

ABSTRAK

Baraya Travel terletak di Jl. Surapati No 119. Baraya travel didirikan pada Oktober 2005. Periode Juni 2016-Desember 2017 jumlah penumpang mengalami penurunan sebanyak 965 orang atau 44,3% yang disebabkan oleh persaingan travel yang ada di jurusan Bandung-Bekasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih jasa transportasi travel dan jasa paket, untuk mengetahui strategi pemasaran dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak Baraya Travel untuk meningkatkan jumlah penumpang dan kemampuan daya saing.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, penyebaran kuesioner pendahuluan dan penelitian. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel yang dipentingkan konsumen dalam pemilihan travel yang mengacu pada *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, serta konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Pesaing dari Baraya Travel ditentukan melalui pertanyaan di kuesioner pendahuluan. Pengolahan kuesioner pendahuluan menggunakan persentase dan jumlah responden dari kuesioner pendahuluan adalah 30.

Kuesioner penelitian terdapat 37 variabel. Teknik sampling yang digunakan untuk penyebaran kuesioner penelitian adalah Teknik *Purposive Sampling* dan kuesioner dibagikan kepada 100 responden dengan kriteria responden yang pernah menggunakan jasa Baraya Travel dan *Xtrans*. Hasil dari kuesioner penelitian akan diolah berdasarkan *Segmentasi, Targeting, dan Positioning* lalu menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) untuk menilai keunggulan yang dimiliki oleh Baraya Travel dan pesaing menurut konsumen, *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui kepentingan konsumen terhadap kinerja yang dilakukan oleh jasa travel, metode Uji Hipotesis untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap variabel.

Hasil dari metode CA adalah 13 variabel di posisi unggul, 19 variabel di posisi tidak unggul, Hasil dari metode IPA adalah 2 variabel menjadi fokus perbaikan, 9 variabel sebagai fokus perbaikan kedua dengan tingkat kepentingan dan kinerja rendah, serta 21 variabel harus dipertahankan. Hasil dari metode Uji Hipotesis adalah 26 variabel dianggap puas oleh konsumen dan 6 variabel dianggap tidak puas oleh konsumen. Hasil dari ketiga metode tersebut digabungkan untuk menentukan prioritas perbaikan berdasarkan metode CA, IPA, dan Uji Hipotesis.

Targeting dalam penelitian ini adalah jenis kelamin pria dan wanita dengan status sebagai mahasiswa dan pegawai berdomisili Bandung Barat dan Utara, budget yang disiapkan untuk menggunakan jasa travel sebesar Rp 80.000 – Rp 100.000..

Positioning usulan adalah “*High Quality at Performance With Low Price*” dimana Baraya Travel mengutamakan kualitas kinerja dan pelayanan yang memuaskan bagi konsumen dengan harga yang terjangkau. Beberapa usulan yang diberikan pada Baraya Travel adalah memperbaiki keramahan karyawan travel saat melayani konsumen, ketepatan jam keberangkatan, membuat alternatif jam keberangkatan baru, merancang ulang ruang kursi agar nyaman konsumen bias diutamakan, menyediakan fasilitas *Wi-fi* di setiap *pool*, dan lain-lain.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN PENELITIAN	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN PENELITIAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR & UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
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.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistemamntika Penelitian.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
Definisi Pemasaran.....	2-1
Bauran Pemasaran.....	2-1
<i>Segmentasi, Targetting, Positioning Pasar</i>	2-5
2.3.1 <i>Segmentasi</i>	2-5
2.3.2 <i>Targeting</i>	2-6
2.3.3 <i>Positioning</i>	2-7
Teknik Pengumpulan Data.....	2-7
Skala Pengukuran.....	2-11
Populasi dan Sampel.....	2-14

Penentuan Ukuran Sampel.....	2-15
Teknik Sampling.....	2-15
2.1 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-19
2.9.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-19
2.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-22
Correspondence Analysis.....	2-24
Analisis Tingkat Kepentingan dan Performansi Pelanggan.....	2-24
Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-27

