

ABSTRAK

Travel Persada berdiri pada tahun 2010 yang memiliki rute Pekalongan-Yogya, Pekalongan-Solo, dan Pekalongan-Semarang. Jumlah penumpang Travel Persada mengalami penurunan dari tahun 2011-2015 yaitu mencapai 27,66%. Tujuan adanya penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh penumpang dalam memilih travel, untuk menentukan strategi-strategi dan upaya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan jumlah penumpang.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan disusun berdasarkan atribut-atribut dalam pemilihan travel dan penentuan pesaing. Atribut-atribut tersebut berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Penyebaran kuesioner pendahuluan ditujukan kepada responden yang berusia minimal 17 tahun dan menggunakan travel rute Pekalongan-Yogya 2x dalam 1 tahun. Dari hasil kuesioner pendahuluan didapatkan hasil yaitu variabel yang dipentingkan oleh penumpang dalam memilih travel dan diketahui travel yang menjadi pesaing utama bagi Travel Persada yaitu Travel Mawar.

Hasil kuesioner pendahuluan akan dijadikan acuan untuk menyusun kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian terdiri dari 3 bagian yaitu bagian pertama berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mengetahui profil dari penumpang berdasarkan segmentasi. Bagian kedua berisi tingkat kepentingan variabel menurut penumpang dan tingkat kinerja dari Travel Persada. Bagian ketiga berisi peringkat keunggulan dari setiap atribut untuk Travel Persada dan pesaingnya menurut konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*, penyebaran kuesioner penelitian ditujukan pada responden yang berusia minimal 17 tahun, sudah pernah menggunakan Travel Persada 2x dalam 1 tahun dan Travel Mawar 1x dalam 1 tahun, sudah pernah melakukan pemesanan di loket maupun melalui telepon, sudah pernah menunggu di ruang tunggu, membayar travel sendiri dan sudah pernah menggunakan layanan *pool to pool*. Kuesioner penelitian disebarkan kepada 150 responden.

Kuesioner penelitian bagian pertama diolah menggunakan *pie-chart* untuk menentukan target yang akan dituju. Kuesioner penelitian bagian kedua diolah menggunakan Uji Hipotesis dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui puas/tidak puasnya penumpang terhadap variabel tersebut dan untuk mengetahui prioritas perbaikan terhadap setiap variabel. Kuesioner penelitian bagian ketiga diolah menggunakan *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui tingkat keunggulan dari masing-masing variabel pada Travel Persada dan pesaing.

Dari hasil pengolahan data dan analisis didapatkan 37 usulan prioritas. Usulannya antara lain adalah memberikan pelatihan dan seleksi sebelum supir ditugaskan untuk mengantar penumpang, membagi penjemputan penumpang pada sehari sebelum keberangkatan, dan mengatur kembali ruang tunggu dari Travel Persada.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	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 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep dan pengertian Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-2
2.2 Devinisi pemasaran	2-3
2.3 <i>Marketing Mix</i>	2-3
2.4 Konsep <i>Segmenting, Targetting, Positioning</i>	2-4
2.5 Teknik Pengumpulan Data	2-6
2.6 Populasi dan Sampel	2-11
2.7 Teknik Sampling	2-12
2.8 Penentuan Ukuran Sampel	2-15
2.9 Skala Pengukuran dan Tipe Skala Pengukuran	2-16

2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-19
2.11	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-20
2.12	<i>Correspondence Analysis</i>	2-24
2.13	Uji Hipotesis	2-25
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan	2-26

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Medotologi Penelitian	3-1
3.2	Keterangan Metodologi Penelitian	3-4
3.2.1	Mulai	3-4
3.2.2	Studi Pendahuluan	3-4
3.2.3	Identifikasi Masalah	3-4
3.2.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.2.5	Perumusan Masalah	3-5
3.2.6	Tujuan penelitian	3-5
3.2.7	Studi Pustaka	3-5
3.2.8	Identifikasi Variabel Penelitian	3-6
3.2.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-8
3.2.10	Validitas Konstruk	3-10
3.2.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.2.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.2.13	Revisi Kuesioner Penelitian	3-11
3.2.14	Penentuan Jumlah Responden Kuesioner Penelitian	3-11
3.2.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.16	Penguji Validasi	3-12
3.2.17	Penguji Reabilitas	3-13
3.2.18	Pengolahan Data	3-14
3.2.19	Analisis dan Usulan	3-21
3.2.20	Kesimpulan dan Saran	3-22
3.2.21	Selesai	3-22

