

ABSTRAK

Raka Travel terletak di Jl. Belitung No.4 Merdeka Bandung. Perusahaan ini berdiri pada bulan Agustus 2009. Raka Travel memiliki rata-rata jumlah penumpang sebanyak 2100 orang per bulan. Rata-rata jumlah penumpang tersebut mengalami penurunan menjadi sekitar 1300 orang per bulan yang disebabkan oleh munculnya pesaing yang membuka usaha sejenis. Penurunan jumlah penumpang dari bulan april 2015 sampai bulan Maret 2017 yaitu sebesar 37.90%. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih jasa transportasi jenis travel, untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran dan upaya-upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Raka Travel untuk dapat meningkatkan jumlah penumpang dan meningkatkan kemampuan daya saing dengan usaha transportasi jenis travel lainnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan juga penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel yang dipentingkan konsumen dalam pemilihan transportasi jenis travel yang mengacu pada *Segmentation, Targetting, dan Positioning*, serta konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Pesaing dari Raka Travel sudah ditentukan sebelumnya yaitu *M'GO Shuttle Premium*.

Kuesioner penelitian terdapat 46 variabel dan terdiri dari 3 bagian yaitu untuk mengetahui profil responden dan perilaku konsumen yang digunakan sebagai informasi dalam melakukan analisis *Segmentation, Targetting, dan Positioning*. Teknik *sampling* yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah Teknik *Purposive Sampling* dan kuesioner dibagikan kepada 120 responden dengan kriteria responden yang pernah menggunakan jasa Raka Travel dan *M'GO Shuttle Premium* minimal sebanyak 3 kali dan memiliki usia diatas 17 tahun. Hasil jawaban dari kuesioner penelitian akan diolah menggunakan metode *Correspondence Analysis (CA)* untuk menilai keunggulan tiap variabel antara Raka Travel dan pesaing menurut konsumen, *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap tingkat performansi yang dilakukan oleh perusahaan, metode Uji Hipotesis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel tersebut serta analisis *Segmentation, Targeting, Positioning*.

Hasil dari metode IPA adalah 10 variabel di kuadran 1, 18 variabel di kuadran 2, 8 variabel di kuadran 3, dan 10 variabel di kuadran 4. Hasil dari metode CA adalah 21 variabel berada di posisi unggul dan 25 variabel berada di posisi tidak unggul. Hasil dari Uji Hipotesis adalah 22 variabel yang dianggap puas oleh konsumen dan 24 variabel tidak puas. Hasil dari ketiga metode tersebut digabungkan untuk mengurutkan prioritas perbaikan berdasarkan metode CA, IPA, dan Uji Hipotesis.

Usulan targeting dalam penelitian ini adalah jenis pekerjaan pegawai atau karyawan, berdomisili di kota Serang, kisaran harga yang diharapkan konsumen Rp. 100.000 - Rp. 125.000, dan berpenghasilan $\text{Rp } 1.500.000 < \text{pendapatan} \leq \text{Rp } 3.000.000$. *Positioning* usulan adalah "*We Provide Quality Not Quantity*" dimana Raka Travel memberikan kualitas pelayanan yang baik untuk kepuasan konsumen. Beberapa usulan yang diberikan kepada Raka Travel adalah ruangan didalam mobil selalu bersih, menyediakan layanan *door to door*, menyediakan makanan dan minuman, menyediakan fasilitas internet *Wifi* didalam mobil, dan lain lain.

DAFTAR ISI

COVER	
LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-4
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-4
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-4
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-5
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.5 Populasi dan Sampel	2-10
2.5.1 Populasi	2-10
2.5.2 Sampel	2-10
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-10

2.7	Teknik Sampling.....	2-11
2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-12
2.7.2	<i>Nonprobability Sampling</i>	2-12
2.8	Tipe Data Berskala.....	2-13
2.9	Skala Pengukuran	2-15
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.11	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-18
2.11.1	Pengujian Validitas Internal	2-18
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal	2-19
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-20
2.13	<i>Correspondence Analysis</i>	2-21
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performasi Pelanggan	2-22
2.15	Uji Hipotesis	2-25
 BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Mulai	3-4
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-4
3.3	Identifikasi Masalah	3-4
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.5	Perumusan Masalah.....	3-5
3.6	Tujuan penelitian.....	3-5
3.7	Studi Pustaka	3-6
3.8	Menentukan Model Penelitian.....	3-6
3.8.1	Konsep Bauran Pemasaran (7P)	3-6
3.9	Konsep <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	3-9
3.10	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.11	Uji Validasi Konstruk.....	3-12
3.12	Penentuan Unit Sampling.....	3-12
3.13	Penentuan Teknik Sampling.....	3-12
3.14	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.15	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-13
3.16	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-13

