

ABSTRAK

Toko Bintang 99 Motor adalah salah satu toko di Bandung yang menjual berbagai macam variasi motor yang berlokasi di Jalan Jamika No 99H, Bandung, Jawa Barat. Diketahui bahwa toko mengalami penurunan jumlah pendapatan sebesar 19,914% dimulai dari bulan Juli 2017 sampai dengan Januari 2018. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepentingan yang dinilai oleh konsumen, mengetahui tingkat kepuasan yang dinilai oleh konsumen, mengetahui kinerja pelayanan toko terhadap konsumen, mengetahui faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, mengetahui *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat, dan untuk mengetahui strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan loyalitas konsumen.

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner serta wawancara singkat. Kuesioner penelitian terdiri dari dua bagian, bagian pertama berisi pertanyaan mengenai profil responden. Bagian kedua adalah tingkat kepentingan, tingkat kinerja, dan tingkat loyalitas konsumen. Kuesioner dibagikan kepada seluruh konsumen yang datang dan yang pernah datang ke toko Bintang 99 Motor sebanyak 100 responden, dengan usia minimal 17 tahun, menggunakan motor dan suka membeli variasi motor (*purposive sampling*).

Profil responden diolah menggunakan *Pie Chart*, tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan menggunakan *Importance Perfomance Analysis* (IPA) dan Uji Hipotesis. *Importance Perfomance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengetahui prioritas perbaikan dari setiap variabel penelitian. Sedangkan Uji Hipotesis digunakan untuk melihat puas atau tidaknya responden terhadap variabel tersebut. Tingkat kinerja dan tingkat loyalitas diolah dengan menggunakan *Multiple Regression Analysis*. *Multiple Regression Analysis* digunakan untuk mengetahui tingkat kinerja, mempunyai pengaruh atau tidak ada pengaruh loyalitas. *Positioning* yang dibuat berdasarkan *targetting* yang diambil dari pengolahan *Pie Chart* dan dari prioritas perbaikan yang sudah dibuat.

Dari hasil *Multiple Regression Analysis* didapatkan tiga variabel yang mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen, sedangkan sisanya sebanyak 32 variabel tidak mempengaruhi terhadap loyalitas konsumen. Dari nilai R dapat diketahui bahwa variabel independen dan dependen mempunyai hubungan yang kuat sebesar 0,723. Nilai R digunakan untuk menunjukkan kekuatan hubungan antara variabel independen dan dependen. Nilai R^2 sebesar 52,3%, nilai R^2 digunakan untuk mengetahui persentase yang berpengaruh terhadap variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan dari IPA fokus perbaikan ada pada kuadran 1 sebab dimana tingkat kepentingan diatas rata-rata dan tingkat kinerja dibawah rata-rata. Dan dari Uji Hipotesis didapatkan 19 variabel sudah dinilai puas, sedangkan sisanya 16 variabel masih dinilai belum puas.

Usulannya adalah membuat standar prosedur dan pelatihan untuk setiap salesman dan mekanik agar konsumen yang datang dapat dilayani dengan baik. Memperbaiki kenyamanan kursi tunggu, menambahkan mesir kasir, jumlah pegawai dan usulan positioning adalah toko variasi motor yang menyediakan produk yang lengkap dengan kualitas dan harga yang bersaing.

DAFTAR ISI

COVER DEPAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
LEMBAR PUBLIKASI LAPORAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1-1
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	1-5
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	2-1
2.1 Segmentasi, Targeting, dan Positioning	2-1
2.1.1 Segmentasi	2-1
2.1.2 Targeting	2-2
2.1.3 Positioning.....	2-3
2.2 Metode Pengumpulan Data.....	2-3
2.3 Pemasaran	2-6
2.4 Bauran Pemasaran.....	2-7
2.5 Populasi dan Sampel.....	2-11
2.5.1 Populasi.....	2-11
2.5.2 Sampel	2-11
2.5.3 Teknik Sampling.....	2-11

2.5.4 Ukuran Sampel	2-14
2.6 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-15
2.6.1 Skala Pengukuran	2-15
2.6.2 Tipe Skala Pengukuran	2-16
2.6.3 Instrumen Penelitian	2-18
2.7 Validitas dan Reliabilitas	2-18
2.7.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-19
2.7.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-20
2.8 Kepuasan Konsumen	2-21
2.9 Loyalitas Konsumen	2-24
2.9.1 Definisi Konsumen Yang Loyal	2-24
2.9.2 Menumbuhkan Pelanggan Yang Loyal	2-24
2.10 <i>Multiple Linear Regression</i>	2-25
2.11 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-30
2.12 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	2-34
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 <i>Flowchart</i>	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i>	3-3
3.2.1 Mulai	3-3
3.2.2 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2.3 Pengidentifikasian Masalah	3-3
3.2.4 Penentuan Pembatasan Masalah	3-4
3.2.5 Perumusan Masalah	3-4
3.2.6 Penentuan Tujuan Penelitian	3-5
3.2.7 Studi Pustaka	3-5
3.2.8 Model Penelitian	3-6
3.2.9 Penyusunan Variabel Penelitian	3-6
3.2.10 Penyusunan Kuesioner	3-9
3.2.11 Penentuan Validitas Konstruk	3-10
3.2.12 Uji Teknik Sampling	3-10
3.2.13 Penentuan Ukuran Sampel	3-11

