

ABSTRAK

Penelitian mengenai penerapan metode *correspondence analysis* dan *importance performance analysis* terhadap persaingan dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP Jember. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis persaingan usaha fotokopi SEP Jember dengan pesaing terdekat, menganalisis persepsi dan harapan konsumen pada fotokopi SEP Jember, serta menganalisis upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen pada fotokopi SEP Jember. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori persaingan bisnis dan kepuasan konsumen. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan desain penelitian eksplanatori. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen fotokopi SEP Jember. Sampel yang digunakan sebanyak 120 responden dengan teknik *purposive sampling*. Alat analisis menggunakan *corresponden analysis* dan *importance performance analysis* dengan *software* SPSS versi 19. Hasil metode *correspondence analysis* menyatakan bahwa terdapat 16 atribut yang berada pada daerah unggul atau memiliki penilaian yang baik bagi konsumen. Selain itu juga terdapat 6 atribut yang termasuk dalam daerah bersaing atau memiliki kualitas yang cukup baik. Sedangkan atribut yang termasuk dalam daerah tertinggal terdapat 2 atribut. Hasil metode *importance performance analysis* menyatakan bahwa terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran I, terdapat 10 atribut yang berada pada kuadran II, terdapat 8 atribut yang berada pada kuadran III, dan terdapat 3 atribut yang berada pada kuadran IV.

Kata kunci: *Marketing Mix 7P, Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis*.

ABSTRACT

Research on the application of correspondence analysis methods and importance performance analysis to competition and customer satisfaction on photocopies of SEP Jember. The purpose of this study was to analyze the business competition of the SEP Jember photocopy with the nearest competitor, analyze consumer perceptions and expectations on the photocopy of SEP Jember, and analyze efforts that could be made to improve competitiveness and customer satisfaction on the photocopy of SEP Jember. The theory used in this study is the theory of business competition and customer satisfaction. Type of quantitative descriptive research with explanatory research design. The population in this study were all consumers photocopying SEP Jember. The sample used was 120 respondents with purposive sampling technique. The analytical tool uses corresponden analysis and importance performance analysis with SPSS version 19. The results of the correspondence analysis method state that there are 16 attributes that are in the superior area or have good ratings for consumers. In addition, there are also 6 attributes that are included in competing areas or that have good quality. While the attributes included in the underdeveloped area are 2 attributes. The result of the importance performance analysis method states that there are 3 attributes that are in quadrant I, there are 10 attributes that are in quadrant II, there are 8 attributes that are in quadrant III, and there are 3 attributes that are in quadrant IV.

Keywords: Mix 7P Maketing, Correspondence Analysis, Importance Performance Analysis.