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	4-2
4.1.3	<i>Job Description</i>	4-2
4.2	Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.3	Kuesioner Penelitian	4-6
4.3.1.	Kuesioner Penelitian Bagian 1 (Profil Penumpang)	4-6
4.3.2.	Kuesioner Penelitian Bagian 2 (Tingkat Kepentingan & Tingkat Kinerja)	4-12
4.3.3.	Kuesioner Penelitian Bagian 3 (Tingkat keunggulan)	4-14

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Validitas Konstruk	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3	Variabel Penelitian yang Terpilih	5-4
5.4	Variabel Penelitian yang Tidak Terpilih.....	5-6
5.5	Pengujian Validitas dan Reabilitas	5-8
5.6	Hasil Pengolahan Data Profil Responden	5-13
5.7	<i>Targeting</i>	5-31
5.8	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-31
5.9	<i>Positioning</i>	5-37
5.10	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-38
5.11	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-42
5.12	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , Uji Hipotesis Ketidakpuasan, dan <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-47
5.13	Usulan	5-52

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-12

DAFTAR PUSTAKA

xviii

LAMPIRAN

DATA PENULIS



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Jumlah penumpang 2010-2014	1-2
Tabel 3.1	Variabel Segmentasi	3-6
Tabel 3.2	Variabel penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P	3-7
Tabel 3.3	Variabel penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P (Lanjutan)	3-7
Tabel 3.4	Usulan Prioritas Perbaikan	3-21
Tabel 4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-5
Tabel 4.3	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan Pesaing	4-5
Tabel 4.4	Usia Responden	4-6
Tabel 4.5	Pekerjaan Responden	4-6
Tabel 4.6	Lokasi Tempat Tinggal Responden	4-7
Tabel 4.7	Berapa kali dalam 1 Tahun Menggunakan Travel Persada	4-7
Tabel 4.8	Menggunakan Travel Persada dengan siapa	4-7
Tabel 4.9	Jumlah Orang Bersama	4-7
Tabel 4.10	Uang saku Responden	4-8
Tabel 4.11	Pendapatan Responden	4-8
Tabel 4.12	Alasan Utama memilih Travel Persada	4-8
Tabel 4.13	Alasan Utama Memilih Travel Mawar	4-8
Tabel 4.14	Alasan Memakai Travel	4-9
Tabel 4.15	Info Mengetahui Travel Persada	4-9
Tabel 4.16	Media Sosial yang sering Digunakan	4-9
Tabel 4.17	Biasanya Kapan Memakai Travel	4-9
Tabel 4.18	Biasanya Bulan Apa Memakai Travel	4-10
Tabel 4.19	Pengetahuan Promo Saat Ini	4-10
Tabel 4.20	Pernah Menukarkan Promo Saat Ini	4-10
Tabel 4.21	Bersedianya Untuk Menerima Pesan Promosi Melalui Media Sosial	4-10

