

ABSTRAK

PEP sebagai anak usaha Pacific Paint, berkantor pusat di Jakarta, bergerak dalam bidang pendistribusian dan pemasaran cat mobil produksi Pacific Paint. PEP mencoba masuk ke wilayah Jawa Barat sejak tahun 2001. Sejak 2004, kantor cabang pemasaran dan distribusinya berada di jalan Tampomas no.8 Bandung. Saat ini, PEP Jawa Barat sedang menghadapi masalah ketidaktercapaian target penjualan dimana mereka menargetkan penjualan untuk wilayah Bandung sebesar 20%, namun saat ini posisinya masih berada di bawah 10%. Hal ini disebabkan karena persaingan merek cat mobil, persepsi kualitas cat yang belum dikenal, kalah bersaing dalam hal persepsi kualitas cat pada pemilik bengkel, dan paket nilai yang dipromosikan PEP Jawa Barat tidak jelas. Untuk membantu PEP Jawa Barat mencapai target, maka penulis melakukan penelitian mengenai perbandingan *Perceived Quality* pada pemilik bengkel antar merek-merek cat NC di wilayah pemasaran Bandung, sehingga dapat menemukan paket nilai yang dipromosikan PEP pada pemilik bengkel. Penelitian ini dibatasi pada bengkel NC karena persaingan cat mobil kelas NC lebih ketat dibandingkan dengan kelas PU.

Langkah awal yang penulis lakukan adalah wawancara kepada pemilik-pemilik bengkel untuk mengetahui merek-merek cat yang banyak digunakan dan faktor-faktor yang dipertimbangkan pemilik bengkel dalam membeli cat mobil. Berdasarkan hasil wawancara, penulis membuat kuesioner perbandingan *Perceived Quality* yang dibagikan kepada pemilik bengkel cat NC yang pernah menggunakan 3 produk cat mobil yang telah ditentukan oleh peneliti berdasarkan kuesioner awal, yaitu Danagloss, Autolux, dan Pacigloss. Populasi ini didekati oleh pemakai Pacigloss karena kebanyakan pemilik bengkel sudah mengenal dan menggunakan Danagloss dan Autolux. Sementara itu pemilik bengkel pemakai Danagloss dan Autolux belum tentu pernah menggunakan Pacigloss. Populasi jumlah bengkel yang menggunakan Pacigloss di Bandung berdasarkan data peserta sarasehan yang diundang PEP Jawa Barat sebanyak 75 bengkel sehingga sampel yang diambil ialah 59 bengkel (Sugiyono, 2005) dengan menggunakan tingkat kesalahan 10 %. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah *simple random sampling*. Hasil dari kuesioner tersebut, diolah dengan menggunakan *Importance-Performance* dan *Correspondence Analysis*.

Hasil pengolahan data diperoleh faktor-faktor penting yang mempengaruhi pemilik bengkel dalam membeli cat mobil, yaitu kemudahan penyesuaian warna, harga murah, ketahanan warna, kemudahan diperoleh, kecepatan kering, kesesuaian harga dengan kualitas, kekentalan cat, waktu pencampuran warna, besarnya perbandingan warna dasar dan thinner, minimasi bahan tambahan, variasi warna, pemberian garansi, kelengkapan bahan pendukung, stabilitas warna cat, kekuatan tutup kaleng, luas daya tutup, daya kilap dan promosi. Sedangkan hasil pengolahan CA diketahui bahwa Pacigloss unggul dalam hal harga murah, ketahanan warna, daya kilap, minimasi bahan tambahan, logo yang menarik, kemudahan membuka tutup kaleng dan promosi. Berdasarkan tingkat kepentingan dan keunggulan yang diperoleh, maka penulis mengusulkan strategi diferensiasi pada variabel unggul-penting yaitu harga murah, ketahanan warna, daya kilap, minimasi bahan tambahan, dan promosi sehingga PEP Jawa Barat dapat mempromosikan produknya berdasarkan diferensiasi tersebut.

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1. 1 Latar Belakang Masalah.....	1 - 1
1. 2 Identifikasi Masalah	1 - 2
1. 3 Pembatasan Masalah	1 - 4
1. 4 Perumusan Masalah	1 - 4
1. 5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	1 - 4
▪ Tujuan Penelitian	1 - 4
▪ Manfaat Penelitian	1 - 5
1. 6 Sistematika Penulisan	1 - 5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2. 1 Persaingan	2 - 1
2. 1. 1 Konsep Persaingan.....	2 - 1
2. 1. 2 Strategi Bersaing	2 - 2
2. 1. 2. 1 Kekuatan Bersaing	2 - 3
2. 1. 2. 2 Strategi Generik	2 - 4
2. 2 Penentuan Posisi	2 - 5
2. 3 Analisis <i>Perceived Quality</i>	2 - 7
2. 4 Definisi Kepuasan	2 - 9
2. 5 <i>Importance-Performance Analysis</i>	2 - 11
2. 6 Teknik Pengumpulan Data.....	2 - 12
2. 7 Skala Pengukuran.....	2 - 13
2. 8 Sampling	2 - 16
2. 8. 1 <i>Probability Sampling</i>	2 - 16
2. 8. 2 <i>Non Probability Sampling</i>	2 - 17
2. 9 Populasi dan Sampel	2 - 19
2. 10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	2 - 20
2. 10. 1 Pengujian Validitas Instrumen	2 - 21
2. 10. 2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 - 22
2. 11 <i>Correspondence Analysis</i>	2 - 22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3. 1 Penentuan Model Penelitian.....	3 - 3

DAFTAR ISI (Lanjutan)

