

ABSTRAK

Bintang Motor Cikutra 213 (BMC213) merupakan salah satu tempat pencucian mobil (*car wash*) yang terletak di jalan Cikutra no. 213 Bandung, yang berdiri pada tanggal 15 Agustus 2005. BMC213 menghadapi masalah saat ini yaitu tidak tercapainya target pencucian mobil yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan serta adanya keluhan konsumen terhadap pelayanan BMC213. Setiap hari biasa BMC213 menargetkan jumlah pencucian mobil berkisar antara 18-20 mobil. Namun, pada kenyataannya jumlah pencucian mobil hanya mencapai 10-15 mobil, sedangkan pada Sabtu-Minggu dan hari raya besar target pencucian mobil yang berkisar antara 25-28 mobil dapat tercapai dengan baik, bahkan sering melebihi target.

Berdasarkan permasalahan diatas, diadakan penelitian yang diharapkan akan membantu BMC213. Penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *car wash*, kelebihan dan kelemahan dari BMC213, tingkat kepuasan konsumen BMC213 serta *segmenting*, *targeting* dan *positioning* sehingga nantinya diperoleh usulan perbaikan bagi BMC213.

Model penelitian menggunakan model *Manuverability* menurut Miland Lele yang terdiri dari empat dimensi yaitu Produk, Pelayanan, Personel, dan Citra. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner awal ditujukan kepada 30 responden yang pernah memakai jasa *car wash*, sedangkan pada kuesioner penelitian ditujukan kepada 100 responden yang pernah memakai jasa ketiga *car wash* yang sedang diamati (BMC213, Cantik Mobil, dan Hug Motor). Cantik Mobil dan Hug Motor merupakan *car wash* pesaing terberat BMC213 dengan alasan faktor lokasi yang berdekatan dan sudah terlebih dahulu beroperasi.

Pada kuesioner pendahuluan, pengolahan data menggunakan metode *Cochran* untuk mereduksi atribut-atribut yang menurut konsumen tidak penting dalam memilih *car wash*. Dari 29 atribut yang ada direduksi menjadi 18 atribut yang menurut konsumen penting dalam memilih *car wash*. Pada kuesioner penelitian, pengolahan data menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA) untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan masing-masing *car wash*, *crosstab* (tabulasi silang) untuk mengetahui karakteristik konsumen serta *rating scale* untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen BMC213. Untuk menentukan prioritas dalam melakukan perbaikan dilakukan dengan membandingkan hasil CA dengan hasil tingkat kepuasan konsumen BMC213.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui beberapa kelemahan BMC213, target pasar BMC213 yang baru, serta beberapa atribut yang menurut konsumen BMC213 tidak puas. Untuk itu diperlukan usulan perbaikan bagi BMC213 seperti mengganti peralatan dan bahan cuci mobil dengan kualitas terbaik, membentuk beberapa team/kelompok dalam mencuci mobil agar proses pencucian lebih cepat, menjaga kebersihan dan keamanan sekitar *car wash*, mentraining karyawan dengan pelatihan-pelatihan khusus, dll. Usulan tersebut diberikan sebagai masukan untuk meningkatkan daya saing pihak BMC213.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1 – 1
1.2	Identifikasi Masalah	1 – 2
1.3	Pembatasan Masalah	1 – 2
1.4	Perumusan Masalah	1 – 2
1.5	Tujuan Penelitian	1 – 3
1.6	Sistematika Penelitian	1 – 3

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1	Jasa	2 – 1
2.1.1	Karakteristik Jasa	2 – 1
2.1.2	Klasifikasi Jasa	2 – 2
2.2	Kepuasan Pelanggan	2 – 3
2.3	Diferensiasi	2 – 3
2.4	Metode Pengumpulan Data	2 – 5
2.5	Populasi dan Sampel	2 – 7
2.6	Teknik Sampling	2 – 9
2.7	Skala Pengukuran	2 – 11
2.8	<i>Cochran Q Test</i>	2 – 14
2.9	Uji Validitas	2 – 15
2.9.1	Pengujian Validitas Konstruksi	2 – 16
2.9.2	Pengujian Validitas Isi	2 – 16
2.9.3	Pengujian Validitas Eksternal	2 – 17

2.10 Uji Reliabilitas	2 – 18
2.11 <i>Correspondence Analysis</i>	2 – 19
2.12 <i>Crosstab</i> (Tabulasi Silang)	2 – 20
2.13 Konsep <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	2 – 21

