

ABSTRAK

Travel 4848 adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, yaitu jasa travel. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Irawan Sarpingi pada tahun 1960. Salah satu rute yang dilayani travel 4848 adalah rute Bandung - Jakarta. Setelah tahun 1990, travel mulai mengalami penurunan seiring dengan mulai munculnya pesaing di bidang jasa yang sama. Puncaknya pada tahun 2005 dengan dibukanya Tol Cipularang, pesaing yang ada pun semakin banyak dan dengan sistem yang lebih baru dibandingkan dengan 4848. Rata-rata penurunan jumlah penumpang yang terjadi pada tahun 2009-2011 adalah sebesar 39.3% per tahun. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka tujuan penelitian dirumuskan untuk mengetahui variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen, serta upaya perbaikan yang perlu dilakukan.

Pengambilan data dilakukan sebanyak tiga kali dalam penelitian ini dan dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan wawancara, yaitu kuesioner pendahuluan, kuesioner penelitian, dan wawancara SWOT. Kuesioner pendahuluan terdiri dari variabel-variabel yang disusun berdasarkan teori bauran pemasaran 7P dan disebar sebanyak 40 buah secara *insidental sampling*. Kuesioner penelitian terdiri dari pertanyaan tentang data responden sesuai dengan segmentasi, dan tingkat persepsi dan harapan konsumen terhadap variabel-variabel pelayanan berdasarkan bauran pemasaran 7P, dan disebar secara *purposive sampling*. Penuntun wawancara SWOT disusun dari *key success factor* berdasarkan faktor internal dan eksternal perusahaan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan uji GAP, uji signifikansi, IPA (*Importance Performance Analysis*), dan analisis SWOT.

Target pasar: konsumen pria dan wanita, berusia 18-30 tahun, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, dan karyawan swasta, bertempat tinggal di Bandung Barat. *Positioning* yang diusulkan adalah: travel yang tepat waktu, nyaman, dan aman bagi pelanggan. Berdasarkan IPA, prioritas utama perbaikan antara lain: ketepatan waktu keberangkatan dan kenyamanan ruang tunggu di *pool*. Prioritas perbaikan lanjut antara lain: keamanan tempat penitipan barang di *pool* dan frekuensi promosi travel di media cetak. Berdasarkan analisis SWOT, strategi yang perlu untuk travel antara lain: mempertahankan kelayakan kendaraan sambil mengusahakan penambahan armada, menambah dan mencari lokasi *pool* yang tepat, dan menarik pemodal untuk menanamkan modal di travel.

Kesimpulan penelitian ini antara lain: variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen antara lain: ketepatan waktu pemberangkatan, keramahan dan kesopanan karyawan, dan adanya layanan terhadap keluhan konsumen. Upaya perbaikan untuk meningkatkan penjualan antara lain: meminjam modal dan menarik pemodal untuk menanamkan modal di travel, dan mempertahankan kelayakan dan kenyamanan kendaraan serta menambah jumlah armada.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

ABSTRAK

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xi

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Barang dan Jasa	2-1
2.1.1 Pengertian Barang	2-1
2.1.2 Lima Tingkatan Produk	2-1
2.1.3 Pengertian Jasa	2-2
2.1.4 Karakteristik Jasa	2-2
2.1.5 Klasifikasi Jasa	2-3
2.1.6 Kepuasan Pelanggan	2-4
2.2 Teknik dan pengumpulan Data	2-5
2.3 Sumber Data	2-8
2.4 Populasi dan Sampel	2-8
2.5 Teknik Sampling	2-9
2.6 Ukuran Sampel	2-12

2.7 Skala Pengukuran	2-13
2.8 Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.9 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.9.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-16
2.9.1.1 Pengujian Validitas Internal	2-17
2.9.1.2 Pengujian Validitas Eksternal	2-18
2.9.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-19
2.10 Bauran Pemasaran	2-20
2.11 Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	2-28
2.12 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-30
2.12.1 <i>Segmentation</i>	2-30
2.12.1.1 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar	2-31
2.12.1.2 Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar	2-32
2.12.1.3 Kategori Variabel Segmentasi Pasar	2-33
2.12.1.4 Variabel Basis Untuk Segmentasi Pasar	2-34
2.12.2 <i>Targeting</i>	2-35
2.12.3 <i>Positioning</i>	2-36
2.12.3.1 Strategi <i>Positioning</i>	2-37
2.12.3.2 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Strategi <i>Positioning</i>	2-39
2.12.4 Pembagian Kelas Sosial	2-39
2.13 Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan	2-40
2.14 Konsep <i>Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat (SWOT)</i>	2-43
2.14.1 Matriks Faktor Strategi eksternal	2-43
2.14.2 Matriks Faktor Strategi internal	2-45
2.14.3 Matriks TOWS atau SWOT	2-48
2.14.4 Matrik Internal Eksternal (IE)	2-49