BAB 3 SISTEMATIKA PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-3
3.3 Tinjauan Pustaka.....	3-4
3.4 Identifikasi Masalah.....	3-4
3.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.6 Perumusan Masalah.....	3-5
3.7 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.8.1 Konsep Bauran Pemasaran.....	3-6
3.8.2 Konsep Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	3-8
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.10 Uji Validasi Konstruksi.....	3-10
3.11 Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.14 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.15 Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.16 Penentuan Jumlah Sampel.....	3-12
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.18 Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	3-14
3.19 Pengujian Reliabilitas.....	3-15
3.20 Pengumpulan Data.....	3-16
3.21 Pengolahan Data dan Analisis.....	3-16
3.21.1 Metode <i>Coresspondence Analysis</i>	3-17

3.21.2	Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	3-18
3.21.3	Metode Uji Hipotesis.....	3-19
3.22	Keterkaitan metode <i>Coresspondence Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> dan Uji Hipotesis.....	3-20
3.23	Analisis Pengolahan Data.....	3-22
3.24	Usulan.....	3-22
3.25	Kesimpulan dan Saran.....	3-23
3.26	Selesai.....	3-23

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	Job Description.....	4-2
4.2	Kuesioner Pendahuluan.....	4-4
4.3	Kuesioner Penelitian.....	4-6
4.3.1	Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	4-6
4.3.2	Kuesioner Penelitian Bagian 2.....	4-7
4.3.3	Kuesioner Penelitian Bagian 3.....	4-10

BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS DATA

5.1	Validitas Konstruk.....	5-1
5.2	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.3	Pengujian Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner.....	5-3
5.3.1	Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan.....	5-3
5.3.2	Uji Validitas Dan Reliabilitas Tingkat Performansi.....	5-6
5.4	Pengolahan Data Segmentasi.....	5-9
5.5	Pengolahan Data Kuesioner Penelitian.....	5-21
5.5.1	Tingkat Kepentingan Seluruh Variabel.....	5-21
5.5.2	Tingkat Performansi Seluruh Variabel.....	5-22
5.6	<i>Corresponden Analysis (CA)</i>	5-23
5.7	Pembuatan Matriks <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-27
5.7.1	Rangkuman Rata-rata Kepentingan dan Performansi.....	5-27
5.7.2	Matriks <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-29

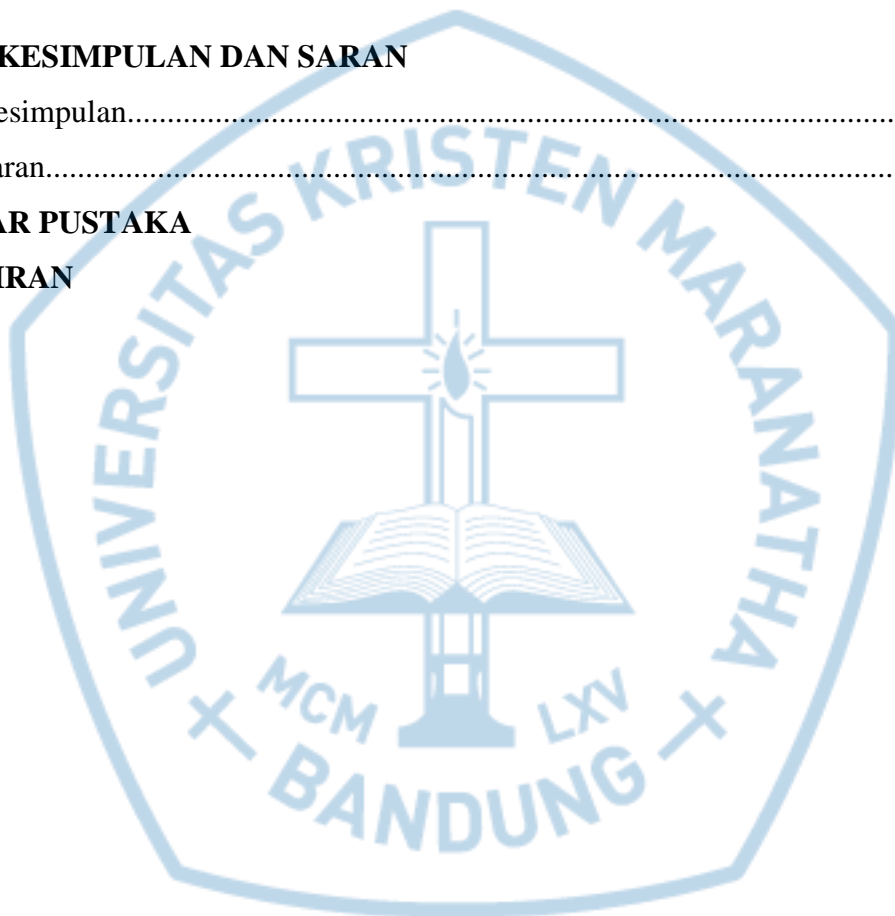
5.8	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-31
5.9	Analisis Gabungan Metode <i>Corresponden Analysis (CA)</i> , <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis.....	5-34
5.10	Analisis <i>Segmentasi dan Targeting</i>	5-35
5.10.1	<i>Segmenting</i>	5-35
5.10.2	<i>Targeting</i>	5-37
5.10.3	<i>Positioning</i> Usulan.....	5-38
5.11	Usulan.....	5-40

