

ABSTRAK

Pada tahun 2005 PT Astra Honda Motor meluncurkan produk motor matic dengan nama VARIO di daerah pemasaran Jawa Barat. Sebagai *main dealer* motor Honda di Jawa Barat, PT Daya Adira Mustika kesulitan untuk mencapai posisi pemimpin pasar pada motor matic VARIO karena VARIO relatif terlambat dipasarkan dibanding dengan pesaing-pesaingnya seperti MIO, SPIN & NOUVO.

Model yang digunakan untuk memecahkan masalah di atas ialah *Perceived Quality* dengan menggunakan metode Uji Hipotesis Ketidakpuasan, *Importance Performance Analysis* dan *Importance Performance Analysis* Persaingan. Kuesioner penelitian yang digunakan ialah kuesioner harapan konsumen terhadap motor matic, kinerja VARIO, kinerja MIO, kinerja SPIN, dan kinerja NOUVO. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 272 responden pengguna motor matic. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Kuesioner disebar di parkiran motor beberapa *mall* di Bandung.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sebenarnya kinerja VARIO pada sebagian besar atribut telah mampu menyamai harapan konsumen atau melebihi pesaing. PT Daya Adira Mustika harus menempuh dua cara untuk meningkatkan peminatan konsumen yaitu: (1) melakukan pergeseran persepsi masyarakat atas kelemahan VARIO yaitu kestabilan saat menikung dan membelok karena bentuk *body* yang besar ke arah manfaat muatan bagasi yang lebih besar; serta (2) mempertajam promosi atas keunggulan-keunggulan VARIO yaitu Ketersediaan bengkel resmi *service & perawatan*, kepakeman rem cakram depan dan rem belakang, kemudahan penyimpanan barang (*box* serbaguna & bagasi fungsional), garansi daya tahan mesin, kombinasi warna motor, serta citra merek.

Usulan-usulan yang dikembangkan agar VARIO lebih laku di pasar Bandung ialah: (1) PT Daya Adira Mustika mengganti tema promosi “*INILAH SKUTER MATIC YANG SESUNGGUHNYA*” menjadi “*U can FEEL SAFE, CONFIDENCE, STYLISH and COMPLETELY..ARE U?*” yang mewakili poin-poin keunggulan VARIO; serta (2) Tindakan promosi dengan gebrakan yang baru yaitu penyebaran brosur dan pemasangan *banner* saat promosi yang mencantumkan keunggulan-keunggulan VARIO. Sedangkan ada beberapa usulan bagi PT Astra Honda Motor untuk melakukan perbaikan serta penyempurnaan dari variabel variabel yaitu Bentuk Body, Kemampuan mesin dalam menanjak, Kehalusan Getaran Mesin, Keandalan Sistem Pembuangan Ramah Lingkungan, Kelembutan Sok Motor Saat Dikendarai (*Suspensi*), Kenyamanan Posisi Duduk (*Jok*), Kekuatan Rangka *Body* motor (*Chasis*), Ketersediaan Bengkel Resmi untuk *Service & Perawatan*, Harga Jual Kembali Tinggi, Kemudahan dalam Menghidupkan Mesin Dengan Stater Elektrik, Kapasitas Tangki Bensin Besar, Keamanan Sistem Pengunci Standar, Masa pakai Suku Cadang, Ketersediaan Suku Cadang, Ketersediaan Garansi.

Kata Kunci: Keunggulan Honda VARIO, Motor Matic

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMAKASIH	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-1
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Kualitas	2-1
2.2 Pengertian <i>Perceived Quality</i>	2-2
2.2.1 Manfaat <i>Perceived Quality</i>	2-3
2.2.2 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i>	2-4
2.2.2.1 Pengukuran <i>Perceived Quality</i> Satu Merek	2-6
2.2.2.2 Pengukuran <i>Perceived Quality</i> Beberapa Merek	2-7
Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	
(IPA) 6 Kuadran	2-7
Metode <i>Importance Performance Analysis</i>	
(IPA) 4 Kuadran	2-8
2.2.2.3 Pengukuran dan Analisis <i>Perceived Quality</i>	
Menurut Kepuasan Pelanggan (<i>Costumer</i>	
<i>Satisfaction</i>)	2-12
2.3 Teknik-teknik Pengujian Hipotesis	2-13
2.3.1 Jenis-jenis Hipotesis	2-14
2.3.2 Uji Hipotesis Dua Populasi	2-16
2.3.3 Uji Hipotesis Lebih Dari Dua Populasi	2-16
2.3.4 Uji Wilayah Berganda	2-17
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-18
2.5 Populasi dan Sampel	2-19
2.5.1 Teknik Sampling	2-20
2.5.2 Penentuan Ukuran Sampel	2-22

