

ABSTRAK

Bengkel Bintang Terang merupakan salah satu bengkel yang berlokasi di Jalan Cijerah N0. 34 PAL Tiga, Bandung. Bengkel ini berdiri pada tahun 2014 bergerak dalam bidang penjualan *sparepart*, penggantian oli dan *service*. Bengkel Bintang Terang memiliki pendapatan perbulan sebesar Rp 15.000.000. Setelah melakukan survey dan wawancara dengan pemilik bengkel Bintang Terang, permasalahan yang terjadi saat ini terdapat permasalahan penurunan pendapatan menjadi Rp 13.000.000 per bulannya. Penelitian bertujuan untuk mengetahui hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam melakukan ganti oli, *sparepart* dan *service*, mengetahui tingkat kinerja bengkel Bintang Terang pada saat ini, menentukan *Segmentation*, *Targetting*, dan *Positioning*, mengetahui strategi bisnis apa yang sebaiknya dilakukan, serta mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari bengkel Bintang Terang dan memberikan usulan strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan.

Variabel penelitian disusun berdasarkan segmentasi, bauran pemasaran 7P yaitu (*Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, *Process*, dan *Physical Evidence*). Kemudian dilakukan penyebaran kuesioner pendahuluan kepada 50 responden dan diolah menggunakan persentase, jika $\geq 50\%$ variable dianggap penting dan jika $< 50\%$ variable dianggap tidak penting setelah itu variable yang lolos uji dilanjutkan ke kuesioner penelitian. Kuesioner penelitian berisi pertanyaan tentang profil responden, tingkat kepentingan, tingkat kinerja dan keunggulan dari pesaing. Kuesioner disebarkan sebanyak 120 kuesioner dengan metode *purposive sampling* kepada responden yang pernah menggunakan jasa bengkel Bintang Terang minimal 3 kali dan berumur minimal 17 tahun.

Pengolahan data akan dilakukan dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)* dan *Uji Hipotesis*. Hasil CA didapatkan 27 variabel unggul dan 17 variabel tidak unggul. Hasil IPA didapatkan 6 variabel untuk perbaikan utama, 9 variabel untuk perbaikan kedua, 18 variabel untuk perbaikan ketiga dan 11 variabel untuk perbaikan keempat. Hasil Uji Hipotesis didapatkan 26 variabel puas dan 18 variabel tidak puas. Penggabungan hasil dari ketiga metode tersebut akan menghasilkan prioritas perbaikan yang mendasari usulan strategi pemasaran bagi Perusahaan.

Hasil dari *targeting* untuk bengkel Bintang terang yaitu tinggal di Bandung Barat, usia 25-40 tahun, wiraswasta dan pegawai, penghasilan rentang $< \text{Rp } 2.500.000$ dan rentang $\text{Rp } 2.500.000 - \text{Rp } 5.000.000$, jenis oli yang digunakan Oli *Castrol* dan Oli *Federal*, Tujuan datang ke bengkel melakukan *service* kecil dan melakukan penggantian oli.

Usulan yang diberikan untuk bengkel Bintang Terang adalah menambahkan jenis *sparepart*, memberikan kemudahan garansi *sparepart*, menyediakan kejelasan daftar harga oli dan menambah alternatif cara pembayaran. *Positioning* yang diberikan untuk jasa adalah mempertahankan kelengkapan merek oli yang sudah ada, mempertahankan kelengkapan peralatan untuk *service*, mempertahankan kualitas *service* kendaraan, mempertahankan ketelitian mekanik dalam melakukan penggantian *sparepart*. Maka usulan *tag line* untuk memperkuat *Positioning* yang diusulkan bengkel Bintang Terang “kualitas *service* dan penggantian oli yang baik dengan harga yang terjangkau”.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
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>	2-3
2.3.1 <i>Segmentation</i>	2-3
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-3
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-4
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-4
2.5 Populasi dan Sampel	2-7
2.5.1 Populasi.....	2-7
2.5.2 Sampel.....	2-8
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-8

2.7	Teknik <i>Sampling</i>	2-9
2.7.1	<i>Probability Sampling</i>	2-9
2.7.2	<i>Non-probability sampling</i>	2-10
2.8	Skala Pengukuran	2-11
2.9	Tipe Skala Pengukuran	2-12
2.10	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-15
2.11	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.11.1	Pengujian Validitas Konstruksi	2-16
2.11.2	Pengujian Validitas Eksternal	2-17
2.12	Pengujian Reliabilitas Instrument	2-18
2.13	<i>Correspondence Analysis</i>	2-20
2.14	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja	2-21
2.15	Uji Hipotesis	2-23
 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	3-5
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
3.9	Konsep Bauran Pemasaran (7P)	3-7
3.10	Konsep <i>Segmenting, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	3-10
3.11	Menentukan Variabel Penelitian	3-12
3.12	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.13	Uji Validasi Konstruksi	3-12
3.14	Penentuan Unit Sampling	3-13
3.15	Penentuan Teknik Sampling	3-13
3.16	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-13