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Data Penurunan Jumlah Penumpang Jurusan Bandung-Bekasi	1-2
Tabel 3.1	Variabel-Variabel Penelitian Segmentasi	3-14
Tabel 3.2	Keterkaitan antara CA, IPA, dan Uji Hipotesis	3-18
Tabel 4.1	Tabel Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-4
Tabel 4.2	Jumlah Pengguna Masing-masing Travel	4-5
Tabel 4.3	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-6
Tabel 4.4	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Kepentingan	4-7
Tabel 4.5	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 2 Tingkat Performansi	4-8
Tabel 4.6	Hasil Kuesioner Penelitian Bagian 3 Peringkat Keunggulan	4-10
Tabel 5.1	Hasil Pengolahan Kuesioner Pendahuluan Keseluruhan	5-2
Tabel 5.2	Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan	5-3
Tabel 5.3	Hasil Perbandingan r Hitung dan r Kritis Tingkat Kepentingan	5-5
Tabel 5.4	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-6
Tabel 5.5	Hasil Uji Validitas Tingkat Performansi	5-6
Tabel 5.6	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Performansi	5-8
Tabel 5.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Performansi	5-9
Tabel 5.8	Tabel Data Mentah Kuesioner	5-9
Tabel 5.9	Rata-Rata Tingkat Kepentingan Keseluruhan Variabel	5-21
Tabel 5.10	Rata-Rata Tingkat Performansi Seluruh Variabel	5-22
Tabel 5.11	Perubahan Variabel Yang Akan Digunakan dalam Pengolahan	5-23
Tabel 5.12	Hasil Peringkat Keunggulan Tiap Variabel	5-26
Tabel 5.13	Variabel-Variabel Keunggulan dari Baraya Travel	5-27
Tabel 5.14	Variabel-Variabel Tidak Unggul dari Baraya Travel	5-28
Tabel 5.15	Rangkuman Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Performansi	5-29
Tabel 5.16	Tabel Rangkuman IPA 2	5-31
Tabel 5.17	Tabel Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-32
Tabel 5.18	Hasil Analisa Gabungan Tidak Unggul	5-34
Tabel 5.19	Hasil Analisa Gabungan Unggul	5-35
Tabel 5.20	Tabel Variabel – Variabel yang Akan Diusulkan	5-35
Tabel 5.21	Variabel Positioning Usulan	5-39
Tabel 5.22	Jam Keberangkatan Baraya Travel & <i>Xtrans</i>	5-60



