

ABSTRAK

Redboxx adalah pub yang terletak di pusat perbelanjaan PTC (Pakuwon Trade Centre). Di tengah kerasnya persaingan dan sikap konsumen yang selalu mencari yang terbaik, masalah yang dihadapi oleh Redboxx adalah jumlah pengunjung yang datang. Pada hari Sabtu, jumlah pengunjung yang datang sangat banyak bahkan melebihi kapasitas. Akan tetapi pada hari lainnya jumlah pengunjung yang datang dibawah kapasitas semestinya.

Oleh karena itu untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen diperlukan strategi pemasaran yang tepat. Perencanaan strategi ini dilakukan dengan cara menganalisis perilaku konsumen, yang meliputi profil, tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan. Konsep yang akan digunakan yaitu: STPD (*Segmentation, Targetting, Differentiation, and Positioning*) dan 8P (*Product, Place, Process, Productivity, People, Promotion, Physical evidence and Price*).

Pengumpulan sampling dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yaitu kepada anak muda yang pernah pergi ke pub dengan jumlah responden 147 orang yang kemudian dibagi menjadi 2 kelompok yaitu kelompok Minggu – Jumat dan kelompok Sabtu. Dari hasil analisis crosstabs diketahui ada item-item yang menunjukkan adanya hubungan ketergantungan antara kelompok dan demografi, yaitu item pengeluaran per bulan, pub favorit, pertimbangan utama dalam memilih pub dan item yang mempengaruhi dalam mengambil keputusan pergi ke Redboxx. Pada analisis manova ditemukan adanya perbedaan tingkat kepentingan namun tidak ada perbedaan tingkat kepuasan antara kelompok Minggu – Jumat dan kelompok Sabtu. Item yang paling dipentingkan oleh kelompok Sabtu adalah acara yang ditampilkan menarik (mean = 4.425), sedangkan yang tidak dipentingkan adalah tempat yang mudah dijangkau (mean = 3.151). Item yang paling dipentingkan oleh kelompok Minggu – Jumat adalah mengirim sms kepada pelanggan setiap ada *event-event* tertentu (mean = 4.068), sedangkan yang tidak dipentingkan adalah iklan yang komunikatif (mean = 2.986). Tingkat kepuasan tertinggi kelompok Sabtu terdapat pada item harga minuman yang murah (mean = 4.082), sedangkan tingkat kepuasan terendah terdapat pada item mengenal para pelanggannya dengan baik (mean = 2.836). Tingkat kepuasan tertinggi kelompok Minggu - Jumat terdapat pada item iklan yang komunikatif (mean = 4.162), sedangkan tingkat kepuasan terendah terdapat pada item mengenal para pelanggannya dengan baik (mean = 2.716). Sedangkan dari analisis kuadran dapat diketahui kelebihan dan kelemahan dari Redboxx. Kelebihannya antara lain: harga minuman yang murah, tempat parkir yang luas, tata cahaya yang baik. Sedangkan kelemahannya antara lain: pelayanan yang kurang cepat dan staff yang kurang sopan.

Dari penelitian ini diberikan beberapa strategi seperti menambah variasi acara, menambah jumlah staff pada saat ramai dan menekankan kepada staff agar lebih ramah kepada konsumen.