

ABSTRAK

Pada tahun 2006 PT KAWASAKI MOTOR INDONESIA meluncurkan produk motor bebek 125 cc keatas dengan nama ZX 130 di daerah pemasaran Jawa Barat. Sebagai salah satu *main dealer* motor Kawasaki di Jawa Barat, CV Oceano Pacific Motor kesulitan untuk memenuhi kuota penjualan yang tidak pernah terpenuhi. Hal ini terjadi karena masyarakat yang kurang mengenal akan keberadaan ZX 130.

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 bebek 125 cc keatas, kinerja ZX 130, kinerja Supra X 125, kinerja Shogun R 125, dan kinerja Jupiter MX. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 272 responden pengguna motor bebek 125 cc keatas. Teknik sampling yang digunakan adalah *Purposive Sampling*. Kuesioner disebar di CV Oceano Pacific Motor dan di beberapa dealer Kawasaki di Bandung.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa sebenarnya kinerja ZX 130 pada sebagian besar atribut telah mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya. CV Oceano Pacific Motor harus menempuh dua cara untuk meningkatkan peminatan konsumen yaitu: (1) melakukan pergeseran persepsi masyarakat atas kelemahan ZX 130 yaitu Kecepatan maksimum (*top speed*) yang bisa dicapai dan keandalan sistem pendinginan mesin; serta (2) mempertajam promosi atas keunggulan-keunggulan ZX 130 yaitu Tarikan awal (N - 1), Kepakeman rem cakram depan (Disk Brake), Kemampuan mesin saat menanjak, Konsumsi bahan bakar (Liter/Km), serta Kenyamanan posisi duduk (Jok).

Usulan-usulan yang dikembangkan agar ZX 130 lebih laku di pasar Bandung ialah: (1) CV Oceano Pacific Motor memberikan tema promosi yaitu "*The Real Motorcycle*" yang mewakili poin-poin keunggulan ZX 130; serta (2) Tindakan promosi dengan gebrakan yang baru yaitu penyebaran brosur dan pemasangan *banner* saat promosi melalui pameran dagang, *Event* dan promosi di *showroom* yang mencantumkan keunggulan-keunggulan ZX 130. Sedangkan ada beberapa usulan bagi PT KAWASAKI MOTOR INDONESIA untuk meningkatkan kinerja ZX 130 pada bagian Keandalan Engine Brake, Desain body motor, Harga jual kembali tinggi, Getaran mesin, Kehalusan suara knalpot standar, Kenyamanan (Handling & Stability) saat jalan bergelombang & rata, Kelembutan (Suspensi), Kualitas & mutu dapat dipercaya.

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	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
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>Customer</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 Awal	3-5
3.4 Validitas Konstruk	3-5
3.5 Penentuan Populasi	3-7
3.6 Penyebaran Kuesioner Uji Coba	3-7
3.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen	3-8
3.8 Penentuan Ukuran Sampel	3-9
3.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-10
3.10 Pengolahan Data	3-10
1 Uji Hipotesis Ketidakpuasan	3-10
2 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	3-11
3 Uji Hipotesis Perbedaan Kinerja Motor bebek 125 cc. keatas.	3-12
4 Uji Wilayah Berganda	3-12
5 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> Persaingan	3-13
3.11 Analisis Masalah	3-13
3.12 Pengembangan Usulan	3-13
3.13 Kesimpulan dan Saran	3-14
 BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat CV Oceano Pacific Motor.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4-1
4.2 Data Pendahuluan	4-2
4.2.1 Penentuan Ukuran Sampel	4-2

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	5-3
5.2.1.3 Uji Validitas Eksternal	5-4
5.2.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	5-5
5.2.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-7
5.2.3.1 Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan.....	5-7
5.2.3.2 Pengujian Hipotesis Perbedaan Kinerja	5-11
5.2.3.3 Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat	5-18
5.2.3.4 Pengolahan Data Prioritas Perbaikan Kinerja Atribut (<i>Importance Performance Analysis</i>)	5-20
5.2.3.5 Pengolahan Data Perbandingan Kinerja ZX 130, Supra X 125, Shogun R 125 dan Jupiter MX (IPA Persaingan)	5-25
5.3 Analisis	5-27
5.3.1 Prioritas Pertama	5-29
5.3.2 Prioritas Kedua	5-34
5.3.3 Prioritas Ketiga.....	5-35
5.3.4 Prioritas Keempat.....	5-36
5.3.5 Prioritas Kelima	5-36
5.3.6 Prioritas Keenam	5-37
5.3.7 Prioritas Ketujuh	5-37
5.3.8 Prioritas Kedelapan	5-38
5.3.7 Analisis Kelemahan Promosi PT Kawasaki Motor Indonesia	5-39
5.4 Usulan	5-40
5.4.1 Usulan bagi CV Oceano Pacific Motor.....	5-41
5.4.1.1 Usulan Promosi.....	5-41
5.4.1.1.1 Promosi melalui Pameran Dagang.....	5-42
5.4.1.1.2 Promosi melalui <i>Event</i>	5-42
5.4.1.1.3 Promosi di <i>Showroom</i>	5-43
5.4.1.2 Usulan Desain Brosur	5-43
5.4.2 Usulan bagi PT PT Kawasaki Motor Indonesia	5-44

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-2
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan	6-2

6.2.2 Saran Penelitian Lebih Lanjut 6-3

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

SK TUGAS AKHIR

KOMENTAR NARA SUMBER SEMINAR ISI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.1	<i>Top of Mind</i> Motor Bebek 125 cc keatas	1-2
1.2	<i>Brand Recal</i> Motor Bebek 125 cc keatas	1-2
1.3	Motor bebek 125 cc keatas yang paling dipilih oleh para responden	1-3
1.4	<i>Costumer Loyalty</i>	1-3
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	3-6
5.1	Variabel Harapan Konsumen Tentang Motor bebek 125 cc keatas	5-3
5.2	Uji Validitas untuk Harapan Konsumen, Kinerja ZX 130, Kinerja Supra X 125, Kinerja Shogun R 125 dan Kinerja Jupiter MX	5-4
5.3	Rata – rata Simpangan Baku untuk Harapan & Kinerja	5-9
5.4	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan Konsumen Terhadap Kinerja ZX 130	5-10
5.5	Nilai rata-rata Kinerja ZX 130, Supra X 125, Shogun R 125 dan Kinerja Jupiter MX	5-13
5.6	Ringkasan Pengolahan Data Pengujian Hipotesis Perbedaan Kinerja	5-14
5.7	Hasil Pengolahan Data Analisis ANOVA (Uji F)	5-16
5.8	Hasil Pengolahan Data Beda Signifikasi Peringkat	5-19
5.9	Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja	5-20
5.10	Importance Performance Analysis	5-22
5.11	Rata-Rata Tingkat Kepentingan	5-25
5.12	Rata-rata tingkat kepentingan diatas rata-rata	5-26
5.13	Rata-rata tingkat kepentingan dibawah rata-rata	5-26
5.14	Importance Performance Analysis (IPA) Persaingan	5-27
5.15	Rangkuman Pengolahan Data	5-28
5.16	Penentuan Target	5-40
5.17	Rangkuman Usulan Perbaikan	5-45

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	5-11
5.2	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-21
5.4	Usulan Brosur	5-44

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 Isi	L3-1
3.2	Komentar Validitas Konstruk	L3-4
4.1	Uji wilayah berganda (<i>Spss</i>)	L4-1
5.1	Tabel	L5-1