

ABSTRAK

ANDI'S Travel merupakan salah satu biro jasa transportasi yang melayani rute Bandung-Cirebon PP. Perusahaan ini berkantor di Jalan Padjadjaran No. 103 Bandung. Penelitian ini merupakan penelitian lanjutan berjudul "Analisis Peningkatan Kualitas Pelayanan Pada Perusahaan ANDI'S Travel Dan Paket Kilat" yang telah dilakukan oleh Lena Mariana. Kesimpulan penelitian itu menunjukkan bahwa penumpang ANDI'S Travel masih merasa belum puas atas layanan yang diberikan dan Gap 4 terjadi karena pesaing cenderung memberi janji yang sukar dipenuhi ANDI'S Travel. Diketahui pula bahwa harapan pelanggan terbentuk dari layanan yang mereka peroleh dari Travel lainnya yang pernah mereka gunakan. Sasaran penelitian ini ialah mengetahui hal-hal yang menjadi harapan pengguna jasa ANDI'S Travel; mengetahui tingkat *Perceived Quality* jika dilihat dari sudut pandang konsumen dan sudut pandang pesaing; serta memberikan usulan guna meningkatkan kinerja ANDI'S Travel. Pesaing ANDI'S Travel yang diteliti ialah Cipaganti, Transline, dan 4848.

Metode yang digunakan untuk menyelesaikan *Perceived Quality*, dengan menggunakan uji hipotesis ketidakpuasan, *Importance Performance Analysis* 4 kuadran dan *Importance Performance Analysis* 6 kuadran dengan menggunakan bantuan *Correspondence Analysis* (perbandingan kinerja antar travel yang melayani rute Bandung-Cirebon pp). Populasi penelitian ini ialah masyarakat yang pernah melakukan perjalanan Bandung-Cirebon dengan menggunakan Jasa ANDI'S Travel dan pesaing-pesaingnya. Instrumen yang digunakan ialah instrumen Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja. Teknik sampling yang digunakan ialah *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan ialah 275 responden.

Hasil pengolahan data dan analisis menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kinerja ANDI'S Travel pada 13 variabel. Dari 13 variabel-variabel dengan tingkat kepentingan tinggi menurut konsumen, terdapat 4 variabel dimana kinerja ANDI'S Travel mutlak unggul terhadap para pesaingnya; serta 9 variabel dimana kinerja ANDI'S Travel masih bersaing terhadap para pesaingnya,

Usulan yang dikemukakan untuk meningkatkan daya saing ANDI'S Travel ialah: membentuk divisi perjalanan *point to point* seperti Cipaganti, meningkatkan perawatan mobil hingga mencakup perawatan jok dan suspensi, mengubah sistem upah menjadi sistem gaji bulanan, menyediakan bonus khusus bagi karyawan berprestasi, penerapan sanksi bagi karyawan yang tidak disiplin, penyediaan nomor telepon pengaduan bebas pulsa guna menanggapi keluhan yang ada, melakukan pelatihan khusus bagi para supir dan resepsionis, serta membuat tabel standar biaya tambahan untuk tujuan diluar wilayah pengantaran.

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 dan Asumsi.....	1-2
1.3.1 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.3.2 Asumsi.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-3
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Jasa.....	2-1
2.2 Ekuitas Merek (<i>Brand Equity</i>).....	2-2
2.2.1 Pengertian <i>Brand Awareness</i>	2-3
2.2.2 Pengertian <i>Perceived Quality</i>	2-4
2.2.3 Importance Performance Analysis.....	2-7
2.2.3.1 <i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran...	2-7
2.2.3.2 <i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran...	2-8
2.2.3.3 Peta Posisi (<i>Correspondence Analysis</i>).....	2-9
2.3 Metodologi Penelitian.....	2-11
2.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11
2.3.2 Populasi dan Sampel.....	2-12
2.3.3 Teknik Sampling.....	2-13
2.3.4 Ukuran Sampel.....	2-15
2.3.5 Skala Pengukuran.....	2-15
2.3.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.3.6.1 Validitas Instrumen.....	2-18
2.3.6.1.1 Validitas Internal	2-18
2.3.6.1.2 Validitas Eksternal	2-19
2.3.6.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-20
2.3.7 Teknik-Teknik Pengujian Hipotesis.....	2-22
2.4 Variabel Harapan Konsumen Travel Bandung-Cirebon....	2-24
2.5 Rangkuman Tinjauan Pustaka.....	2-26
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Metodologi Penelitian	3-1
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-1