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan Dan Studi Pustaka	3-3
3.2 Identifikasi Masalah	3-3

3.3 Pembatasan Masalah	3-3
3.4 Perumusan Masalah	3-4
3.5 Tujuan Penelitian	3-4
3.6 Menentukan <i>Key Success Factor</i>	3-4
3.7 Wawancara <i>Key Success Factor</i>	3-5
3.8 Wawancara Bobot dan <i>Rating</i>	3-5
3.9 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.10 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.11 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.13 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-9
3.14 Uji Validitas Konstruksi	3-10
3.15 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-10
3.16 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.17 Uji Validitas	3-12
3.18 Uji Reliabilitas	3-13
3.19 Pengolahan Data	3-13
3.20 Analisis	3-15
3.21 Usulan Perbaikan	3-15
3.22 Kesimpulan Dan Saran	3-16

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah <i>Travel 4848</i>	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.1.3 Tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan	4-3
4.2 Kuesioner Pendahuluan	4-9
4.2.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-9
4.2.2 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan Menggunakan Uji <i>Cochran Q Test</i>	4-10
4.3 Uji Validitas Konstruksi	4-11

4.4 Kuesioner Penelitian	4-12
4.4.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian	4-12
4.4.2 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-13
4.4.2.1 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 1.....	4-13
4.4.2.2 Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-17
4.5 Kuesioner SWOT	4-17
4.5.1 Hasil Wawancara SWOT	4-17

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1 Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-1
5.1.2 Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-3
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-4
5.2.1 Uji Validitas Kuesioner Penelitian	5-5
5.2.1.1 Uji Validitas Internal	5-5
5.2.1.2 Uji Validitas Eksternal dan Reliabilitas Data	5-6
5.2.1.2.1 Uji Validitas Eksternal dan Reliabilitas Data Tingkat Kepentingan	5-7
5.2.1.2.2 Uji Validitas Eksternal dan Reliabilitas Data Tingkat Kepuasan	5-9
5.2.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian Bagian 1	5-11
5.2.2.1 Data Responden	5-11
5.2.2.2 STP (<i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>)	5-17
5.2.2.2.1 Segmentasi (<i>Segmentation</i>)	5-18
5.2.2.2.2 Target Pasar (<i>Targeting</i>)	5-18
5.2.2.2.3 <i>Positioning</i>	5-20
5.2.3 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian Bagian 2	5-20
5.2.3.1 Perhitungan Tingkat Kepentingan	5-20
5.2.3.2 Uji GAP dan Uji Hipotesis	5-22
5.2.3.3 Uji <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-25

5.2.3.4 Uji SWOT	5-29
5.2.3.4.1 Matriks Faktor Strategi Eksternal	5-30
5.2.3.4.2 Matriks Faktor Strategi internal	5-31
5.2.3.4.3 Matriks TOWS / SWOT	5-32
5.3 Analisis	5-33
5.3.1 Analisis Uji GAP dan Uji Signifikansi	5-33
5.3.2 Analisis Uji Uji <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	5-43
5.3.3 Analisis SWOT	5-52
5.3.3.1 Analisis Matriks Faktor Strategi Eksternal	5-52
5.3.3.2 Analisis Matriks Faktor Strategi internal	5-53
5.3.3.3 Analisis Matriks TOWS / SWOT	5-56
5.4 Usulan	5-59
5.4.1 Usulan Berdasarkan Uji Signifikansi, STP, dan Uji IPA	5-59
5.4.2 Usulan Berdasarkan hasil Uji Signifikansi, STP, dan Uji IPA Terhadap Uji SWOT.....	5-9
 BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
DAFTAR PUSTAKA	xii
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
1.1	Data Penurunan Konsumen Travel 4848 Rute Bandungg – Jakarta	1-2
2.1	Contoh <i>External Strategic Factors Analysis Summary</i>	2-42
2.2	Contoh <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i>	2-44
2.3	Contoh <i>Internal Strategic Factors Analysis Summary (lanjutan)</i>	2-45
2.4	Matriks TOWS / SWOT	2-50
3.1	<i>Key Success Factor</i> Internal	3-5
3.2	<i>Key Success Factor</i> Eksternal	3-5
3.3	Wawancara Faktor Strategi Eksternal SWOT	3-6
3.4	Wawancara Faktor Strategi Internal SWOT	3-6
3.5	Prosedur Pemberian Usulan IPA	3-17
4.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan – Jenis Kelamin	4-9
4.2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan – Usia	4-10
4.3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan – Pekerjaan	4-10
4.4	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan – Penghasilan Per-bulan	4-10
4.5	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan bagian 2	4-11
4.6	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan (lanjutan)	4-12
4.7	Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	4-13
4.8	Hasil uji Validitas Konstruksi	4-14
4.9	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Jenis Kelamin	4-15
4.10	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Usia	4-15
4.11	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Pekerjaan	4-15
4.12	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Penghasilan	4-16
4.13	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Lokasi Tempat Tinggal	4-16
4.14	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Dana Menggunakan Travel Sebulan	4-16
4.15	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Seringnya Menggunakan Travel Sebulan	4-17

