

## ABSTRAK

Toko “X” merupakan Toko yang bergerak dalam bidang usaha *sparepart* yang terletak di Gorontalo bagian Selatan. Masalah yang dihadapi oleh toko “X” ini adalah penurunan penjualan sebesar 35.58% dari tahun 2013 hingga tahun 2017. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat untuk membeli *spare part* mobil, mengetahui kinerja, tingkat kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap Toko “X”, mengetahui faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Toko “X”, mengetahui strategi bauran pemasaran, *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang seharusnya dilakukan oleh Toko “X” dalam meningkatkan omset penjualan Toko “X”

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi langsung, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Adapun teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dibagi menjadi dua bagian yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan disebarkan kepada 30 responden untuk menentukan variabel yang dianggap penting atau tidak penting. Setelah melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan, kuesioner penelitian akan disebarkan kepada 110 responden yang disusun menjadi 3 bagian yaitu untuk mengetahui profil responden, tingkat kepentingan dan kinerja Toko “X”, serta tingkat loyalitas konsumen.

Pengolahan data yang dilakukan adalah dengan menguji validitas dan reliabilitas tingkat kepentingan dan kinerja dari Toko “X” menggunakan SPSS 20. Variabel kinerja yang valid kemudian akan dilanjutkan dengan pengolahan data menggunakan metode regresi linier berganda untuk mengetahui variabel independen (kinerja) apa saja yang mempengaruhi variabel dependen (loyalitas konsumen). *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengetahui perbandingan dari tingkat kepentingan konsumen terhadap kinerja Toko “X”. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan nilai kepentingan dan kinerja Toko “X”.

Hasil yang didapat dari analisis regresi linier berganda adalah  $R^2$  sebesar 60%. Berdasarkan hasil regresi linier berganda terdapat 7 variabel independen (kinerja) yang berpengaruh terhadap variabel dependen (loyalitas). Hasil *Importance Performance Analysis* terdapat 8 variabel yang harus menjadi fokus perbaikan, 5 variabel yang perlu dipertahankan, 8 variabel yang merupakan *low priority*, dan hasil uji hipotesis menunjukkan terdapat 22 variabel yang dianggap tidak puas. Analisis penggabungan regresi linier berganda, IPA, dan uji hipotesis dilakukan untuk mendapatkan prioritas perbaikan. Target pasar dari Toko “X” ini adalah konsumen berjenis kelamin pria dengan pekerjaan yaitu wirasaha dan pegawai negeri/swasta yang bertempat tinggal di Kota Selatan Gorontalo.

Usulan yang dapat diberikan bagi Toko “X” adalah memperbanyak jenis *sparepart* yang dijual, menyediakan garansi untuk penggunaan dalam jangka waktu 3 bulan untuk menjaga kualitas *sparepart* yang dijual, memberi salam dan ucapan terima kasih ketika ada konsumen yang datang membeli maupun setelah selesai membeli serta melakukan *positioning* dengan memberikan slogan “Pilih Kami. Baik Kualitasnya, Lengkap Barangnya, Ramah Pelayanannya”.

## DAFTAR ISI

|                                                        |                |
|--------------------------------------------------------|----------------|
| LEMBAR PENGESAHAN .....                                | ii             |
| LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....             | iii            |
| LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN.....    | iv             |
| ABSTRAK .....                                          | v              |
| KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....            | vi             |
| DAFTAR ISI .....                                       | viii           |
| DAFTAR TABEL.....                                      | xii            |
| DAFTAR GAMBAR.....                                     | xiv            |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                                   | xv             |
| <br><b>BAB 1     PENDAHULUAN .....</b>                 | <br><b>1-1</b> |
| 1.1     Latar Belakang.....                            | 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.....                         | 1-4            |
| 1.6     Sistematika Penulisan .....                    | 1-4            |
| <br><b>BAB 2     TINJAUAN PUSTAKA.....</b>             | <br><b>2-1</b> |
| 2.1     Pemasaran .....                                | 2-1            |
| 2.2     Bauran Pemasaran.....                          | 2-1            |
| 2.3     Segmentation, Targetting, dan Positioning..... | 2-7            |
| 2.4     Loyalitas Konsumen .....                       | 2-10           |
| 2.5     Metode Pengumpulan Data.....                   | 2-14           |
| 2.6     Populasi dan Sampel.....                       | 2-16           |
| 2.7     Skala Pengukuran .....                         | 2-16           |
| 2.7.1     Jenis Skala .....                            | 2-16           |
| 2.7.2     Metode Skala Pengukuran .....                | 2-18           |