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
3.3	Penentuan Variabel Penelitian..... 3-3
3.4	Penyusunan Instrumen Penelitian..... 3-4
3.5	Validasi Konstruk..... 3-4
3.6	Penentuan Populasi dan Sampel..... 3-5
3.6.1	Populasi..... 3-5
3.6.2	Sampel..... 3-5
3.6.3	Teknik Sampling..... 3-5
3.6.1	Ukuran Sampel..... 3-6
3.7	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen..... 3-6
3.7.1	Pengujian Validitas Instrumen..... 3-6
3.7.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen 3-7
3.8	Penyebaran Kuesioner..... 3-7
3.9	Pengolahan Data..... 3-8
3.9.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan..... 3-8
3.9.2	<i>Importance Performance Analysis</i> 4 Kuadran..... 3-9
3.9.3	Perhitungan Peta Posisi (<i>Correspondence Analysis</i>) 3-9
3.9.4	<i>Importance Performance Analysis</i> 6 Kuadran..... 3-10
3.10	Analisis..... 3-11
3.11	Pengembangan Usulan..... 3-11
3.12	Penutup..... 3-12
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1	Sejarah Singkat Perusahaan..... 4-1
4.2	Struktur Organisasi..... 4-2
4.2.1	Deskripsi Pekerjaan..... 4-2
4.3	Pengumpulan Data Penelitian 4-3
4.3.1	Pengumpulan Data Awal 4-3
4.3.2	Penetapan Indikator Harapan setelah Validasi Konstruk..... 4-6
4.3.3	Pengumpulan Data Ujicoba Instrumen..... 4-7
4.3.4	Penyebaran Kuesioner..... 4-8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	
5.1	Pengolahan Data..... 5-1
5.1.1	Uji Validitas Kuesioner Awal terhadap 30 Pengguna Jasa..... 5-1
5.1.2	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian (30 Responden)..... 5-2
5.1.3	Pengolahan Uji Hipotesis Ketidakpuasan Pelanggan ANDI'S Travel..... 5-3
5.1.4	Pengolahan Data IPA 4 Kuadran..... 5-5
5.1.5	Pengolahan Data dengan Metode <i>Correspondence Analysis</i> (CA)..... 5-10
5.1.6	Pengelompokan IPA 6..... 5-12

DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Halaman
5.2 Analisis.....	5-13
5.2.1 Analisis Ketidakpuasan.....	5-14
5.2.2 Analisis IPA 4	5-17
5.2.3 Analisis IPA 6.....	5-18
5.2.4 Analisis Prioritas Peningkatan Daya Saing ANDI'S Travel.....	5-22
5.3 Pengembangan Usulan.....	5-24
5.3.1 Usulan Atas Target Melebihi Pesaing.....	5-24
5.2.2 Usulan Atas Target Menyamai Harapan Konsumen.....	5-27
BAB 6 Penutup	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-3
6.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	6-3
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	6-6
DAFTAR PUSTAKA.....	xv
LAMPIRAN.....	xvi
KOMENTAR NARASUMBER SEMINAR PROPOSAL & ISI.....	xvii
SK TUGAS AKHIR.....	xviii
DATA PENULIS.....	xix

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
2.1	Variabel Harapan Konsumen Pengguna ANDI'S TRAVEL Rute Bandung Cirebon PP	2-25
4.1	Hasil Pengumpulan Harapan Pengguna ANDI'S Travel	4-4
4.2	Variabel Harapan Pengguna ANDI'S Travel Hasil Penelitian Lena Mariana yang Tidak Termasuk dalam Jawaban Kuesioner Terbuka	4-5
4.3	Indikator dalam Instrumen	4-7
5.1	Uji Validitas Terhadap Harapan Konsumen dan Performansi ANDI'S Travel (Terhadap 30 Responden)	5-1
5.2	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Pelanggan ANDI'S Travel	5-5
5.3	Rangkuman Uji Hipotesis Ketidakpuasan Pelanggan ANDI'S Travel	5-6
5.4	Nilai Rata-rata Tingkat Harapan dan Performansi ANDI'S Travel	5-7
5.6	Prioritas Perbaikan Performansi ANDI'S Travel Menggunakan IPA 4	5-8
5.7	Rangkuman Jumlah Ranging 275 Data Setelah Dikonversi	5-10
5.8	Ranking dari Travel Untuk Setiap Atribut	5-12
5.9	Performansi ANDI'S Travel Dengan Menggunakan IPA 6 Kuadran	5-13
5.10	Tabel Target Untuk Setiap Atribut	5-22

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
2.1	Pengaruh Brand Equity pada Pelanggan	2-3
2.2	Piramida Brand Awareness	2-4
2.3	Nilai Perceived Quality	2-5
2.4	Importance Performance Analysis 4 Kuadran	2-7
2.5	Importance Performance Analysis 6 Kuadran	2-8
3.1	Diagram Alir Metodologi Penelitian	3-2
3.2	<i>Importance Performance Analysis 4 Kuadran</i>	3-10
3.3	<i>Importance Performance Analysis 4 Kuadran</i>	3-12
4.1	Struktur Organisasi Perusahaan ANDI'S Travel	4-2
5.1	Uji Hipotesis Ketidakpuasan Pelanggan	5-4
5.2	Grafik IPA 4 Kuadran	5-7
5.3	Row and Column Scores	5-11

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	Lampiran 1 Kuesioner	L-1
1.1.1	Kuesiner Penelitian Awal	L-1.1
1.1.2	Komentar Narasumber Validitas Konstruk	L-1.2
1.1.3	Kuesioner Penelitian	L-1.2
1.2	Lampiran 2 Data Mentah	L-2
1.2.1	Tingkat Kepentingan	L-2.1
1.2.2	Tingkat Kinerja	L-2.2
1.2.3	Rangking Perbandingan Kinerja	L-2.3
1.3	Pengolahan Data	L-3
1.3.1	Hasil Validitas dan Reliabel	L-3.1
1.3.2	Hasil Corespondence Analisis	L-3.2
1.3.3	Tabel Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi	L-3.3