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
2.6 Pengembangan Instrumen	2-24
2.6.1 Panduan Pengembangan Kuesioner	2-24
2.6.2 Jenis-Jenis Skala Pengukuran	2-24
2.6.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-27
2.6.3.1 Validitas Instrumen	2-28
2.6.3.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-30
2.7 Rangkuman Studi Kepustakaan	2-32
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	3-1
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.3 Penyusunan Kuesioner	3-5
3.4 Validitas Konstruk	3-5
3.5 Penentuan Populasi	3-8
3.6 Penyebaran Kuesioner Uji Coba	3-8
3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	3-8
3.8 Penentuan Ukuran Sampel	3-10
3.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.10 Pengolahan Data <i>Perceived Quality</i>	3-11
3.10.1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-11
3.10.2 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	3-12
3.10.3 <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) Persaingan	3-12
3.10.3.1 Uji Hipotesis Perbedaan Kinerja Merek	
Minuman Berkarbonasi	3-12
3.10.3.2 Uji Wilayah Berganda	3-13
3.11 Analisis Pemecahan Masalah	3-14
3.12 Pengembangan Usulan	3-14
3.13 Kesimpulan dan Saran	3-14
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat PT Daya Adira Mustika	4-1
4.1.2 Spesifikasi VARIO	4-3
4.2 Data Pendahuluan	4-4
4.2.1 Susunan Matriks Data Mentah	4-4
4.2.2 Penentuan Ukuran Sampel	4-5

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1 Variabel - variabel Harapan Konsumen	5-1
5.2 Pengolahan Data	5-2
5.2.1 Pengujian Validitas Instrumen	5-2
5.2.1.1 Uji Validitas Konstruk	5-2
5.2.1.2 Penyebaran Kuesioner Penelitian Uji Coba	5-5
5.2.1.3 Uji Validitas Eksternal	5-5
5.2.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-7
5.2.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-9
5.2.3.1 Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-9
5.2.3.2 Pengujian Hipotesis Perbedaan Kinerja	5-13
5.2.3.3 Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat	5-21
5.2.3.4 Pengolahan Data Prioritas Perbaikan Kinerja Atribut (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5-27
5.2.3.5 Pengolahan Data Perbandingan Kinerja VARIO, MIO, SPIN dan NOUVO (IPA Persaingan)	5-32
5.3 Analisis	5-37
5.3.1 Prioritas Pertama.....	538
5.3.2 Prioritas Kedua.....	538
5.3.2.1 Kehalusan Getaran Mesin.....	5-39
5.3.2.2 Keandalan Sistem Pembuangan Ramah Lingkungan	5-40
5.3.2.3 Kelembutan Sok Motor Saat Dikendarai (Suspensi).	5-40
5.3.2.4 Kenyamanan Posisi Duduk (Jok).....	5-41
5.3.2.6 Harga Jual Kembali Tinggi.....	5-42
5.3.3 Prioritas Ketiga.....	542
5.3.3.1 Kemampuan Mesin dalam Menanjak.....	5-42
5.3.3.2 Kekuatan Rangka <i>Body</i> Motor (<i>Chasis</i>).....	5-43
5.3.4 Prioritas Keempat.....	542
5.3.5 Prioritas Kelima.....	544
5.3.5.1 Kemudahan dalam Menghidupkan Mesin Dengan Stater Elektrik	544
5.3.5.2 Kapasitas Tangki Bensin Besar.....	5-44
5.3.5.3 Keamanan Sistem Pengunci Standar.....	5-45
5.3.5.4 Masa Pakai Suku Cadang.....	5-45
5.3.5.5 Ketersediaan Suku Cadang.....	5-45
5.3.5.6 Ketersediaan Garansi.....	5-46
5.3.6 Prioritas Keenam.....	546
5.3.6.1 Kepakeman Rem Cakram Depan (<i>Disk Brake</i>).....	5-46
5.3.6.2 Kepakeman Rem Belakang (<i>Tromol</i>).....	5-47
5.3.6.3 Kemudahan Penyimpanan Barang (Box serbaguna & bagasi fungsional).....	5-47
	547

