaban boleh lebih dari 1)?” untuk golongan techno striver dan gadget graber	5-18
5.12	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian a pertanyaan no 4 “Pekerjaan anda saat ini:” untuk golongan techno striver dan gadget graber	5-19
5.13	Tabel ringkasan kuesioner penelitian I bagian 1 untuk pertanyaan no 31 “transportasi yang anda gunakan sehari-hari?” pada golongan techno striver dan gadget graber	5-21

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	
		<b>Halaman</b>
2.1	Grafik Chi <i>Square</i>	2-4
2.2	Teknik <i>Sampling</i>	2-5
2.3	Gambar segmentasi teknografi	2-30
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi Toko Art Computer	4-2
5.1	Grafik Chi <i>Square</i> Pengujian I	5-7
5.2	Grafik Hasil pengujian <i>Correspondence Analysis</i>	5-20



## DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran</u>	<u>Judul</u>	
<b>Halaman</b>		
I	Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	LI-1
I	Tabel Nilai <i>Chi Square</i>	LI-3
II	Kuesioner pendahuluan	LII-1
II	Kuesioner penelitian I	LII-2
II	Kuesioner penelitian II	LII-7
III	Data mentah hasil kuesioner penelitian I bagian a	LIII-1
IV	Lanjutan Pengujian Cochran Kuesioner Penelitian I bagian b	LIV-1