

ABSTRAK

Tingginya mobilitas masyarakat berimbas pada peningkatan bisnis jasa terutama angkutan darat. Persaingan yang semakin ketat khususnya antara travel yang memiliki rute perjalanan Jakarta-Bandung. V3-Trans merupakan salah satu jasa travel yang bergerak di bidang alat transportasi darat. Adapun masalah yang dihadapi oleh jasa travel V3-Trans adalah tidak tercapainya target penumpang Jasa travel V3-Trans pada hari biasa yang telah ditetapkan oleh pihak perusahaan serta adanya keluhan konsumen terhadap pelayanan jasa travel. Target jumlah penumpang yang ingin dicapai oleh pemimpin perusahaan dalam satu kali perjalanan V-3 Trans minimal 7 orang dalam satu kali perjalanan Jakarta ↔ Bandung, namun pada kenyataannya jumlah penumpang hanya dibawah 7 orang. Sedangkan pada hari Sabtu-Minggu-Senin dan hari raya besar target penumpang dapat tercapai dengan baik, bahkan sering melebihi target yaitu 15 orang.

Penelitian dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih jasa travel Jakarta ↔ Bandung, kelebihan dan kelemahan dari V3-Trans, tingkat kepuasan konsumen V3-Trans serta *segmentation, targeting* dan *positioning* sehingga nantinya diperoleh usulan perbaikan bagi V3-Trans.

Model penelitian yang dipakai adalah 7 bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence* dan *Process*. Pengolahan data menggunakan uji Cochran serta correspondence analysis (CA) dengan bantuan program *Statistical Program For Social Science* (SPSS ver. 11.5). Dari hasil pengolahan menggunakan Cochran terdapat 25 atribut saja yang menurut konsumen penting dalam memilih jasa travel. Kemudian dari 25 atribut tersebut dicari yang menjadi kelebihan dan kelemahan V3-Trans dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis* (CA), dari kelebihan dan kelemahan tersebut kemudian akan dicari strategi bersaing yang memungkinkan V3-Trans bersaing dengan para pesaingnya.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui beberapa kelemahan V3-Trans, target pasar V3-Trans yang baru, serta beberapa atribut yang menurut konsumen V3_trans tidak puas. Untuk itu diperlukan usulan perbaikan bagi V3-Trans seperti menambah armada pada jam-jam khusus yang banyak diminati penumpang jasa travel Jakarta ↔ Bandung, memberikan potongan harga pada konsumen jasa travel Jakarta ↔ Bandung yang telah melakukan perjalanan diatas 5 kali, penyediaan fasilitas di dalam mobil (TV Portable, VCD/DVD Player), dll. Usulan tersebut diberikan sebagai masukan untuk meningkatkan daya saing pihak V3-Trans

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN	vi
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 Pelanggan	2 – 1
2.2 Analisis Nilai Pelanggan	2 – 3
2.3. Bauran Pemasaran Jasa	2 – 4
2.3.1. Product (Produk)	2 – 4
2.3.2. Price (Harga)	2 – 5
2.3.3. Place (Tempat)	2 – 6
2.3.4. Promotion (Promosi)	2 – 6
2.3.5. People	2 – 7
2.3.6. Physical Evidence	2 – 7
2.3.7. Process (Proses)	2 – 8
2.4. Merancang Strategi Bersaing	2 – 8
2.4.1. Strategi Pemimpin Pasar	2 – 9
2.4.2. Strategi Penantang Pasar	2 – 10

2.4.3. Strategi Pengikut Pasar	2 – 12
2.4.4. Strategi Pengisi Celah Pasar	2 – 13
2.5 Metode Pengumpulan Data	2 – 14
2.6 Populasi dan Sampel	2 – 16
2.7 Teknik Sampling	2 – 18
2.8 Skala Pengukuran	2 – 20
2.9 <i>Cochran Q Test</i>	2 – 23
2.10 Uji Validitas	2 – 25
2.10.1 Pengujian Validitas Konstruksi	2 – 26
2.10.2 Pengujian Validitas Isi	2 – 26
2.10.3 Pengujian Validitas Eksternal	2 – 27
2.11 Uji Reliabilitas	2 – 28
2.12 <i>Correspondence Analysis</i>	2 – 29
2.13 Konsep <i>Segmenting, Targeting, Positioning</i>	2 – 30

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 – 5
3.5 Pembatasan Masalah	3 – 5
3.6 Perumusan Masalah	3 – 5
3.7 Penentuan Tujuan Penelitian	3 – 6
3.8 Penentuan Model Penelitian dan Variabel Penelitian	3 – 6
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.10 Penentuan Sampel Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.11 Penentuan Obyek Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.13 Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	3 – 8
3.14 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	3 – 9
3.15 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 – 9

