

ABSTRAK

Bengkel Bonti Mobil adalah salah satu bengkel yang sedang berkembang di Bandung saat ini. Bengkel bonti bertempat di Jalan Holis No.222 Bandung. Bengkel Bonti pertama didirikan tahun 2009 oleh Drs. Duddy Hermawan. Seiring dengan berjalannya waktu, dari bulan Januari 2014 hingga Juli tahun 2015 Bengkel Bonti tidak mencapai target yang ditetapkan. Hal tersebut mungkin diakibatkan karena tingkat loyalitas konsumen yang rendah atau kurang baiknya tingkat performansi bengkel menurut konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap Bengkel Bonti, untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat, serta upaya perbaikan untuk variabel-variabel yang kurang baik pada Bengkel Bonti.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan teori bauran pemasaran yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Physycal Evidence, People, Process, Segmentation, Targetting, dan Positioning*. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan *purposive sampling* pada 2 tahap yang ada. Tahap pertama adalah melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 30 buah. Pertanyaan dalam kuesioner pendahuluan ini berupa pertanyaan mengenai variabel-variabel yang dianggap penting pada saat melakukan *body repair* di bengkel. Tahap kedua kuesioner penelitian disebarkan kepada konsumen Bengkel Bonti yang telah melakukan *body repair* lebih dari 1 kali, sebanyak 110 responden. Dalam kuesioner penelitian, bagian I berisi profil responden dan bagian II berisi tentang variabel yang mewakili tingkat performansi dan tingkat kepentingan Bengkel Bonti menurut konsumen. Kuesioner penelitian ini diuji validitas dan reliabilitas, jika variabel tersebut sudah valid dan reliabel maka data tersebut diolah dengan pengujian regresi berganda dan *Importance Performance Analysis*.

Berdasarkan data yang diolah dengan regresi berganda antara tingkat performansi (variabel X) dan loyalitas konsumen (variabel Y). Penelitian ini memiliki nilai R sebesar 0.856, nilai R^2 sebesar 0.773 dan terdapat 7 variabel yang berpengaruh secara positif terhadap loyalitas konsumen yaitu variabel Kebersihan Bengkel, Harga yang ditawarkan sesuai dengan jasa yang diberikan, Kecepatan dalam proses *body repair*, Kemudahan dalam menemukan lokasi Bengkel Bonti, Kerapihan Karyawan, Kemudahan dalam pembayaran, dan Kebersihan Toilet. Terdapat 1 variabel yang berpengaruh secara negatif terhadap loyalitas konsumen yaitu variabel Fasilitas makanan dan minuman pada ruang menunggu. Berdasarkan pengujian *Importance Performance Analysis*, variabel-variabel yang diuji tidak ada yang memiliki nilai diatas 3 (tingkat performansi yang baik), variabel-variabel tersebut berada dalam kisaran kurang baik dan cukup baik. Sehingga semua variabel yang diteliti harus diperbaiki dan diberikan usulan.

Usulan yang diberikan adalah untuk meningkatkan kualitas jasa yang diberikan, dengan memperbaiki setiap variabel berdasarkan prioritas perbaikan. Usulan yang diberikan seperti membuat beberapa variasi harga dan kualitas yang dihasilkan sehingga konsumen mendapatkan kualitas yang terbaik dengan harga yang baik, dengan memberikan diskon kepada konsumen yang telah 5 kali datang ke Bengkel Bonti sebesar 30%, serta mencari orang yang berpengalaman dalam melakukan proses *Body Repair*.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Barang dan Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Barang	2-1
2.1.2 Pengertian Jasa	2-1
2.1.3 Klasifikasi Jasa	2-1
2.1.4 Perebedaan Barang dan Jasa	2-3
2.2 Pemasaran	2-3
2.2.1 Definisi Pemasaran	2-3
2.2.2 Strategi Pemasaran	2-4
2.2.3 Riset Pemasaran	2-4
2.2.4 Bauran Pemasaran	2-5
2.3 Konsumen	2-7
2.4 Sumber Data	2-8
2.5 Metode Pengumpulan Data	2-9

2.6 Populasi dan Sampel	2-11
2.7 Teknik Sampling	2-11
2.8 Ukuran Sampel	2-14
2.9 Skala Pengukuran	2-15
2.10 <i>Cochran Q Test</i>	2-16
2.11 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-18
2.12 <i>Segmentation, Targetting, dan Positioning</i>	2-22
2.13 Regresi Berganda	2-24
2.14 <i>Importance Performance Analysis(IPA)</i>	2-29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-4
3.2 Studi Pustaka	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 Membuat Rancangan Penelitian	3-6
3.8 Identifikasi Masalah	3-7
3.9 Penentuan Metode Pengumpulan Data	3-10
3.10 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.11 Pengujian Validitas Konstruksi	3-11
3.12 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.13 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.14 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.15 Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel	3-12
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.17 Pengumpulan Data	3-14
3.18 Pengujian Validitas	3-14
3.19 Pengujian Reliabilitas	3-14
3.20 Pengolahan Data	3-16
3.20.1 Uji Regresi Linear Berganda	3-16

