

ABSTRAK

TIKI Dustira adalah salah satu gerai jasa pengiriman PT. Citra Van Titipan Kilat yang berdiri sejak tahun 2000. Sejak awal berdirinya TIKI Dustira, banyak konsumen yang mengirim barang di gerai tersebut, namun selama 4 tahun terakhir, gerai tersebut mengalami penurunan pendapatan hingga 22,5%. Tujuan dari penelitian ini, antara lain mengetahui kinerja, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen terhadap TIKI Dustira, faktor-faktor kinerja apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen, mengidentifikasi *Segmentation, Targeting, dan Positioning* (STP) dan memberikan usulan strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen dari jasa TIKI Dustira.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada perusahaan, penyebaran kuesioner, dan observasi. Konsep yang digunakan dalam penyusunan kuesioner, adalah: bauran pemasaran, yaitu 7P dan STP. Penyebaran kuesioner dilakukan sebanyak 2 kali yaitu kuesioner pendahuluan kepada 30 orang dan kuesioner penelitian kepada 120 orang responden dengan syarat yang mengisi kuesioner berumur 17 tahun dan pernah mengirim barang di TIKI Dustira minimal 1 kali.

Hasil kuesioner pendahuluan akan menggunakan presentase. Pada kuesioner penelitian terdapat 3 bagian. Bagian pertama yaitu profil responden yang diolah dengan menggunakan *pie chart*. Kuesioner bagian kedua yaitu tingkat kinerja dan kepentingan dan bagian ketiga yaitu loyalitas. Penelitian ini diolah dengan menggunakan metode *Multiple Regression Analysis* (MRA) yang digunakan untuk mengetahui variabel kinerja 7P (independen) apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen (dependen), metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk didapatkan fokus perbaikan, dan metode Uji Hipotesis Ketidakpuasan yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen kinerja TIKI Dustira.

Hasil yang didapatkan dengan MRA didapatkan 6 variabel yang sangat berpengaruh terhadap variabel loyalitas. Variabel tersebut adalah kecepatan waktu pelayanan, kerapian pengemasan, ketanggapan karyawan, kecukupan kursi ruang tunggu, kejelasan harga dan kemudahan mengecek nomor resi. Berdasarkan hasil IPA, terdapat 9 variabel yang sebaiknya dipertahankan, 14 variabel yang harus menjadi fokus perbaikan, 8 variabel yang prioritasnya rendah, dan 7 variabel yang dianggap berlebihan. Berdasarkan hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan terdapat 25 variabel yang dirasa belum memuaskan konsumen dan terdapat 13 variabel yang dirasa sudah memuaskan konsumen. Analisis penggabungan MRA, IPA, dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan dilakukan untuk mendapatkan prioritas perbaikan

Target pasar dari TIKI Dustira adalah konsumen yang berumur 17-55 tahun, bekerja sebagai wirasaha dan pegawai negeri/swasta, berpenghasilan Rp. 2.800.000 s/d - Rp. 10.000.000 berdomisili di Cimahi Tengah dan Cimahi Utara. Usulan *positioning* yang diberikan adalah “Hanya Satu Titipan Kilat Gerai dengan Layanan Terbaik”. Usulan yang diberikan untuk meningkatkan loyalitas konsumen adalah aktif melakukan promosi di media sosial, memberikan pelatihan kepada karyawan, memberikan potongan harga kepada konsumen yang sudah sering mengirim barang di TIKI Dustira, dll.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS LAPORAN.....	iii
PERNYATAAN PUBLIKASI LAPORAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN	1-1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2. Identifikasi Masalah	1-2
1.3. Pembatasan Masalah	1-3
1.4. Perumusan Masalah.....	1-3
1.5. Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6. Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2-1
2.1. Pemasaran.....	2-1
2.2. Bauran Pemasaran	2-1
2.3. <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> Pasar.....	2-3
2.3.1. <i>Segmentation</i>	2-3
2.3.2. <i>Targeting</i>	2-4
2.3.3. <i>Positioning</i>	2-4
2.4. Loyalitas Konsumen.....	2-5
2.5. Teknik Pengumpulan Data	2-7
2.6. Populasi dan Sampel	2-9
2.6.1. Populasi	2-9
2.6.2. Sampel.....	2-9