3.2	Penentuan Indikator	3 - 4
3.3	Penentuan Pesaing.....	3 - 4
3.4	Pembuatan Kuesioner	3 - 4
3.5	Validitas Konstruk	3 - 5
3.6	Uji Coba Kuesioner	3 - 6
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	3 - 6
3.7.1	Uji Validitas	3 - 6
3.7.2	Uji Reliabilitas	3 - 7
3.8	Pengumpulan Data	3 - 7
3.8.1	Penentuan Sampel	3 - 7
3.8.2	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 - 8
3.9	Pengolahan Data	3 - 8
3.9.1	Uji Ketidakpuasan.....	3 - 8
3.9.2	Pengolahan <i>Importance-Performance Analysis</i>	3 - 9
3.9.3	Pengolahan Perbandingan <i>Perceived Quality</i>	3 - 9
3.10	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3 - 10
3.11	Kesimpulan	3 - 10
3.12	Pengembangan Usulan.....	3 - 10
3.13	Penulisan Skripsi.....	3 - 10
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan	4 - 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4 - 1
4.1.2	Struktur Organisasi	4 - 2
4.2	Pengumpulan Data	4 - 3
4.2.1	Pengumpulan Data Pendahuluan	4 - 3
4.2.1.1	Indikator <i>Perceived Quality</i>	4 - 3
4.2.1.2	Data Pesaing	4 - 4
4.2.2	Pengumpulan Data Penelitian	4 - 4
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Pengolahan Data	5 - 1
5.1.1	Pengolahan Data Pesaing Pacigloss.....	5 - 1
5.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	5 - 2
5.1.3	Pengolahan Kuesioner <i>Perceived Quality</i> dengan menggunakan diagram <i>Importance-Performance Analysis</i> (IPA)	5 - 8
5.1.4	Uji Ketidakpuasan.....	5 - 9
5.1.5	Pengolahan Kuesioner Persaingan Antar Merek dengan menggunakan <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 11
5.2	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	5 - 13
5.2.1	Analisis Uji Validitas dan Reliabilitas	5 - 13
5.2.2	Analisis <i>Brand Awareness</i>	5 - 13
5.2.3	Analisis Harapan Pemilik Bengkel	5 - 14

DAFTAR ISI (Lanjutan)

5. 2. 4	Analisis Persepsi Kualitas Pacigloss.....	5 - 15
5. 2. 5	Analisis Perbandingan Posisi Atribut <i>Perceived Quality</i> Antar Merek	5 - 24
5. 2. 6	Analisis Penentuan Paket Nilai Yang Ditawarkan PEP.....	5 - 26
5. 3	Usulan	5 - 28
5. 4	Usulan Perbaikan Kualitas	5 - 30
BAB 6 PENUTUP		
6. 1	Kesimpulan	6 - 1
6. 2	Saran.....	6 - 2
6. 2. 1	Saran Bagi Perusahaan	6 - 2
6. 2. 2	Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	6 - 2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
NARASUMBER SEMINAR JUDUL		
NARASUMBER SEMINAR ISI		
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		
DATA PENULIS		

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2. 1	Penentuan Jumlah Sampel	2 - 20
4. 1	Indikator <i>Perceived Quality</i>	4 - 3
4. 2	Merek Pesaing	4 - 4
4. 3	Hasil Kuesioner Untuk Tingkat Kepentingan	4 - 5
4. 4	Hasil Kuesioner Untuk Tingkat Kinerja	4 - 6
4. 5	Hasil Kuesioner Peta Posisi	4 - 7
4. 6	Data Input <i>Correspondence Analysis</i>	4 - 10
5. 1	<i>Top Of Mind</i> Merek Cat NC	5 - 1
5. 2	<i>Brand Recall</i> Merek Cat NC	5 - 2
5. 3	Uji Validitas Untuk 30 Responden	5 - 3
5. 4	Uji Validitas Keseluruhan	5 - 6
5. 5	Nilai rata-rata <i>Importance-Performance</i>	5 - 9
5. 6	Uji Hipotesis	5 - 10
5. 7	Data Input <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 12
5. 8	Harapan Pemilik Bengkel	5 - 14
5. 9	Perbandingan Uji Ketidakpuasan	5 - 16
5. 10	Perbandingan Atribut <i>Importance-Performance</i>	5 - 17
5. 11	Keunggulan Tiap Merek Terhadap Atribut	5 - 24

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2. 1	<i>The Five Basic Competitive Forces</i>	2 - 4
2. 2	Nilai dari <i>Perceived Quality</i>	2 - 7
2. 3	Distribusi daerah Penolakan	2 - 10
2. 4	Diagram Kartesius Berdasarkan Kuadran	2 - 12
2. 5	Pembagian Teknik <i>Sampling</i>	2 - 16
3. 1	Metodologi Penelitian	3 - 1
3. 2	Distribusi daerah Penolakan	3 - 9
4. 1	Struktur Organisasi PT PEP Jawa Barat	4 - 2
5. 1	Diagram Pareto	5 - 1
5. 2	Reliabilitas Tingkat Kepentingan 30 Responden	5 - 5
5. 3	Reliabilitas Kinerja Pacigloss 30 Responden	5 - 5
5. 4	Reliabilitas Tingkat Kepentingan Keseluruhan	5 - 7
5. 5	Reliabilitas Kinerja Pacigloss Keseluruhan	5 - 7
5. 6	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5 - 12
5. 7	Grafik <i>Importance-Performance</i>	5 - 17
5. 8	Kuadran <i>Importance-Performance</i>	5 - 19
5. 9	Kuadran Kepentingan-Keunggulan	5 - 26
5. 10	Kuadran Kinerja-Keunggulan	5 - 27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruk	L1 - 1
2	Kuesioner Penelitian	L2 - 1
3	Pengolahan Data	L3 - 1
4	Tabel-Tabel	L4 - 1