

ABSTRAK

Dalam era globalisasi ini segala sesuatu yang menguntungkan bagi manusia diciptakan, contohnya alat transportasi. Banyak alat transportasi dibuat agar mempermudah aktivitas manusia. Saat ini alat transportasi yang hampir semua masyarakat memiliki yaitu motor, mobil, dsb. Dengan semakin banyak masyarakat memiliki kendaraan sendiri memunculkan pemikiran sebagian orang untuk membuka usaha dalam bidang onderdil motor. Toko MAJENANG MOTOR adalah toko yang menjual onderdil motor yang beralamat di kompleks pasar baru majenang. Masalah yang dihadapi adalah penjualan onderdilnya masih sangat sedikit, selain itu juga pihak toko belum banyak melakukan tindakan pemasaran, sehingga tidak banyak konsumen untuk membeli kembali pada toko ini.

Pengumpulan data-data yang dipergunakan dalam penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara terlebih dahulu kepada pihak perusahaan dan juga sebagian kepada konsumen. Variabel penelitian yang digunakan adalah konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Penyebaran kuesioner penelitian disebarkan kepada responden yang pernah membeli ke toko majenang motor minimal satu kali. Metode penelitian yang digunakan adalah metode Multi Regresi Linier yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel dependen (minat membeli kembali) dan variabel independent (faktor-faktor kepuasan konsumen).

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *multi regresi linier*. Dari hasil *multi regresi linier* diketahui bahwa minat membeli kembali ke toko MAJENANG MOTOR dipengaruhi oleh empat faktor yaitu sebagai berikut: faktor kepuasan terhadap diskon harga, kepuasan akan adanya promosi melalui media elektronik (radio Gasebo), kepuasan akan keanekaragaman aksesoris onderdil motor, dan kepuasan akan ketepatan memberikan barang yang diminta oleh konsumen.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah memberikan usulan terhadap faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat membeli kembali ke toko MAJENANG MOTOR. Usulan untuk faktor-faktor tersebut yaitu pihak toko memberikan diskon yang cukup besar bagi konsumen yang berbelanja banyak, memberikan informasi secara terus menerus kepada masyarakat majenang supaya mudah diingat oleh orang-orang, menyediakan aksesoris motor yang lebih lengkap dan variatif, dan pimpinan toko serta karyawan harus lebih mengerti nama-nama onderdil sehingga jika konsumen meminta barang yang diinginkan bisa diberikan dengan tepat. Dan juga saran untuk toko MAJENANG MOTOR supaya penelitian selanjutnya mencoba meneliti dari persaingan toko yang ada di sekitarnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	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 Penulisan	1-3

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.3 Proses Penelitian Survei.....	2-7
2.4 Metode Pengumpulan Data.....	2-8
2.5 Sumber Data.....	2-9
2.6 Populasi dan Sampel	2-10
2.7 Teknik Sampling.....	2-10
2.8 <i>Ukuran Sampel</i>	2-12

2.9 Tipe Skala Pengukuran	2-12
2.10 <i>Kriteria Instrumen yang baik</i>	2-13
2.11 <i>Validitas dan Reliabilitas Instrumen</i>	2-14
2.12 Metode Pengolahan Data	2-19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2 Identifikasi Masalah.....	3-3
3.3 Pembatasan Masalah	3-4
3.4 Perumusan Masalah	3-4
3.5 Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-4
3.6 Kajian Pustaka.....	3-5
3.7 Pengamatan dan Pengumpulan Data.....	3-5
3.8 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-5
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.10 Validitas Konstruksi.....	3-8
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.12 Validitas dan Reliabilitas.....	3-9
3.13 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.14 Pengolahan Data	3-12
3.15 Analisis	3-12
3.16 Pengembangan Usulan	3-12
3.17 Kesimpulan dan Saran	3-12

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-1

4.1.3	Deskripsi Tugas.....	4-2
4.2	Kuesioner	4-3
4.2.1	Kuesioner Pendahuluan.....	4-3
4.2.2	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Akhir	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Data Kuesioner Awal	5-1
5.1.1	Uji Validitas Data Kuesioner Awal	5-1
5.1.2	Uji Reliabilitas Data Kuesioner Awal.....	5-3
5.2	Pengujian Untuk Kuesioner Akhir.....	5-4
5.1.2	Uji Reliabilitas Data Kuesioner Akhir	5-5
5.3	Analisis Multi Regresi Linier.....	5-6
5.3.1	Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi	5-7
5.3.2	Analisis Uji Linieritas	5-9
5.3.3	Analisis Pengujian Hipotesis	5-11
5.4	Usulan Untuk Toko Majenang Motor.....	5-14

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.2	Saran.....	6-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.1	Ringkasan Kuesioner Penelitian	4-3
4.2	Jumlah Jawaban Kuesioner Penelitian Awal	4-4
4.3	Perincian Kuesioner	4-5
4.4	Jumlah Jawaban Kuesioner Akhir Untuk Kepentingan	4-6
4.5	Presentase variabel kepentingan akhir	4-7
4.6	Jumlah Jawaban Kuesioner Akhir Untuk Kepuasan	4-8
5.1	Perhitungan Validitas Kuesioner Awal	5-2
5.2	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Awal	5-4
5.3	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Akhir Untuk Kepentingan	5-5
5.4	Perhitungan Reliabilitas Kuesioner Akhir Untuk Kepuasan	5-6
5.5	Output Model Summary	5-8
5.6	Hasil Perhitungan ANOVA untuk model ke-4	5-9
5.7	Coefficients untuk model 4	5-12

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2-11
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
4.1	Struktur Organisasi	4-2
4.2	Presentase Variabel Kepentingan	4-7
5.1	Kurva Uji Z Korelasi	5-10

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner	L1
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2
3	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L3
4	Output Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	L4
5	Output Reliabiliti Kuesioner Penelitian Akhir	L5
6	Validitas Konstruk	L6
7	Output Pengolahan Data Multi Regresi	L7
8	Nilai r <i>Product Moment</i>	L8
9	Tabel Kurva Normal	L9