2.7. Menentukan Ukuran Sampel	2-9
2.8. Teknik Sampling	2-10
2.8.1. <i>Probability Sampling</i>	2-11
2.8.2. <i>Non Probability Sampling</i>	2-11
2.9. Data Berskala	2-12
2.10. Tipe Skala Pengukuran.....	2-13
2.11. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.12. Pengujian Validitas Instrumen	2-17
2.12.1 Pengujian Validitas Internal	2-17
2.12.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-18
2.13. Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-18
2.14. Analisis Tingkat Kepentingan dan Performasi Pelanggan	2-20
2.15. Pengujian Asumsi Klasik	2-23
2.16. <i>Multiple Regression Analysis</i>	2-25
2.17. Uji F.....	2-26
2.18. Uji t.....	2-27
2.19. Uji Hipotesis.....	2-27
2.20. Uji Z	2-28
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	3-1
3.1 Mulai	3-4
3.2. Penelitian Pendahulaun	3-5
3.3 Identifikasi Masalah	3-5
3.4. Pembatasan Masalah	3-5
3.5. Perumusan Masalah.....	3-5
3.6. Tujuan Penelitian.....	3-5
3.7. Tinjauan Pustaka	3-6
3.8 Menyusun Variabel Penelitian	3-6
3.9. Menyusun Kuesioner Pendahuluan	3-11
3.10. Pengujian Validitas Konstruk.....	3-12
3.11. Penentuan Jumlah Sampel Pendahuluan	3-12
3.12. Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-12

3.13. Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-12
3.14. Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-13
3.15. Penentuan Jumlah Sampel	3-14
3.16. Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-15
3.17 Uji Validitas Kuesioner Penelitian	3-15
3.18. Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	3-16
3.19. Pengolahan Kuesioner Penelitian	3-17
3.19.1 Pengujian Asumsi Klasik	3-17
3.19.1 <i>Multiple Regression Analysis</i> (MRA)	3-22
3.19.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-24
3.19.4 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-26
3.20. Analisis Pengolahan Data	3-28
3.21 Usulan	3-29
3.22. Kesimpulan dan Saran	3-29
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4-1
4.1. Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.2. Kuesioner Pedahuluan	4-2
4.2.1. Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.3 Kuesioner Penelitian	4-3
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5-1
5.1. Hasil Uji Validitas Konstruk	5-1
5.2 Penyebaran dan Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-3
5.3.1. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kipentingan	5-4
5.3.2. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-7
5.3.3. Pengujian Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-8
5.4. Pengujian Asumsi Klasik	5-9
5.4.1. Uji Kenormalan Data	5-9
5.4.2. Uji <i>Heteroscedasticity</i>	5-10
5.4.3. Uji Independensi Error	5-11

5.4.4. Uji <i>Linearity</i>	5-11
5.4.5. Uji <i>Multicollinearity</i>	5-12
5.5 <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-13
5.5.1 Pengolahan Data <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-16
5.6 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-20
5.7. Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-25
5.8. Analisis Gabungan Antara <i>Multiple Regression Analysis (MRA)</i> <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> , dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-29
5.9. Hasil Pengolahan Data Loyalitas Konsumen	5-34
5.10 Hasil Pengolahan Data Profil	5-35
5.11. Segmentasi dan Targeting	5-42
5.11.1 Segmentasi.....	5-42
5.11.2 Targeting	5-43
5.11.3 <i>Positioning</i>	5-44
5.12. Usulan.....	5-46
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	6-1
6.1. Kesimpulan.....	6-1
6.2. Saran.....	6-7
DAFTAR PUSTAKA	
DATA PENULIS	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Pendapatan Tahun 2015-2018	1-1
2.1	Pedoman Ketentuan Nilai Koefisien Korelasi	2-26
3.1	Pengkeleompokan Segmentasi	3-9
3.2	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan 7P	3-10
3.3	Variabel Penelitian Kuesioner Berdasarkan Loyalitas	3-11
3.4	Ketentuan Nilai Koefisien Korelasi	3-22
3.5	Gabungan Penentuan Prioritas Perbaikan	3-28
4.1	Hasil Kuesioner Penelitian	4-2
4.2	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4-3
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	4-3
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4-3
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Uang Saku	4-4
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Penghasilan	4-4
4.7	Profil Konsumen Berdasarkan Domisili	4-4
4.8	Profil Konsumen Berdasarkan Informasi Mengenai TIKI	4-4
4.9	Profil Konsumen Berdasarkan Mengirim Barang	4-5
4.10	Profil Konsumen Berdasarkan Tipe Pengiriman	4-5
4.11	Profil Konsumen Berdasarkan Metode Pembayaran	4-5
4.12	Profil Konsumen Berdasarkan Metode Elektronik	4-5
4.13	Profil Konsumen Berdasarkan Metode Cetak	4-5
4.14	Profil Konsumen Berdasarkan Metode Sosial	4-6
4.15	Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan	4-6
4.16	Hasil Kuesioner Tingkat Kinerja	4-7
4.17	Hasil Kuesioner Tingkat Loyalitas	4-7