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Data Penurunan Jumlah Penumpang	1-2
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-16
Gambar 2.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	2-26
Gambar 2.3	Wilayah Kritis Uji Z	2-27
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Diagram Kuadran Metode IPA	3-18
Gambar 3.3	Wilayah Kritis Uji Z	3-20
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Perusahaan	4-2
Tabel 5.24	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-11
Tabel 5.25	<i>Pie Chart</i> Status / Pekerjaan	5-11
Tabel 5.26	<i>Pie Chart</i> Domisili	5-12
Tabel 5.27	<i>Pie Chart</i> Uang saku	5-12
Tabel 5.28	<i>Pie Chart</i> Penghasilan	5-13
Tabel 5.29	<i>Pie Chart</i> Kisaran Harga yang Diinginkan	5-14
Tabel 5.30	<i>Pie Chart</i> Frekuensi Penggunaan Travel	5-15
Tabel 5.31	<i>Pie Chart</i> Pengaruh Untuk Menggunakan Travel	5-15
Tabel 5.32	<i>Pie Chart</i> Tujuan Penggunaan Travel	5-16
Tabel 5.33	<i>Pie Chart</i> Fungsi Penggunaan Travel	5-17
Tabel 5.34	<i>Pie Chart</i> Informasi Mengenai Travel	5-18
Tabel 5.35	<i>Pie Chart</i> Media Sosial Yang Digunakan	5-18
Tabel 5.36	<i>Pie Chart</i> Jenis Makanan yang Diinginkan	5-19
Tabel 5.37	<i>Pie Chart</i> Jenis Promosi yang Diinginkan	5-20
Tabel 5.38	Hasil <i>Output</i> SPSS <i>Corresponden Analysis</i>	5-24
Tabel 5.39	Matriks / <i>scatter plot</i> IPA	5-29
Tabel 5.40	Wilayah Kritis Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-33
Tabel 5.41	<i>Pool</i> Baraya Travel	5-41
Tabel 5.42	Kondisi Interior Mobil / Armada dari Baraya Travel	5-44
Tabel 5.43	Kondisi Interior Mobil / Armada dari <i>Xtrans</i>	5-44

Tabel 5.44	Kondisi Toilet di <i>Pool</i> Baraya Travel	5-48
Tabel 5.45	Kondisi Toilet di <i>Pool Xtrans</i>	5-48
Tabel 5.46	Lokasi Baraya Travel di jalan Pasteur	5-49
Tabel 5.47	Posisi <i>pool Xtrans</i> di Kota Bandung	5-50
Tabel 5.48	Posisi <i>pool Xtrans</i> di Kota Bekasi	5-50
Tabel 5.49	Kursi di dalam Armada / Mobil Baraya Travel	5-54
Tabel 5.50	Kursi di dalam Armada / Mobil <i>Xtrans</i>	5-54
Tabel 5.51	Promosi yang Dilakukan oleh Baraya Travel	5-59
Tabel 5.52	Promosi yang Dilakukan Oleh <i>Xtrans</i>	5-59
Tabel 5.53	Tempat Duduk yang Disediakan oleh Baraya Travel	5-61
Tabel 5.54	Tempat Duduk yang Disediakan oleh <i>Xtrans</i>	5-62
Tabel 5.55	Fasilitas TV <i>Channel & Wi-fi</i> dalam <i>Pool</i>	5-62
Tabel 5.56	Kantin yang Berada di <i>Pool</i> Baraya Travel	5-67
Tabel 5.57	Papan Nama di <i>Pool</i> Baraya Travel	5-68
Tabel 5.58	Papan Nama di <i>Pool Xtrans</i>	5-69
Tabel 5.59	Minuman Kemasan yang disediakan <i>Xtrans</i>	5-73
Tabel 5.60	Contoh Minuman Kemasan Untuk Baraya Travel	5-74
Tabel 5.61	Contoh Promosi Media Cetak <i>Xtrans</i>	5-75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
Gambar 2.4	Data mentah	L1
Gambar 2.5	Hasil <i>Output</i> SPSS	L2
Gambar 2.6	Hasil Validasi Konstruk	L3
Gambar 2.7	Kuesioner	L4
Gambar 2.8	Tabel – Tabel Statistik	L5
Gambar 2.9	Komentar Seminar Isi	L6
Gambar 2.10	Lembar Bimbingan	L7
Gambar 2.11	Komentar Sidang	L8