|              |                                                                 |            |
|--------------|-----------------------------------------------------------------|------------|
| 2.8          | Menentukan Ukuran Sampel .....                                  | 2-21       |
| 2.9          | Teknik Sampling.....                                            | 2-21       |
| 2.9.1        | Probability Sampling .....                                      | 2-22       |
| 2.9.2        | Nonprobability Sampling.....                                    | 2-22       |
| 2.10         | Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....                       | 2-24       |
| 2.11         | Uji Asumsi Klasik.....                                          | 2-28       |
| 2.11.1       | Uji Normalitas .....                                            | 2-29       |
| 2.11.2       | Uji Multikolinearitas.....                                      | 2-30       |
| 2.11.3       | Uji Heteroskedastisitas .....                                   | 2-30       |
| 2.12         | Multiple Regression Analysis.....                               | 2-31       |
| 2.12.1       | Uji Koefisien Determinasi .....                                 | 2-32       |
| 2.12.2       | Uji Signifikansi Simultan ( Uji Statistik F ) .....             | 2-33       |
| 2.12.3       | Uji Signifikansi Parameter Individual ( Uji Statistik t ) ..... | 2-33       |
| 2.13         | Importance Performance Analysis.....                            | 2-33       |
| 2.14         | Uji Hipotesis .....                                             | 2-36       |
| <b>BAB 3</b> | <b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>                               | <b>3-1</b> |
| 3.1          | Flowchart .....                                                 | 3-1        |
| 3.2          | Keterangan Flowchart.....                                       | 3-4        |
| 3.2.1        | Mencari Tempat Penelitian.....                                  | 3-4        |
| 3.2.2        | Penelitian 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        | Identifikasi Variabel .....                                     | 3-6        |
| 3.2.8        | Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....                          | 3-10       |
| 3.2.9        | Pengujian Validitas Konstruksi .....                            | 3-10       |
| 3.2.10       | Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan .....             | 3-10       |
| 3.2.11       | Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....                           | 3-10       |
| 3.2.12       | Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....                           | 3-11       |

|              |                                                                      |            |
|--------------|----------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2.13       | Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel.....                     | 3-11       |
| 3.2.14       | Penyusunan Kuesioner Penelitian.....                                 | 3-12       |
| 3.2.15       | Penyebaran Kuesioner Penelitian .....                                | 3-14       |
| 3.2.16       | Pengujian Validitas .....                                            | 3-14       |
| 3.2.17       | Pengujian Reliabilitas .....                                         | 3-15       |
| 3.2.18       | Melakukan Pengolahan Data .....                                      | 3-16       |
| 3.2.19       | Analisis Data dan Usulan.....                                        | 3-24       |
| 3.2.20       | Kesimpulan dan Saran .....                                           | 3-26       |
| <b>BAB 4</b> | <b>PENGUMPULAN DATA .....</b>                                        | <b>4-1</b> |
| 4.1          | Data Umum Perusahaan .....                                           | 4-1        |
| 4.1.1        | Sejarah Singkat Perusahaan.....                                      | 4-1        |
| 4.2          | Kuesioner Pendahuluan .....                                          | 4-1        |
| 4.3          | Kuesioner Penelitian.....                                            | 4-2        |
| 4.3.1        | Profil Responden .....                                               | 4-3        |
| 4.3.2        | Rangkuman Kuesioner Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi..... | 4-6        |
| 4.3.3        | Rangkuman Kuesioner Loyalitas Konsumen .....                         | 4-7        |
| <b>BAB 5</b> | <b>PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS.....</b>                             | <b>5-1</b> |
| 5.1          | Validitas Konstruk.....                                              | 5-1        |
| 5.2          | Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan .....                          | 5-1        |
| 5.3          | Pengujian Validitas dan Reliabilitas .....                           | 5-4        |
| 5.4.1        | Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....              | 5-5        |
| 5.4.2        | Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja .....                 | 5-7        |
| 5.4.3        | Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas .....                       | 5-9        |
| 5.4          | Pengolahan Data Menggunakan Metode Multiple Regression Linear .....  | 5-10       |
| 5.4.1        | Uji Normalitas .....                                                 | 5-13       |
| 5.4.2        | Uji Multikolinearitas.....                                           | 5-15       |
| 5.4.3        | Uji Heteroskedastisitas .....                                        | 5-16       |