3.17	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-14
3.18	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-15
3.19	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	3-16
3.20	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-17
3.21	Pengolahan Data dan Analisis	3-18
3.24.1	Metode <i>Coresspondence Analysis</i>	3-19
3.24.2	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	3-20
3.24.3	Metode Uji Hipotesis.....	3-22
3.22	Keterkaitan metode <i>Coresspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dan Uji Hipotesis	3-23
3.23	Analisis Pengolahan Data.....	3-25
3.24	Usulan.....	3-25
3.25	Kesimpulan dan Saran.....	3-26
3.26	Selesai.....	3-26
 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.....	4-6
4.3	Kuesioner Penelitian.....	4-8
4.3.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-8
4.3.2	Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-12
4.3.3	Kuesioner Penelitian Bagian 3	4-14
 BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS		
5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3	Variabel-variabel Penelitian yang Terpilih	5-5
5.4	Variabel-variabel Penelitian yang Tidak Terpilih	5-6
5.5	Pengujian Validitas dan Reabilitas Kuesioner	5-6

5.6	<i>Segmentation</i>	5-13
5.7	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kepentingan.....	5-28
5.8	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Kinerja	5-30
5.9	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-31
5.10	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-40
5.11	Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-46
5.12	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-49
5.13	<i>Targetting</i>	5-51
5.14	<i>Positioning</i>	5-52
5.15	Usulan.....	5-53
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-15
DAFTAR PUSTAKA		xvi
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Penurunan Jumlah Penumpang Jurusan Bandung-Merak	1-2
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-14
Tabel 3.1	Kuesioner Pendahuluan	3-15
Tabel 3.2	Keterkaitan antara CA, IPA, dan Uji Hipotesis	3-24
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-7
Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-8
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	4-8
Tabel 4.3	Domisili Responden	4-8
Tabel 4.4	Jenis Pekerjaan Responden	4-8
Tabel 4.5	Uang Saku / Bulan Responden	4-9
Tabel 4.6	Pendapatan / Bulan Responden	4-9
Tabel 4.7	Frekuensi Responden menggunakan jasa Raka Travel dalam 6 bulan	4-9
Tabel 4.8	Kisaran Harga yang diharapkan Responden	4-9
Tabel 4.9	Alasan Utama Responden memilih Raka Travel	4-9
Tabel 4.10	Tujuan Responden menggunakan Raka Travel	4-10
Tabel 4.11	Responden menggunakan Raka Travel Bersama	4-10
Tabel 4.12	Responden Mendapatkan Informasi mengenai Raka Travel Dari	4-10
Tabel 4.13	Media Sosial yang Digunakan Responden	4-10
Tabel 4.14	Harapan Responden terhadap Ketersediaan Layanan <i>Door to Door</i>	4-10
Tabel 4.15	Harapan Responden terhadap Ketersediaan Makanan dan Minuman	4-11
Tabel 4.16	Harapan Responden terhadap Ketersediaan Fasilitas Internet Wifi dalam Mobil	4-11
Tabel 4.17	Jenis Promosi yang Diinginkan Responden	4-11
Tabel 4.18	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian ke 2 Tingkat Kepentingan	4-12
Tabel 4.19	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian ke 2 Tingkat Kinerja	4-13