5.3.6.4	Garansi Daya Tahan Mesin.....	5-47
5.3.6.5	Kombinasi Warna Motor.....	5-48
5.3.6.6	Citra Merek.....	5-48
5.3.7	Analisis Kelemahan Promosi PT Astra Honda Motor.....	5-48
5.4	Usulan	5-49
5.4.1	Usulan bagi PT Daya Adira Mustika.....	5-50
5.4.1.1	Usulan Promosi.....	5-50
5.4.1.1.1	Promosi melalui Pameran Dagang.....	5-51
5.4.1.1.2	Promosi melalui <i>Event</i>	5-52
5.4.1.1.3	Promosi di <i>Showroom</i>	5-52
5.4.1.2	Usulan Desain Brosur.....	5-52
5.4.2	Usulan bagi PT Astra Honda Motor.....	5-53

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran	6-3
6.2.1	Saran Bagi Perusahaan	6-3
6.2.2	Saran Penelitian Lebih Lanjut	6-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SK TUGAS AKHIR

KOMENTAR NARA SUMBER SEMINAR JUDUL

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas HONDA VARIO	1-2
1.2	<i>Top of Mind</i> Motor Matic	1-2
1.3	<i>Brand Recall</i> Motor Matic	1-3
1.4	Motor matic yang sering digunakan oleh para responden	1-3
1.5	<i>Costumer Loyalty</i>	1-4
1.6	Perbandingan Harga Motor Matic di Pasaran	1-4
2.1	Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%	2-23
3.1	Variabel-variabel <i>Perceived Quality</i> yang Digunakan	3-7
5.1	Variabel Motor Matic	5-1
5.2	Variabel Harapan Konsumen Tentang Motor Matic	5-4
5.3	Uji Validitas untuk Harapan Konsumen, Kinerja VARIO, Kinerja MIO, Kinerja SPIN Dan Kinerja NOUVO	5-6
5.4	Rata – rata Simpangan Baku untuk Harapan & Kinerja	5-11
5.5	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Kinerja VARIO	5-12
5.6	Nilai rata-rata Kinerja VARIO, MIO, SPIN dan NOUVO	5-15
5.7	Ringkasan Pengolahan Data Pengujian Hipotesis Perbedaan Kinerja	5-16
5.8	Hasil Pengolahan Data Analisis ANOVA (Uji F)	5-18
5.9	Uji Wilayah Berganda	5-23
5.10	Hasil Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat	5-26
5.11	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-27
5.12	Importance Performance Analysis	5-31
5.13	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	5-32
5.14	Importance Performance Analysis (IPA) Persaingan	5-36
5.15	Rangkuman Pengolahan Data	5-38
5.16	Penentuan Target	5-50

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Nilai <i>Perceived Quality</i>	2-3
2.2	Tingkat <i>Performance</i> dan <i>Importance</i>	2-6
2.3	Analisis Kompetitif Tingkat Kepentingan Dan Kinerja	2-8
2.4	Analisis IPA 4 Kuadran	2-12
2.5	Pembagian Teknik Sampling	2-20
3.1	Bagan Metodologi Penelitian	3-1
5.1	Uji Hipotesis Perbedaan Signifikansi Data Harapan Konsumen	5-13
5.2	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-28
5.3	Rata-Rata Tingkat Kinerja VARIO, MIO, SPIN & NOUVO	5-33
5.4	Usulan Brosur	5-53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1.1	Kuesioner Pendahuluan	L1-2
1.2	Kuesioner Penelitian	L1-4
2.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-2
2.2	Data Mentah Kuesioner Uji Coba	L2-7
2.3	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L2-11
3.1	Komentar Seminar Proposal	L3-1
3.2	Komentar Validitas Konstruk	L3-4
4.1	Tabel	L4-1