|                        |                                                                                                             |            |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.4.4                  | Analisis Koefisien Determinasi .....                                                                        | 5-18       |
| 5.4.5                  | Analisis Korelasi Berganda .....                                                                            | 5-19       |
| 5.4.6                  | Analisis Uji Statistik F .....                                                                              | 5-19       |
| 5.4.7                  | Analisis Uji Statistik t.....                                                                               | 5-20       |
| 5.4.8                  | Analisis Hasil Pengolahan Data Regresi Linear.....                                                          | 5-21       |
| 5.5                    | Pengujian Importance Performance Analysis (IPA).....                                                        | 5-22       |
| 5.6                    | Uji Hipotesis .....                                                                                         | 5-26       |
| 5.7                    | Pengolahan Data Profil Responden .....                                                                      | 5-30       |
| 5.7.1                  | Segmentation .....                                                                                          | 5-30       |
| 5.7.2                  | <i>Targetting</i> .....                                                                                     | 5-37       |
| 5.8                    | Analisis Gabungan Multiple Regression Analysis, Importance<br>Performance Analysis, dan Uji Hipotesis ..... | 5-38       |
| 5.9                    | Positioning .....                                                                                           | 5-40       |
| 5.10                   | Usulan.....                                                                                                 | 5-41       |
| <b>BAB 6</b>           | <b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                                                            | <b>6-1</b> |
| 6.1                    | Kesimpulan .....                                                                                            | 6-1        |
| 6.2                    | Saran .....                                                                                                 | 6-8        |
| 6.2.1                  | Saran untuk Penelitian Selanjutnya .....                                                                    | 6-8        |
| DAFTAR PUSTAKA         |                                                                                                             |            |
| LAMPIRAN               |                                                                                                             |            |
| KOMENTAR DOSEN PENGUJI |                                                                                                             |            |
| DATA PENULIS           |                                                                                                             |            |

## DAFTAR TABEL

| <b>Tabel</b> | <b>Judul</b>                                 | <b>Halaman</b> |
|--------------|----------------------------------------------|----------------|
| 3.1          | Variabel Bauran Pemasaran                    | 3-6            |
| 3.2          | Variabel Segmentasi pasar                    | 3-7            |
| 3.3          | Identifikasi Variabel Penelitian Loyalitas   |                |
|              | Konsumen                                     | 3-8            |
| 3.4          | Model Penelitian                             | 3-9            |
| 3.5          | Urutan Prioritas                             | 3-25           |
| 4.1          | Rangkuman Hasil Kuesioner Pendahuluan        | 4-1            |
| 4.2          | Profil Responden                             | 4-3            |
| 4.3          | Usia Responden                               | 4-3            |
| 4.4          | Pekerjaan Responden                          | 4-3            |
| 4.5          | Uang Saku Responden                          | 4-3            |
| 4.6          | Penghasilan Responden                        | 4-4            |
| 4.7          | Tempat Tinggal Responden                     | 4-4            |
| 4.8          | Informasi Mengenai Keberadaan Toko           | 4-4            |
| 4.9          | Frekuensi Pembelian Sparepart per 6 Bulan    | 4-4            |
| 4.10         | Kualitas Sparepart yang Dipilih              | 4-5            |
| 4.11         | Jenis Sparepart Yang Sering Dibeli           | 4-5            |
| 4.12         | Hari Kunjungan Ke Toko                       | 4-5            |
| 4.13         | Rangkuman Kuesioner Tingkat Kepentingan      | 4-6            |
| 4.14         | Rangkuman Kuesioner Tingkat Kinerja          | 4-7            |
| 4.15         | Loyalitas Konsumen                           | 4-7            |
| 5.1          | Hasil Kuesioner Pendahuluan                  | 5-2            |
| 5.2          | Variabel Yang Dianggap Tidak Penting         | 5-3            |
| 5.3          | Variabel Yang Dianggap Penting Oleh Konsumen | 5-3            |
| 5.4          | Hasil Pengujian Validitas SPSS 20            |                |
|              | Tingkat Kepentingan                          | 5-5            |