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.20	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Peringkat Keunggulan	4-14
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan Keseluruhan	5-3
Tabel 5.2	Variabel-variabel yang Dijadikan Kuesioner Penelitian	5-4
Tabel 5.2	Variabel-variabel yang Dijadikan Kuesioner Penelitian	5-5
Tabel 5.3	Variabel-variabel yang Ditolak dan Dihilangkan	5-6
Tabel 5.4	Hasil Uji Validitas (Tingkat Kepentingan)	5-7
Tabel 5.5	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Kepentingan)	5-8
Tabel 5.6	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-9
Tabel 5.7	Hasil Uji Validitas (Tingkat Performansi)	5-10
Tabel 5.8	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis (Tingkat Performansi)	5-11
Tabel 5.9	Output SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Performansi	5-12
Tabel 5.10	Rata-rata Tingkat Kepentingan Keseluruhan Variabel	5-28
Tabel 5.11	Perhitungan rata-rata Tingkat Kepentingan Variabel No. 5	5-29
Tabel 5.12	Rata-rata Tingkat Performansi Keseluruhan Variabel	5-30
Tabel 5.13	Perhitungan rata-rata Tingkat Performansi Variabel No. 5	5-31
Tabel 5.14	Hasil Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-33
Tabel 5.15	Hasil Perhitungan Jarak Metode <i>Correspondence Analysis</i>	5-38
Tabel 5.16	Variabel-Variabel Keunggulan dari Raka Travel	5-39
Tabel 5.17	Variabel-Variabel Tidak Unggul dari Raka Travel	5-40
Tabel 5.18	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-41
Tabel 5.19	Variabel-variabel Kuadran 1	5-44
Tabel 5.20	Variabel-variabel Kuadran 2	5-44
Tabel 5.21	Variabel-variabel Kuadran 3	5-45
Tabel 5.22	Variabel-variabel Kuadran 4	5-45
Tabel 5.23	Tabel Hasil Uji Hipotesis	5-47
Tabel 5.24	Variabel-variabel Konsumen Puas	5-48
Tabel 5.25	Variabel-variabel Konsumen Tidak Puas	5-48
Tabel 5.26	Hasil Analisa Gabungan	5-50
Tabel 5.26	Hasil Analisa Gabungan	5-51

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Data Penurunan Jumlah Penumpang	1-3
Gambar 2.1	Teknik <i>Sampling</i>	2-11
Gambar 2.2	Diagram Kuadran Metode IPA	2-24
Gambar 2.3	Wilayah Kritis Uji Z	2-26
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-3
Gambar 3.4	Diagram Kuadran Metode IPA	3-23
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
Gambar 5.1	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-13
Gambar 5.2	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Pekerjaan	5-13
Gambar 5.3	Grafik <i>Pie Chart</i> Domisili	5-14
Gambar 5.4	Grafik <i>Pie Chart</i> Uang Saku per Bulan	5-15
Gambar 5.5	Grafik <i>Pie Chart</i> Pendapatan per Bulan	5-16
Gambar 5.6	Grafik <i>Pie Chart</i> Frekuensi Menggunakan Jasa Raka Travel	5-17
Gambar 5.7	Grafik <i>Pie Chart</i> Kisaran Harga yang Diharapkan	5-18
Gambar 5.8	Grafik <i>Pie Chart</i> Alasan Utama memilih Raka Travel	5-19
Gambar 5.9	Grafik <i>Pie Chart</i> Tujuan Menggunakan Raka Travel	5-20
Gambar 5.10	Grafik <i>Pie Chart</i> Menggunakan Jasa Raka Travel Bersama	5-21
Gambar 5.11	<i>Pie Chart</i> Mendapatkan Informasi mengenai Raka Travel Dari	5-22
Gambar 5.12	Grafik <i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Digunakan	5-23
Gambar 5.13	Grafik <i>Pie Chart</i> Harapan Konsumen akan Ketersediaan Layanan <i>Door To Door</i>	5-24
Gambar 5.14	Grafik <i>Pie Chart</i> Harapan Konsumen akan Ketersediaan Makanan dan Minuman selama Perjalanan	5-25
Gambar 5.15	Grafik <i>Pie Chart</i> Harapan Konsumen akan Ketersediaan Fasilitas Wifi didalam Mobil	5-26
Gambar 5.16	Grafik <i>Pie Chart</i> Jenis Promosi yang Diinginkan	5-27
Gambar 5.17	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i>	5-36