3.2.14 Penyebaran Kuesioner.....	3-11
3.2.15 Pengujian Validitas	3-11
3.2.16 Pengujian Reliabilitas	3-12
3.2.17 Uji Asumsi Klasik.....	3-13
3.2.18 Pengolahan Data	3-17
3.2.19 <i>Multiple Linear Regression</i>	3-17
3.2.20 Metode <i>Importance Perfomance Analysis</i>	3-19
3.2.21 Metode Uji Hipotesis	3-20
3.2.22 Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	3-22
3.2.23 Analisis	3-22
3.2.24 Usulan	3-23
3.2.25 Kesimpulan dan Saran	3-23
3.2.26 Selesai	3-23
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1 Penyusunan Kuesioner.....	4-1
4.2 Data Penelitian.....	4-3
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2.2 Data Segmentasi.....	4-5
4.2.3 Data Tingkat Kinerja dan Kepentingan	4-7
4.2.4 Data Tingkat Loyalitas.....	4-9
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Pengujian Validitas & Reliabilitas.....	5-2
5.3 Pengolahan Data Segmentasi.....	5-7
5.4 Pengolahan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-14
5.4.1 Analisis Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-15
5.5 Pengolahan <i>Importance Performance Analysis</i>	5-18
5.5.1 Rangkuman Rata-Rata Kepentingan dan Kinerja.....	5-18
5.5.2 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	5-19
5.5.3 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i>	5-19
5.6 Uji Asumsi Klasik.....	5-21

5.7 Pengolahan <i>Multiple Linear Regression</i>	5-26
5.7.1 Analisis Determinasi.....	5-26..
5.7.2 Analisis Korelasi Berganda	5-27
5.7.3 Analisis Uji F.....	5-27
5.7.4 Analisis Uji T.....	5-28
5.8 Analisis	5-35
5.8.1 Analisis <i>Segmentasi</i>	5-35..
5.8.2 Analisis Gabungan.....	5-38
5.9 Usulan	5-42
5.9.1 Usulan Berdasarkan Prioritas Perbaikan	5-42
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran	6-5
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pendapatan Toko.....	1-2
3.1	<i>Variabel</i> Penelitian Segmentasi	3-7
3.2	Kuesioner Penelitian 7P.....	3-8
3.3	Variabel Penelitian Tingkat Loyalitas.....	3-9
3.4	Kerangka Logika Perbaikan.....	3-23
4.1	Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.2	Variabel Penelitian.....	4-4
4.3	Data Segmentasi.....	4-5
4.3	Data Segmentasi (lanjutan)	4-6
4.4	Data Tingkat Kinerja.....	4-7
4.5	Data Tingkat Kepentingan	4-8
4.6	Data Tingkat Loyalitas.....	4-9
5.1	Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2	Uji Validitas Tingkat Kinerja.....	5-3
5.3	Uji Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-4
5.4	Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-5
5.5	Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-6
5.6	Uji Validitas Tingkat Loyalitas.....	5-6
5.7	Uji Reliabilitas Tingkat Loyalitas.....	5-6
5.8	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-14
5.9	Rangkuman Rata-Rata Kepentingan dan Kinerja	5-18
5.10	<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	5-22
5.11	Uji Heteroskedastisitas	5-24
5.12	Uji Multikolinieritas.....	5-25
5.13	<i>Model Summary</i>	5-26
5.14	Output Anova.....	5-27
5.15	Hasil <i>Coefficients</i>	5-29
5.16	Analisis Gabungan	5-38
5.17	Analisis Gabungan (lanjutan).....	5-39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan Toko	1-2
2.1	Teknik Sampling.....	2-11
2.2	Kuadran Cartecius.....	2-33
2.3	Wilayah Kritis Uji Z	2-35
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian (lanjutan)	3-3
3.2	Kerangka Penelitian	3-6
3.3	Kuadran <i>Cartecius</i>	3-19
3.4	Wilayah Kritis Uji Z	3-21
5.1	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-7
5.2	<i>Pie Chart</i> Usia.....	5-7
5.3	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-8
5.4	<i>Pie Chart</i> Pendapatan/bulan	5-8
5.5	<i>Pie Chart</i> Uang saku/bulan.....	5-9
5.6	<i>Pie Chart</i> Tujuan Datang Ke Toko	5-9
5.7	<i>Pie Chart</i> Datang Ke Toko	5-10
5.8	<i>Pie Chart</i> Alasan Utama	5-10
5.9	<i>Pie Chart</i> Variasi Motor Yang Sering Dibeli	5-11
5.10	<i>Pie Chart</i> Tujuan Utama Membeli Variasi	5-11
5.11	<i>Pie Chart</i> Media Sosial.....	5-12
5.12	<i>Pie Chart</i> Budget	5-12
5.13	<i>Pie Chart</i> Interval Kedatangan Ke Toko	5-13
5.14	<i>Pie Chart</i> Kartu Kredit Yang Sering Digunakan	5-13
5.15	Wilayah Kritis Uji Z	5-17
5.16	Kuadran <i>Cartecius</i>	5-19
5.17	Usulan Kipas Angin Di Toko	5-44
5.18	Usulan Papan Nama Di Toko	5-45

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.19	Area Pemasangan Variasi Di Toko.....	5-45
5.20	Usulan Area Pemasangan Variasi.....	5-46
5.21	Kursi Di Toko	5-47
5.22	Kursi Di Toko	5-48
5.23	Usulan Kursi Di Toko	5-48
5.24	Usulan Mesin Kasir Di Toko	5-49
5.25	Usulan Mesin Penghitung Uang Di Toko	5-49
5.26	Toko Bintang 99 Motor	5-52
5.27	Usulan Tempat Sampah	5-52
5.28	Rak dan Etalase Toko	5-53
5.29	Rak dan Etalase Toko	5-53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	L1
2	Tabel Z	L2
3	Tabel F	L3
4	Tabel T	L3
5	Tabel R	L4
6	Data Mentah	L5
7	Output SPSS	L6