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
4.16	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Alasan Menggunakan Travel	4-17
4.17	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Sumber Informasi Alamat Travel	4-17
4.18	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Tujuan di Jakarta	4-18
4.19	Pengumpulan Hasil Wawancara <i>Key Success Factor</i> Internal	4-18
4.20	Pengumpulan Hasil Wawancara <i>Key Success Factor</i> Eksternal	4-19
4.21	Pengumpulan Hasil Wawancara Bobot dan Rating Eksternal	4-19
4.22	Pengumpulan Hasil Wawancara Bobot dan Rating Internal	4-20
4.15	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Dengan Siapa Melakukan perjalanan	4-16
4.16	Pengumpulan Hasil Wawancara Faktor Internal	4-17
4.17	Pengumpulan Hasil Wawancara Faktor Eksternal	4-17
5.1	Rangkuman hasil Uji <i>Cochran Q Test</i>	5-1
5.2	Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i> yang terpakai (29 variabel)	5-3
5.3	Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i> yang tidak terpakai	5-4
5.4	Variabel setelah Validitas Konstruksi	5-5
5.5	Variabel setelah Validitas Konstruksi (lanjutan)	5-6
5.6	Hasil Uji Validitas Data – Tingkat Kepentingan / Persepsi	5-8
5.7	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-9
5.8	Hasil Uji Validitas Data – Tingkat Kepuasan / Performansi	5-9
5.9	Hasil Uji Validitas Data – Tingkat Kepuasan / Performansi (lanjutan)	5-10
5.10	Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan	5-10
5.11	Perhitungan Persen Tingkat Kepentingan	5-21
5.12	Perhitungan Persen Tingkat Kepentingan (lanjutan)	5-22
5.13	Hasil Pengolahan Uji GAP dan Uji Hipotesis	5-23
5.14	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan	5-24

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.15	Variabel-variabel Kuadran I	5-27
5.16	Variabel-variabel Kuadran II	5-27
5.17	Variabel-variabel Kuadran III	5-28
5.18	Variabel-variabel Kuadran IV	5-28
5.19	Faktor Strategi Internal dan Eksternal	5-29
5.20	Matriks Faktor Strategi Eksternal SWOT (EFAS)	5-30
5.21	Matriks Faktor Strategi Internal SWOT (IFAS)	5-31
5.22	Matriks TOWS/SWOT	5-32
5.23	Matriks Internal – Eksternal	5-55
5.24	Tabel Rangkuman Strategi berdasarkan matriks SWOT	5-58
5.25	Tabel Rangkuman Strategi berdasarkan matriks SWOT (lanjutan)	5-59
5.26	Rangkuman Usulan Perbaikan berdarakan uji signifikansi, STP, dan uji IPA	5-69
5.27	Rangkuman Usulan Perbaikan berdarakan uji signifikansi, STP, dan uji IPA (lanjutan)	5-70
5.28	Usulan Perbaikan Berdarakan Uji IPA dan Uji Signifikansi	5-71
5.29	Usulan Perbaikan Berdarakan Uji IPA dan Uji Signifikansi (lanjutan)	5-72
5.30	Strategi SWOT	5-72
5.31	Usulan Perbaikan berdasarkan Uji Signifikansi dan IPA terhadap Strategi SWOT	5-73
5.32	Usulan Perbaikan berdasarkan Uji Signifikansi dan IPA terhadap Strategi SWOT (lanjutan)	5-74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Teknik Sampling	2-9
2.2	Grafik Pengujian <i>Cochran Q Test</i>	2-27
2.3	Diagram Kartesius	2-39
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
3.2	Diagram Alir Penelitian (lanjutan)	3-2
3.3	Grafik <i>Chi Square</i>	3-10
4.1	Struktur Organisasi <i>Travel 4848</i>	4-2
5.1	Uji Cochran Q Test ke-4	5-2
5.2	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Jenis Kelamin	5-11
5.3	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Usia	5-12
5.4	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Pekerjaan	5-12
5.5	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Penghasilan	5-13
5.6	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Lokasi Tempat Tinggal	5-13
5.7	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Dana Perjalanan Dalam Sebulan	5-14
5.8	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Jumlah Menggunakan jasa Sebulan	5-15
5.9	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Alasan Menggunakan Jasa Travel 4848	5-15
5.10	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Sumber Informasi Travel 4848	5-16
5.11	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Tujuan di Jakarta	5-16
5.12	Diagram Persentase Profil Pelanggan – Teman Melakukan Perjalanan	5-17
5.13	Wilayah Kritis Uji Hipotesis Variabel 1	5-24
5.14	IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>) 4 Kuadran	5-26