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.18	Hasil Output SPSS <i>Correspondence Analysis</i> Untuk Perhitungan Jarak	5-37
Gambar 5.19	Gambar <i>Scatter Plot</i> Program SPSS	5-43
Gambar 5.20	<i>Scatter Plot</i> Program SPSS dengan Kepentingan dan Performansi = 3	5-44
Gambar 5.21	Grafik Wilayah Kritis H_0	5-49
Gambar 5.22	Hasil <i>Speedtest</i> jaringan internet di kantor Raka Travel	5-54
Gambar 5.23	Hasil <i>Speedtest</i> jaringan internet di kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-55
Gambar 5.24	Kondisi Toilet di <i>Pool</i> Raka Travel	5-59
Gambar 5.25	Kondisi Toilet di <i>Pool M'GO Shuttle Premium</i>	5-60
Gambar 5.26	Facebook <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-61
Gambar 5.27	Instagram <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-62
Gambar 5.28	Wastafel di <i>pool M'GO Shuttle Premium</i>	5-63
Gambar 5.29	Kendaraan yang Digunakan Raka Travel	5-64
Gambar 5.30	Kendaraan yang Digunakan <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-65
Gambar 5.31	Air Mineral yang diberikan oleh <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-66
Gambar 5.32	Usulan Ukuran Air Mineral	5-67
Gambar 5.33	Toilet di kantor Raka Travel	5-70
Gambar 5.34	Toilet di kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-71
Gambar 5.35	Wastafel di kantor Raka Travel	5-73
Gambar 5.36	Wastafel di kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-73
Gambar 5.37	Sabun Cuci Tangan Usulan	5-74
Gambar 5.38	Kursi Tunggu di kantor Raka Travel	5-75
Gambar 5.39	Kursi Tunggu di kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-76
Gambar 5.40	Kursi tunggu didalam <i>pool</i> Raka Travel	5-76
Gambar 5.41	Kursi tunggu didalam <i>pool M'GO Shuttle Premium</i>	5-77
Gambar 5.42	Lahan parkir Raka Travel	5-78
Gambar 5.43	Lahan parkir <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-78
Gambar 5.44	Lahan parkir Usulan untuk Raka Travel (Kopi Euy)	5-79

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 5.45	Contoh <i>Pamflet M'GO Shuttle Premium</i>	5-79
Gambar 5.46	Lahan parkir di Kantor Raka Travel	5-81
Gambar 5.47	Lahan parkir di kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-82
Gambar 5.48	Lahan parkir Usulan di Kantor Raka Travel (Kopi Euy)	5-82
Gambar 5.49	Mesin EDC di Kantor Raka Travel	5-83
Gambar 5.50	Mesin EDC di Kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-84
Gambar 5.51	Kabin Mobil yang Digunakan Raka Travel	5-85
Gambar 5.52	Kabin Mobil yang Digunakan <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-85
Gambar 5.53	Contoh Bantal Kecil yang Diusulkan	5-86
Gambar 5.54	<i>Instagram</i> yang Digunakan <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-87
Gambar 5.55	Ruang Kantor di <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-89
Gambar 5.56	Suasana Ruang Tunggu di <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-92
Gambar 5.57	Papan Nama Raka Travel	5-93
Gambar 5.58	Papan Nama <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-93
Gambar 5.59	Ruang Tunggu didalam <i>Pool</i> Raka Travel	5-95
Gambar 5.60	Ruang Tunggu didalam <i>Pool M'GO Shuttle Premium</i>	5-95
Gambar 5.61	Ruang kantor <i>M'GO Shuttle Premium</i>	5-97
Gambar 5.62	Penyejuk Ruangan di Kantor Raka Travel	5-100
Gambar 5.63	Ruang Tunggu didalam <i>Pool</i> Raka Travel	5-101
Gambar 5.64	Ruang Tunggu didalam <i>Pool M'GO Shuttle Premium</i>	5-101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1	Form Validitas Konstruk	L-1
Lampiran 2	Kuesioner Pendahuluan	L-2
Lampiran 3	Kuesioner Penelitian	L-3
Lampiran 4	Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	L-4
Lampiran 5	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	L-5
Lampiran 6	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja	L-6
Lampiran 7	Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian Tingkat Keunggulan	L-7
Lampiran 8	Berita Acara Seminar Proposal	L-8
Lampiran 9	Berita Acara Seminar Isi	L-9
Lampiran 10	Lembar Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L-10
Lampiran 11	Tabel Nilai r	L-11
Lampiran 12	Tabel Nilai Z	L-12
Lampiran 13	Form Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir	L-13