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.22	Media Sosial yang Ingin Digunakan Untuk Dikirimkan Promosi	4-11
Tabel 4.23	Adanya Sistem Pembayaran Debit/Kredit	4-11
Tabel 4.24	Kartu Kredit yang Digunakan	4-11
Tabel 4.25	Ringkasan tingkat kepentingan	4-12
Tabel 4.26	Ringkasan tingkat Kinerja Travel Persada	4-13
Tabel 4.27	Ringkasan Tingkat keunggulan Travel Persada	4-14
Tabel 4.28	Fasilitas yang Diinginkan di dalam Mobil	4-15
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Persentase	5-2
Tabel 5.2	Hasil Pengolahan Persentase Yang Diterima	5-3
Tabel 5.3	Hasil Pengolahan Persentase Yang Ditolak	5-4
Tabel 5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-8
Tabel 5.5	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-9
Tabel 5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-10
Tabel 5.7	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-11
Tabel 5.8	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-12
Tabel 5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja	5-13
Tabel 5.10	Skor keunggulan Tiap variabel Travel	5-32
Tabel 5.11	Peringkat Tiap Variabel Travel	5-35
Tabel 5.12	Keunggulan Travel Persada	5-36
Tabel 5.13	Ketidakeunggulan Travel Persada	5-36
Tabel 5.14	Uji Hipotesis	5-39
Tabel 5.15	Variabel Puas	5-41
Tabel 5.16	Variabel Tidak Puas	5-41
Tabel 5.17	Nilai Rata-rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	5-42
Tabel 5.18	Variabel Skala Prioritas Perbaikan	5-48
Tabel 6.1	Keunggulan Travel Persada	6-7
Tabel 6.2	Ketidakeunggulan Travel Persada	6-7
Tabel 6.3	Variabel Puas	6-8

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 6.4	Variabel Tidak Puas	6-8
Tabel 6.5	Usulan Strategi Pemasaran	6-10
Tabel 6.6	Usulan Strategi Pemasaran (Lanjutan)	6-11



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-12
Gambar 2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-27
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 1)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
Gambar 3.4	Wilayah Kritis Uji Z	3-17
Gambar 3.5	Diagram Kartesius	3-18
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	4-2
Gambar 5.1	Travel yang Paling Sering Digunakan	5-7
Gambar 5.2	Persentase Usia	5-13
Gambar 5.3	Persentase Pekerjaan	5-14
Gambar 5.4	Persentase Lokasi Tempat Tinggal	5-15
Gambar 5.5	Persentase Penggunaan Travel Persada dalam 1 Tahun	5-16
Gambar 5.6	Persentase Bersama dengan Siapa Menggunakan Travel Persada	5-17
Gambar 5.7	Persentase Jumlah Orang yang Bersama	5-18
Gambar 5.8	Persentase Uang saku Per Bulan (Pelajar/Mahasiswa)	5-18
Gambar 5.9	Persentase Pendapatan Perbulan	5-19
Gambar 5.10	Persentase Alasan Utama Memilih Travel Persada	5-20
Gambar 5.11	Persentase Alasan Utama Memilih Travel Mawar	5-21
Gambar 5.12	Persentase Tujuan Memakai Travel	5-22
Gambar 5.13	Persentase Info Mengetahui Travel Persada	5-22
Gambar 5.14	Persentase Media Sosial yang Sering Digunakan	5-23
Gambar 5.15	Persentase Kapan Biasanya Memakai Travel	5-24
Gambar 5.16	Persentase Bulan yang Biasanya Memakai Travel	5-25
Gambar 5.17	Persentase Pengetahuan Promo Saat Ini	5-26
Gambar 5.18	Persentase Pernah Menukarkan Promo Saat Ini	5-26

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.19	Persentase Bersedianya menerima Promo Melalui Media Sosial	5-27
Gambar 5.20	Persentase Media Sosial yang Diinginkan Untuk Menerima Pesan Promosi	5-28
Gambar 5.21	Persentase Sistem pembayaran Debit/Kredit	5-29
Gambar 5.22	Persentase Kartu Debit/Kredit yang Digunakan	5-30
Gambar 5.23	Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-34
Gambar 5.24	Wilayah Kritis	5-40
Gambar 5.25	Grafik <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-43
Gambar 5.26	Ruangan Aktual	5-54
Gambar 5.27	Ruangan Usulan	5-55
Gambar 5.28	Kursi dan Meja Usulan	5-55
Gambar 5.29	Rumah Makan NIKKI	5-58



DAFTAR LAMPIRAN

No Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	1
2	Kuesioner Pendahuluan	2
3	Kuesioner Penelitian	3
4	Tabel-tabel	4
5	Berita Acara	5