|      |                                                                   |      |
|------|-------------------------------------------------------------------|------|
| 5.5  | Perbandingan Nilai r hitung dengan Nilai r<br>Tingkat Kepentingan | 5-6  |
| 5.6  | Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS 20<br>Tingkat Kepentingan       | 5-6  |
| 5.7  | Hasil Pengujian Validitas SPSS 20<br>Tingkat Kinerja              | 5-7  |
| 5.8  | Perbandingan Nilai r hitung dengan Nilai r<br>Tingkat Kinerja     | 5-8  |
| 5.9  | Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS 20<br>Tingkat Kinerja           | 5-9  |
| 5.10 | Hasil Pengujian Validitas SPSS 20<br>Loyalitas Konsumen           | 5-9  |
| 5.11 | Perbandingan Nilai r hitung dengan<br>Nilai r Loyalitas Konsumen  | 5-9  |
| 5.12 | Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS 20<br>Loyalitas Konsumen        | 5-10 |
| 5.13 | Model Penelitian                                                  | 5-11 |
| 5.14 | Rata-rata Nilai Loyalitas                                         | 5-12 |
| 5.15 | Output Kolmogorov Smirnov                                         | 5-14 |
| 5.16 | Output Uji Multikolinearitas                                      | 5-15 |
| 5.17 | Output Heteroskedastisitas                                        | 5-17 |
| 5.18 | Output Model Summary                                              | 5-18 |
| 5.19 | Output ANOVA                                                      | 5-19 |
| 5.20 | Output Uji-t                                                      | 5-20 |
| 5.21 | Rata-Rata Tingkat Kinerja dan Kepentingan                         | 5-23 |
| 5.23 | Uji Hipotesis                                                     | 5-28 |
| 5.24 | Skala Prioritas Penggabungan                                      | 5-39 |



## DAFTAR GAMBAR

| Gambar | Judul                                                       | Halaman |
|--------|-------------------------------------------------------------|---------|
| 1.1    | Grafik Omset Penjualan / tahun                              | 1-2     |
| 2.1    | Macam-macam Teknik Sampling                                 | 2-21    |
| 2.2    | Diagram Kartesius                                           | 2-35    |
| 2.3    | Wilayah Kritis                                              | 2-37    |
| 3.1    | Flowchart Penelitian                                        | 3-1     |
| 3.2    | Diagram Kuadran IPA                                         | 3-22    |
| 3.3    | Wilayah Kritis Uji Z                                        | 3-23    |
| 5.1    | Grafik Histogram                                            | 5-13    |
| 5.2    | Grafik P-Plot                                               | 5-14    |
| 5.3    | Scatterplot                                                 | 5-17    |
| 5.4    | Matrix Importance Performance Analysis                      | 5-24    |
| 5.5    | Contoh Wilayah Kritis Uji-Z                                 | 5-27    |
| 5.6    | Wilayah Kritis Uji-Z                                        | 5-30    |
| 5.7    | Pie Chart Jenis Kelamin Responden                           | 5-30    |
| 5.8    | Pie Chart Usia Responden                                    | 5-31    |
| 5.9    | Pie Chart Pekerjaan Responden                               | 5-31    |
| 5.10   | Pie Chart Uang Saku Responden                               | 5-32    |
| 5.11   | Pie Chart Penghasilan Responden                             | 5-33    |
| 5.12   | Pie Chart Tempat Tinggal Responden                          | 5-33    |
| 5.13   | Pie Chart Pengetahuan Keberadaan<br>Informasi Mengenai Toko | 5-34    |
| 5.14   | Pie Chart Frekuensi Pembelian Sparepart<br>Per 6 Bulan      | 5-35    |
| 5.15   | Pie Chart Kualitas Sparepart Yang Dipilih                   | 5-35    |
| 5.16   | Pie Chart Jenis Sparepart Yang Sering Dibeli                | 5-36    |
| 5.17   | Pie Chart Hari Kunjungan Ke Toko                            | 5-37    |



|      |                    |      |
|------|--------------------|------|
| 5.18 | Mesin EDC          | 5-42 |
| 5.19 | Penataan Sparepart | 5-43 |
| 5.20 | Contoh Label Harga | 5-46 |



## DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | Judul                                                                 | Halaman |
|----------|-----------------------------------------------------------------------|---------|
| 1        | Kuesioner Pendahuluan                                                 | L1-1    |
| 2        | Kuesioner Penelitian Bagian 1 Profil Responden                        | L2-2    |
| 3        | Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja | L3-5    |
| 4        | Tabel Normal / Tabel Z                                                | L4-7    |
| 5        | Tabel Nilai r                                                         | L5-8    |
| 6        | Tabel t                                                               | L6-9    |
| 7        | Tabel F                                                               | L7-10   |
| 8        | Data Mentah Tingkat Kepentingan                                       | L8-11   |
| 9        | Data Mentah Tingkat Kinerja                                           | L9-13   |
| 10       | Data Mentah Loyalitas Konsumen                                        | L10-15  |
| 11       | Data Kuesioner Y terhadap X                                           | L11-16  |
| 12       | Output SPSS                                                           | L12-18  |