

ABSTRAK

PT. Antar Putra Motor adalah dealer resmi motor Yamaha yang terletak di Jl. Raya Lembang No. 200, Lembang 40391, Bandung Barat, yang didirikan pada bulan Agustus tahun 1993. PT. Antar Putra Motor mengalami penurunan jumlah konsumen dari tahun 2012 sampai 2017 sebesar 1106 konsumen, oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih tempat servis motor, untuk mengetahui strategi-strategi pemasaran dan upaya yang perlu dilakukan oleh pihak PT. Antar Putra Motor, menentukan usulan STP agar dapat meningkatkan jumlah konsumen dan dapat bersaing dengan tempat servis lainnya.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan juga penyebaran 50 kuesioner pendahuluan di PT. Antar Putra Motor dan 120 kuesioner penelitian di kawasan Lembang yang pernah mengunjungi atau menggunakan layanan tempat servis PT. Antar Putra Motor dan pesaing, dengan teknik sampling *Purposive*. Kuesioner pendahuluan berisi variabel-variabel yang penting dalam pemilihan tempat servis berdasarkan pada konsep bauran pemasaran 7P, hasilnya didapatkan variabel yang dipentingkan oleh konsumen dan diketahui bahwa tempat servis yang menjadi kompetitor utama bagi tempat servis PT. Antar Putra Motor adalah Cahaya Motor Lembang. Kuesioner penelitian terdiri dari 2 bagian, bagian 1 berisi pertanyaan segmentasi untuk profil konsumen, bagian 2 adalah tingkat kepentingan mengenai variabel yang dipentingkan konsumen dan tingkat kinerja mengenai kinerja tempat servis PT. Antar Putra Motor dan mengenai keunggulan antara kedua tempat servis.

Pengolahan data bagian tingkat keunggulan pada kuesioner bagian 2 untuk kedua tempat servis diolah dengan *Correspondence Analysis*, dan didapatkan 24 variabel yang diungguli dan 16 yang tidak diungguli PT. Antar Putra dibandingkan Cahaya Motor Lembang. Bagian tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah dengan *Importance Performance Analysis* yang tujuannya untuk mengetahui posisi dari setiap variabel yang telah ditentukan, dan hasilnya didapatkan 12 Variabel di Kuadran 1, 20 Variabel di Kuadran 2, 8 Variabel di Kuadran 3 dan tidak ada variabel yang berada di kuadran 4. Setelah itu tingkat kepentingan dan tingkat kinerja diolah menggunakan metode Uji Hipotesis untuk melihat puas/tidak puasny konsumen terhadap variabel tersebut dimana hasilnya terdapat 28 variabel yang dianggap puas dan 12 variabel yang dianggap tidak puas

Setelah pengolahan data selesai maka semua metode yang sudah digunakan akan digabung menjadi sebuah analisis gabungan prioritas perbaikan dari setiap variabel dan hasilnya terdapat 40 skala prioritas perbaikan untuk PT. Antar Putra Motor.

Dari skala prioritas yang di dapat, maka peneliti dapat memberikan usulan yang diberikan untuk tempat servis PT. Antar Putra Motor agar dapat bersaing didasarkan dari hasil pengolahan data dengan menggunakan CA, IPA, Uji Hipotesis dan STP yang di dapat. Usulan dibagi kedalam 40 prioritas perbaikan seperti contohnya usulan agar PT. Antar Putra Motor lebih memperhatikan lagi diskon – diskon, harga paket – paket yang ditawarkan, perilaku *Customer Service*, menyediakan kotak saran, ketegasan terhadap *Customer Service*, memaksimalkan montir – montir yang ada.

DAFTAR ISI

Cover	vi
Lembar Pengesahan Laporan Tugas Akhir	ii
Lembar Pernyataan Orisinalitas Laporan	iii
Lembar Pernyataan Publikasi Laporan	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	xi
Daftar Gambar	xiii
Bab 1 Pendahuluan	1-1
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Batasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
Bab 2 Tinjauan Pustaka	2-1
2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.3 Kepuasan Pelanggan	2-5
2.4 <i>Segmentation Targetting Positioning</i>	2-7
2.5 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	2-9
2.6 Populasi dan Sampel	2-14
2.7 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-17
2.8 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-21
2.9 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja Pelanggan	2-24
2.10 <i>Correspondence Analysis</i>	2-26
2.11 Uji Hipotesis	2-27

Bab 3 Metodologi Penelitian.....	3-1
3.1 Flowchart	3-1
3.2 Studi Pustaka	3-4
3.3 Identifikasi Masalah	3-4
3.4 Pembatasan Masalah.....	3-4
3.5 Perumusan Masalah.....	3-5
3.6 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.7 Membuat Kerangka Penelitan.....	3-6
3.8 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan dan Penelitian	3-7
3.9 Uji Validitas Konstruk.....	3-8
3.10 Menentukan Unit Sampling.....	3-8
3.11 Menentukan Teknik Sampling.....	3-9
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.13 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.14 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-10
3.15 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-11
3.16 Penentuan Jumlah Sampel Penelitian	3-12
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-13
3.18 Pengumpulan Data.....	3-13
3.19 Uji Validitas.....	3-15
3.20 Uji Reliabilitas.....	3-16
3.21 Analisis Hasil Pengolahan Data	3-17
3.22 Usulan.....	3-19
3.23 Kesimpulan dan Saran.....	3-19
3.24 Selesai.....	
Bab 4 Pengumpulan Data.....	4-1
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	4-2
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3 Kuesioner Penelitian.....	4-5