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pencarian Perusahaan	3 – 4
3.2 Studi Pustaka	3 – 4
3.3 Penelitian Pendahuluan	3 – 4
3.4 Penentuan Topik Penelitian	3 – 4
3.5 Pembatasan Masalah	3 – 5
3.6 Perumusan Masalah	3 – 5
3.7 Penentuan Tujuan Penelitian	3 – 5
3.8 Penentuan Model Penelitian	3 – 6
3.9 Penentuan Variabel Penelitian	3 – 7
3.10 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.11 Penentuan Sampel Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.12 Penentuan Obyek Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.13 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.14 Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.15 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	3 – 10
3.16 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 – 10
3.17 Penentuan Sampel Kuesioner Penelitian	3 – 11
3.18 Penentuan Obyek Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.19 Validasi Konstruksi	3 – 12
3.20 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.21 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.22 Pengujian Data Kuesioner Penelitian	3 – 13
3.23 Pengolahan Data	3 – 13
3.24 Analisis dan Usulan	3 – 13
3.25 Kesimpulan dan Saran	3 – 14

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4 – 1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4 – 1
4.2	Data Penelitian	4 – 1
4.2.1	Data Awal	4 – 1
4.2.2	Kuesioner Pendahuluan	4 – 2
4.2.3	Kuesioner Penelitian	4 – 5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5 – 1
5.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	5 – 3
5.3	Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 5
5.4	<i>Correspondence Analysis</i> (CA)	5 – 7
5.5	Analisis Keterkaitan Peta Posisi dengan Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 23
5.6	Data Umum Konsumen	5 – 27
5.7	Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)	5 – 28
5.8	Usulan	5 – 32

BAB 6 PENUTUP

6.1	Kesimpulan	6 – 1
6.2	Saran	6 – 7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Variabel Diferensiasi	2 – 5
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 – 4
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4 – 5
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	4 – 5
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (pelajar/mahasiswa)	4 – 6
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (sudah bekerja)	4 – 6
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4 – 6
4.7	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Mobil	4 – 6
4.8	Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian	4 – 7
5.1	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5 – 3
5.2	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5 – 4
5.3	Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 5
5.4	Contoh Perhitungan Tingkat Kepuasan	5 – 6
5.5	Data Input SPSS ANACOR	5 – 8
5.6	<i>Table to be Analyzed</i>	5 – 9
5.7	<i>The Rowprofiles</i>	5 – 10
5.8	<i>The Columnprofiles</i>	5 – 11
5.9	<i>Dimension</i>	5 – 11
5.10	<i>Row Scores</i>	5 – 12
5.11	<i>Column Scores</i>	5 – 12
5.12	Jarak Atribut Terhadap <i>Car Wash</i>	5 – 14
5.13	Posisi Ketiga <i>Car Wash</i> Berdasarkan Ranking Tiap Atribut	5 – 15
5.14	Kelebihan dan Kelemahan BMC213	5 – 22
5.15	Kelebihan dan Kelemahan Cantik Mobil	5 – 22
5.16	Kelebihan dan Kelemahan Hug Motor	5 – 23

Tabel	Judul	Halaman
5.17	Prioritas Perbaikan BMC213	5 – 24
5.18	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	5 – 27
5.19	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	5 – 27
5.20	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (pelajar/mahasiswa)	5 – 27
5.21	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (sudah bekerja)	5 – 28
5.22	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	5 – 28
5.23	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Mobil	5 – 28
5.24	<i>Crosstab</i> Pekerjaan, Usia, dan Jenis Kelamin Responden	5 – 30
5.25	<i>Crosstab</i> Jenis Mobil, Usia, dan Jenis Kelamin Responden	5 – 31

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2 – 9
2.2	Grafik <i>Chi Square</i>	2 – 15
3.1	<i>Flow Chart</i> Penelitian	3 – 1
5.1	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5 – 13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Kuesioner Pendahuluan	LA – 1
A	Kuesioner Penelitian	LA – 3
B	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	LB – 1
B	Data Mentah Kuesioner Penelitian	LB – 2
C	Pengolahan <i>Cochran Q Test</i>	LC – 1
C	Pengolahan Uji Reliabilitas	LC – 14
C	Peta Posisi	LC – 15
D	Tabel Nilai <i>r Product Moment</i>	LD – 1
D	Tabel <i>Chi Square</i>	LD – 2