3.17	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-14
3.18	Revisi Kuesioner.....	3-14
3.19	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.20	Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-16
3.21	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-17
3.22	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-17
3.23	Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-18
3.24	Pengumpulan Data	3-19
3.25	Pengolahan Data	3-19
3.26	Metode <i>Correspondance Analysis</i>	3-19
3.27	Metode <i>Important Performance Analysis</i>	3-20
3.28	Uji Hipotesis	3-22
3.29	Keterkaitan metode CA, IPA dan Uji Hipotesis	3-24
3.30	Analisis Pengolahan Data	3-24
3.31	Usulan	3-25
3.32	Kesimpulan dan Saran	3-26
3.33	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	4-1
4.1.3	Tugas Wewenang dan Tanggung Jawab	4-2
4.2	Kuesioner	4-2
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2	Kuesioner Penelitian	4-4

BAB 5 PENGOLAHAN DATA

5.1	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Validitas Konstruk	5-3
5.3	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-5

5.4	Pengolahan Data Profil Responden	5-11
5.5	Rangkuman <i>Segmentation</i> dan <i>Targeting</i>	5-20
5.6	<i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5-22
5.7	<i>Importance Performance Analysis</i> (IPA).....	5-28
5.8	Uji Hipotesis	5-33
5.9	Analisis Gabungan <i>Correspondence Analysis</i> (CA), <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA), dan Uji Hipotesis	5-36
5.10	<i>Positioning</i>	5-37
5.11	Usulan	5-39
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		
6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-11
DAFTAR PUSTAKA		xvi
LAMPIRAN		
DATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pendapatan	1-2
3.1	Variabel Segmentasi.....	3-11
3.2	Analisis Gabunga CA, IPA dan Uji Hipotesis	3-10
4.1.	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-4
4.3.	Hasil Data Pesaing Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.4.	Hasil Kuesioner Rangking	4-5
4.5.	Jenis Kelamin.....	4-6
4.6.	Usia.....	4-6
4.7.	Status	4-6
4.8.	Domisili.....	4-6
4.9.	Uang Saku	4-7
4.10.	Penghasilan.....	4-7
4.11.	Frekuensi Kedatangan	4-7
4.12.	Alasan Memilih Bengkel.....	4-7
4.13.	Tujuan Datang Ke Bengkel	4-8
4.14.	Sumber Informasi.....	4-8
4.15.	Budget Yang Disiapkan	4-8
4.16.	Media Sosial Yang Digunakan.....	4-8
4.17.	Merek Oli	4-8
4.18.	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kepentingan	4-9
4.19.	Hasil Kuesioner Penelitian Tingkat Kinerja.....	4-10
5.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	5-2
5.3	Hasil Data Pesaing	5-2
5.4	Variabel Yang Digunakan Dalam Penelitian	5-4
5.5	Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-5

5.6	Hasil Perbandingan Variabel Kepentingan Nilai r dengan nilai Tabel r	5-7
5.7	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-8
5.8	Hasil SPSS Uji Validitas Tingkat Performansi	5-8
5.9	Hasil Perbandingan Variabel Kinerja Nilai r dengan nilai Tabel r	5-10
5.10	Hasil SPSS Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-11
5.11	Segmentasi	5-20
5.12	Segmentasi (lanjutan)	5-21
5.13	Hasil Rangkuman Persaingan Perusahaan	5-23
5.14	Jarak Bengkel Bintang Terang Dan Bengkel Samudra	5-25
5.15	Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-26
5.16	Variabel Unggul Bengkel Bintang terang	5-27
5.17	Variabel Tidak Unggul Bengkel Bintang Terang	5-28
5.18	Hasil Rangkuman Rata-Rata Tingkat Kepentingan Dan Kinerja..	5-29
5.19	Variabel Kuadran I IPA	5-31
5.20	Variabel Kuadran II IPA	5-32
5.21	Variabel Kuadran III IPA	5-32
5.22	Variabel Kuadran IV IPA	5-33
5.23	Hasil Uji Hipotesi	5-33
5.24	Hasil Uji Hipotesis (lanjutan)	5-34
5.25	Analisis Gabungan CA, IPA Dan Uji Hipotesis	5-36
5.26	Analisis Gabungan CA, IPA Dan Uji Hipotesis (lanjutan)	5-37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pendapatan	1-2
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Diagram Kartesius IPA	2-22
2.3	Wilayah Kritis	2-24
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan 2)	3-3
3.4	Diagram Kuadran IPA.....	3-21
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-11
5.2	<i>Pie Chart</i> Usia.....	5-12
5.3	<i>Pie Chart</i> Status	5-12
5.4	<i>Pie Chart</i> Domisili	5-13
5.5	<i>Pie Chart</i> Uang Saku.....	5-14
5.6	<i>Pie Chart</i> Penghasilan.....	5-14
5.7	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Kedatangan	5-15
5.8	<i>Pie Chart</i> Alasan Memilih Bengkel	5-16
5.9	<i>Pie Chart</i> Tujuan Ke Bengkel.....	5-16
5.10	<i>Pie Chart</i> Sumber Informasi	5-17
5.11	<i>Pie Chart</i> Budget Yang Disiapkan.....	5-18
5.12	<i>Pie Chart</i> Media Sosial	5-18
5.13	<i>Pie Chart</i> Merek Oli.....	5-19
5.14	Grafik <i>Row and Colums Scores CA</i>	5-24
5.15	Grafik IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5-30
5.16	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-35
5.17	<i>Sparepart</i> Kendaraan Bermotor	5-41
5.18	<i>Service</i> Kendaraan Bermotor	5-42

5.19	Penyimpanan Oli	5-54
5.20	Penggantian Oli	5-56
5.21	Peralatan <i>Service</i> Kendaraan.....	5-57
5.22	Variasi Jenis Oli	5-60