3.20.2	IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	3-21
3.21	Analisis	3-23
3.22	Usulan	3-23
3.23	Kesimpulan dan Saran	3-23
BAB 4	PENGUMPULAN DATA	
4.1	Profil Perusahaan	4-1
4.2	Fasilitas	4-3
4.3	Bagan Organisasi Bengkel Bonti Car Specialist	4-4
4.4	<i>Job Description</i>	4-4
4.5	Kuesioner Pendahuluan.....	4-8
4.5.1	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-8
4.6	Kuesioner Penelitian	4-9
BAB 5	PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1	Uji Validitas Konstruksi.....	5-1
5.2	Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2.1	Uji <i>Cochran</i>	5-2
5.2.2	Uji <i>Cochran Q Test</i> dengan menggunakan SPSS	5-7
5.3	Pengolahan Kuesioner Penelitian	5-10
5.3.1	Validitas.....	5-10
5.3.2	Reliabilitas.....	5-12
5.3.3	Pengolahan Data dengan Metode Regresi Berganda.....	5-12
5.3.4	Uji Normalitas	5-14
5.3.5	Uji Heterokedastisitas.....	5-15
5.3.6	Uji Multikolinearitas	5-16
5.3.7	Analisis Determinasi	5-17
5.3.8	Analisis Korelasi Berganda	5-18
5.3.9	Analisis Uji F.....	5-18
5.3.10	Analisis Uji T	5-20
5.3.11	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-22
5.3.12	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-27
5.4	Analisis dan Usulan Prioritas Perbaikan	5-38

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 6-1
6.2 Saran 6-6

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Jumlah Mobil yang datang ke Bengkel Bonti	1-2
2.1	Perbedaan Barang dan Jasa	2-3
3.1	Variabel Penelitian 7P	3-9
3.2	Variabel Loyalitas	3-9
3.3	Variabel STP	3-10
3.4	Pengukuran Skala Likert	3-11
3.5	Tabel Urutan Prioritas	3-23
4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-9
4.2	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4-10
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	4-10
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	4-10
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4-10
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Uang Saku yang Didapatkan	4-11
4.7	Profil Konsumen Berdasarkan Penghasilan yang Didapatkan	4-11
4.8	Profil Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi	4-11
4.9	Profil Konsumen Berdasarkan Mobil Masuk Bengkel	4-11
4.10	Profil Konsumen Berdasarkan Faktor yang Diutamakan	4-12
4.11	Atribut Kuesioner Penelitian Bagian II	4-13
4.12	Rangkuman Jawaban Tingkat Kepentingan Konsumen	4-14
4.13	Rangkuman Jawaban Tingkat Kinerja Konsumen	4-15
4.14	Rangkuman Jawaban Loyalitas Konsumen	4-16
5.1	<i>Uji Cochran Q Test</i> Pertama	5-7
5.2	<i>Uji Cochran Q Test</i> Kedua	5-8
5.3	<i>Uji Cochran Q Test</i> Ketiga	5-9
5.4	Kesimpulan Hasil Validitas	5-10
5.5	Kesimpulan Hasil Reliabilitas	5-12
5.6	Keterangan Variabel Tingkat Performansi dan Loyalitas	5-12

5.7	Keterangan Variabel Tingkat Performansi dan Loyalitas	5-13
5.8	Rangkuman Rata-rata Kepentingan dan Performansi	5-23
5.9	Rangkuman Persentase Jawaban Terbanyak Profil Responden	5-33
5.10	<i>Targeting</i> Hasil Wawancara Pemilik Bengkel Bonti	5-33
5.11	<i>Targeting</i> Usulan untuk Bengkel Bonti	5-34
5.12	Rangkuman Prioritas Usulan 27 Variabel	5-38
5.13	Rangkuman Prioritas Usulan 27 Variabel (Lanjutan)	5-39



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
1.1	Grafik Jumlah Mobil yang datang ke Bengkel Bonti	1-2
2.1	Grafik <i>Chi-Square</i>	2-18
2.2	Matrix IPA	2-29
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	Sistematika Penelitian (Lanjutan)	3-3
3.4	Diagram Rancangan Penelitian	3-6
3.5	Diagram Kuadran IPA	3-22
4.1	Bengkel Bonti tampak depan	4-1
4.2	Bengkel Bonti bagian dalam	4-2
4.3	Bengkel Bonti bagian dalam	4-2
4.4	Ruang Kantor	4-2
4.5	Ruang Menunggu	4-3
4.6	Struktur Organisasi	4-4
5.1	Grafik Pengujian Ke-1	5-3
5.2	Grafik Pengujian Ke-2	5-5
5.3	Grafik Pengujian Ke-3	5-6
5.4	Matrix <i>Importance Performance Analysis</i>	5-24
5.5	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	5-27
5.6	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	5-27
5.7	Profil Konsumen Wilayah / Tempat Tinggal	5-28
5.8	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	5-29
5.9	Profil Konsumen Berdasarkan Penghasilan yang Didapatkan	5-29
5.10	Profil Konsumen Berdasarkan Sumber Informasi	5-30
5.11	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi Kedatangan	5-31
5.12	Profil Konsumen Berdasarkan Faktor yang Diutamakan	5-32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Validitas Konstruksi	L1
2	Validitas Penelitian	L2
3	Reliabilitas Penelitian	L8
4	Data Mentah	L9
5	Tabel Uji F	L11
6	Tabel Uji R	L12
7	Tabel Uji T	L11
8	Kuesioner Pendahuluan	L14
9	Kuesioner Penelitian	L15