3.16	Penentuan Sampel Kuesioner Penelitian	3 – 10
3.17	Penentuan Obyek Kuesioner Penelitian	3 – 11
3.18	Validasi Konstruksi	3 – 11
3.19	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 – 11
3.20	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	3 – 11
3.21	Pengujian Data Kuesioner Penelitian	3 – 12
3.22	Pengolahan Data	3 – 12
3.23	Analisis dan Usulan	3 – 12
3.25	Kesimpulan dan Saran	3 – 13

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4 – 1
4.2	Sejarah Umum Perusahaan	4 – 1
4.3	Data Penelitian	4 – 2
4.3.1	Pengumpulan Data Awal	4 – 2
4.3.2	Pengumpulan Data Kuisisioner Awal	4 – 2
4.3.3	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4 – 3

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Data Awal	5 – 1
5.2	Data Kuisisioner Awal	5 – 1
5.3	Pengolahan Data	5 – 3
5.3.1	Pengujian Uji <i>Cochran</i>	5 – 3
5.3.2	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5 – 16
5.3.3	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	5 – 19
5.3.4	Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 20
5.3.5	<i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5 – 23
5.4	Segmenting, Targeting dan Positioning (STP)	5 – 35
5.5	Analisis dan Usulan Keterkaitan Peta Posisi dengan Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 41

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan

6 – 1

6.2 Saran

6 – 9

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4 – 4
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia	4 – 4
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (pelajar/mahasiswa)	4 – 4
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan (sudah bekerja)	4 – 4
4.5	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4 – 5
4.6	Karakteristik Konsumen Berdasarkan lokasi tempat tinggal	4 – 5
5.1	Statistik uji: Cochran Q test	5 – 5
5.2	Statistik uji 2: Cochran Q test	5 – 6
5.3	Statistik uji 3: Cochran Q test	5 – 7
5.4	Statistik uji 4: Cochran Q test	5 – 8
5.5	Statistik uji 5: Cochran Q test	5 – 9
5.6	Statistik uji 6: Cochran Q test	5 – 10
5.7	Statistik uji 7: Cochran Q test	5 – 11
5.8	Statistik uji 8: Cochran Q test	5 – 12
5.9	Statistik uji 9: Cochran Q test	5 – 13
5.10	Statistik uji 10: Cochran Q test	5 – 14
5.11	Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5 – 17
5.12	Nilai Alpha Uji Reliabilitas	5 – 18
5.13	Tingkat Kepuasan Konsumen	5 – 19
5.14	Contoh Perhitungan Tingkat Kepuasan	5 – 20
5.15	Data Input SPSS ANACOR	5 – 21
5.16	<i>Table to be Analized</i>	5 – 22
5.17	<i>The Rowprofiles</i>	5 – 23
5. 18	<i>The Columnprofiles</i>	5 – 24
5.19	<i>Dimension</i>	5 – 25
5.20	<i>Row Scores</i>	5 – 26

Tabel	Judul	Halaman
5.21	<i>Column Scores</i>	5 – 27
5.22	Jarak Atribut Terhadap jasa travel	5 – 28
5.23	Posisi Ketiga jasa travel Berdasarkan Ranking Tiap Atribut	5 – 29
5.24	Kelebihan dan Kelemahan V3-Trans	5 – 30
5.25	Kelebihan dan Kelemahan Baraya	5 – 30
5.26	Kelebihan dan Kelemahan V-Trans	5 – 30
5.26	Prioritas Perbaikan V3-Trans	5 – 37

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Penentu Nilai Yang Diberikan Ke Pelanggan	2 – 5
2.2	Struktur Pasar Hipotesis	2 – 8
2.3	Teknik Sampling	2 – 18
2.4	Grafik <i>Chi Square</i>	2 – 24
3.1	<i>Flow Chart</i> Penelitian	3 – 1
5.1	Grafik <i>Chi Square 4</i>	5 – 5
5.2	Grafik <i>Row and Column Scores</i>	5 – 30
5.3	Grafik persentase pekerjaan konsumen	5 – 35
5.4	Grafik persentase usia konsumen	5 – 36
5.5	Grafik persentase tingkat penghasilan (pelajar/mahasiswa)	5 – 36
5.6	Grafik persentase tingkat penghasilan (sudah bekarja)	5 – 37
5.7	Grafik persentase Jenis kelamin	5 – 37
5.8	Grafik persentase lokasi tempat tinggal	4 – 38

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 Penelitian	L2 – 3
2.3	Pengolahan <i>Cochran Q Test</i>	L2 – 8
2.4	Pengolahan Uji Reliabilitas	L2 – 17
2.5	Peta Posisi	L2 – 19
3.1	Validitas Konstruk	L3 – 2
3.2	Komentar Seminar Proposal	L 4– 5
4.1	Tabel Nilai r <i>Product Moment</i>	L4 – 2
4.2	Tabel <i>Chi Square</i>	L4 – 3
4.3	Tabel Nilai r <i>Uji Cochran</i>	L4 – 4