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis	5-1
5.1 Validitas Konstruk.....	5-1
5.2 Variabel Pendahuluan.....	5-1
5.3 Variabel Penelitian.....	5-5
5.4 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-6
5.5 Hasil Segmentasi Pengolahan Data Profil Responden	5-12
5.6 <i>Targetting</i>	5-19
5.7 Perhitungan Persentase Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-20
5.8 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-23
5.9 <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-29
5.10 Uji Hipotesis	5-36
5.11 Analisis Gabungan CA, IPA dan Uji Hipotesis.....	5-39
5.12 <i>Positioning</i>	5-41
5.13 Usulan.....	5-42
Bab 6 Kesimpulan dan Saran	6-1
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran	6-10
Daftar Pustaka	xiv
Lampiran	L-1
Data Penulis	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Konsumen Servis	1-2
Tabel 3.1 Atribut Segmentasi.....	3-7
Tabel 3.2 Kuesioner Penelitian	3-11
Tabel 3.3 Prioritas Perbaikan Kerja	3-18
Tabel 4.1 Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-3
Tabel 4.2 Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan (Lanjutan)	4-4
Tabel 4.3 Data Pesaing.....	4-4
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Domisili.....	4-5
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Usia	4-5
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	4-5
Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Uang Saku Pelajar / Mahasiswa.....	4-7
Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	4-6
Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Media Informasi.....	4-6
Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Media Internet / Media Sosial.....	4-6
Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Servis Motor	4-6
Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Waktu Kunjungan	4-7
Tabel 4.13 Profil Responden Berdasarkan Alasan Utama Memilih Servis di PT. Antar Putrta Motor.....	4-7
Tabel 4.14 Profil Responden Berdasarkan Jenis Servis Yang Sering Digunakan	4-7
Tabel 4.15 Rangkuman Jawaban Responden Akan Jumlah Kepentingan dan Kinerja	4-8
Tabel 4.16 Rangkuman Jawaban Responden Akan Peringkat Keunggulan (CA)	4-9
Tabel 5.1 Hasil Pengolahan Persentase.....	5-2
Tabel 5.2 Hasil Pengolahan Persentase Yang Diterima	5-3
Tabel 5.3 Hasil Pengolahan Persentase Yang Dibuang	5-4
Tabel 5.4 Variabel Penelitian.....	5-5
Tabel 5.5 Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-7
Tabel 5.6 Perbandingan Nilai r Hitung dengan Nilai r Tabel Tingkat Kepentingan	5-8

Tabel 5.7 Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-9
Tabel 5.8 Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kinerja	5-10
Tabel 5.9 Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja.....	5-11
Tabel 5.10 Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kinerja.....	5-12
Tabel 5.11 Perhitungan Gabungan Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	
Tiap Atribut	5-20
Tabel 5.12 Contoh Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	5-21
Tabel 5.13 Contoh Perhitungan Tingkat Kinerja	5-21
Tabel 5.14 Nilai Rata- Rata Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan.....	5-23
Tabel 5.15 Jumlah Variabel Unggul Tiap Variabel Tempat Servis Motor	5-30
Tabel 5.16 Jarak Peringkat Tiap Variabel Terhadap Kedua Tempat Servis	
Motor (satuan <i>Centimeter</i>).....	5-33
Tabel 5.17 Keunggulan PT. Antar Putra Motor	5-35
Tabel 5.18 Ketidakeunggulan PT. Antar Putra Motor	5-36
Tabel 5.19 Uji Hipotesis	5-37
Tabel 5.20 Hasil Gabungan Variabel Berdasarkan Masing – Masing	
Kuadran dan Peringkat Keunggulan.....	5-39
Tabel 5.21 Skala Prioritas Perbaikan	5-40
Tabel 5.22 Perbandingan Paket Harga Servis	5-43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Total Konsumen Servis Setiap Tahun	1-3
Gambar 2.1 Teknik Sampling	2-14
Gambar 2.2 Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-25
Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian	3-1
Gambar 3.2 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan).....	3-2
Gambar 3.3 Diagram Alir Penelitian (Lanjutan).....	3-3
Gambar 3.4 Diagram Kerangka Penelitian	3-6
Gambar 3.5 Wilayah Kritis Uji Z.....	3-15
Gambar 3.6 Diagram Kartesius IPA	3-17
Gambar 4.1 PT. Antar Putra Motor.....	4-1
Gambar 4.2 Peta Lokasi PT. Antar Putra Motor	4-2
Gambar 4.3 Struktur Organisasi PT. Antar Putra Motor	4-2
Gambar 5.1 Persentase Domisili	5-12
Gambar 5.2 Persentase Usia.....	5-13
Gambar 5.3 Persentase Pekerjaan	5-13
Gambar 5.4 Persentase Uang Saku Pelajar / Mahasiswa	5-14
Gambar 5.5 Persentase Penghasilan Bukan Pelajar / Bukan Mahasiswa.....	5-14
Gambar 5.6 Persentase Media Informasi	5-15
Gambar 5.7 Persentase Media Sosial / Internet	5-16
Gambar 5.8 Persentase Frekuensi Kunjungan Servis Motor	5-16
Gambar 5.9 Presentase Hari Kunjungan	5-17
Gambar 5.10 Persentase Alasan Utama Pemilihan Tempat Servis di PT. Antar Putra Motor	5-17
Gambar 5.11 Persentase Jenis Servis Yang Digunakan Konsumen	5-18
Gambar 5.12 Rentang Kesimpulan Perhitungan Kinerja.....	5-22
Gambar 5.13 Grafik IPA	5-24
Gambar 5.14 Grafik <i>Row and Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-32
Gambar 5.15 Grafik Wilayah Kritis H0.....	5-38