Tabel	Judul	Halaman
5.1	Hasil Kuesioner Penelitian Pendahuluan	5-2
5.2	Hasil Pengujian Tingkat Kepentingan	5-4
5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-5
5.4	Hasil Pengujian Tingkat Kepentingan (2)	5-6
5.5	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kepentingan (2)	5-7
5.6	Hasil Pengujian Tingkat Kinerja	5-7
5.7	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-8
5.8	Hasil Pengujian Validitas Loyalitas Konsumen	5-8
5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Loyalitas Konsumen	5-8
5.10	Hasil Pengujian Kenormalan Data	5-9
5.11	Hasil Pengujian <i>Homoscedasticity</i>	5-10
5.12	Hasil Pengujian Independensi Error	5-11
5.13	Hasil Pengujian Uji Linearity	5-11
5.14	Hasil Pengujian <i>Multicollinearity</i>	5-12
5.15	Hasil Pengolahan <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-16
5.16	Hasil Pengolahan <i>Multiple Regression Analysis</i> (2)	5-17
5.17	Hasil Pengolahan <i>Multiple Regression Analysis</i> (3)	5-19
5.18	Hasil Pengolahan <i>Multiple Regression Analysis</i> (4)	5-19
5.19	Hasil Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-21
5.20	Variabel Kuadran 1	5-23
5.21	Variabel Kuadran 2	5-23
5.22	Variabel Kuadran 3	5-24
5.23	Variabel Kuadran 4	5-24
5.24	Hasil Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-26
5.25	Variabel Konsumen Merasa Puas	5-28
5.26	Variabel Konsumen Tidak Merasa Puas	5-28

Tabel	Judul	Halaman
5.27	Analisis Gabungan	5-29
5.28	Variabel Prioritas Perbaikan	5-30
5.29	Hasil Perhitungan Data Loyalitas Konsumen	5-34
5.30	Rangkuman Segmentasi	5-42
5.31	Rangkuman <i>Targeting</i>	5-43



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Pendapatan TIKI Tahun 2015-2018	1-1
2.1	Teknik Sampling	2-10
2.2	Diagram Kartesius	2-11
2.3	Grafik Wilayah Kritis	2-28
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Model Penelitian	3-11
3.3	Diagram Kartesius Metode IPA	3-25
3.4	Grafik Uji Hipotesis	3-27
4.1	Lokasi TIKI Dustira	3-1
4.2	Peta Lokasi TIKI Dustira	3-1
5.1	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	5-22
5.2	Grafik Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-27
5.3	Persentase Jenis Kelamin	5-35
5.4	Persentase Usia	5-35
5.5	Persentase Pekerjaan	5-36
5.6	Persentase Uang Saku	5-36
5.7	Persentase Penghasilan	5-37
5.8	Persentase Domisili	5-37
5.9	Persentase Informasi Mengenai TIKI	5-38
5.10	Frekuensi Mengirim Barang	5-38
5.11	Tipe Pengiriman	5-39
5.12	Metode Pembayaran	5-39
5.13	Media Elektornik	5-40
5.14	Media Cetak	5-40
5.15	Media Sosial	5-41
5.16	Kecukupan Kursi Ruang Tunggu Aktual	5-48
5.17	Kecukupan Kursi Ruang Tunggu Aktual Usulan	5-48

5.18	Keadaan Aktual Posisi Timbangan	5-50
5.19	Usulan Posisi Timbangan	5-50
5.20	Diagram Aliran TIKI Dustira	5-51
5.21	<i>Packing</i> Dus	5-52
5.22	Usulan <i>Packing</i> Dus	5-53
5.23	<i>Packing</i> Dus Barang Besar	5-53
5.24	Usulan <i>Packing</i> Dus Barang Besar	5-54
5.25	Mengecek Nomor Resi	5-54
5.26	Kursi Tunggu TIKI Dustira	5-55
5.27	Usulan Kursi Tunggu	5-55
5.28	Instagram TIKI Dustira	5-56
5.29	Plang TIKI Dustira	5-57
5.30	Usulan Plang TIKI Dustira	5-57
5.31	Usulan Member Card	5-58
5.32	Jam Operasional TIKI Dustira	5-60
5.33	Usulan Seragam TIKI Dustira	5-62
5.34	Kondisi penerangan lampu	5-64
5.35	Usulan Kipas Angin	5-68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
L.1	Kuesioner Penelitian	L-1
L.2	Input Pengujian Validitas dan Reliabilitas	L-8
L.3	Output Pengujian Asumsi Klasik	L-11
L.4	Tabel nilai r	L-14
L.5	Tabel normal	L-15

