

ABSTRAK

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi menyebabkan terjadinya persaingan antar *refill centre*. Dengan adanya sistem *digital printing* yang digunakan dalam pemasaran produk, bidang akademis maupun penyaluran hobi, sehingga kebutuhan akan jasa *refill* tinta semakin tinggi. Oleh karena itu dilakukan penelitian di *K-ink Refill Centre* yang menyediakan *refill* tinta *printer*, jasa perbaikan *printer*, serta menjual berbagai jenis *printer* dan *cartridge*. *K-ink Refill Centre* mengalami penurunan penjualan terbesar pada bulan Agustus 2008. Hal ini disebabkan adanya persaingan antar *refill centre*, banyaknya konsumen yang belum mengetahui keberadaan *K-ink Refill Centre* dan adanya ketidakpuasan terhadap pelayanan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap *K-ink Refill Centre*, harapan pelanggan terhadap *K-ink Refill Centre*, persaingan antara *Refill Centre* penilaian pelanggan, segmentasi, *targeting* dan *positioning* pada *K-ink Refill Centre* serta upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan daya saing terhadap *refill centre* lainnya.

Variabel penelitian yang digunakan berdasarkan konsep bauran pemasaran 7P (*Product, Place, Price, Promotion, People, Process, Physical Evidence*), teknik *sampling* yang digunakan adalah *Purposive Sampling* (sampel yang dipilih dengan berdasarkan pada tujuan penelitian) dan pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ditujukan pada responden yang pernah menggunakan jasa *K-ink Refill Centre* (sebagai objek penelitian), *Veneta System* dan *X4 Print* (sebagai pesaing). Metode pemecahan masalah yang digunakan pengujian hipotesis kepuasan, *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), dan penentuan Segmentasi, *targeting* dan *positioning*. Analisis dilakukan berdasarkan CA adalah posisi persaingan *K-ink Refill Centre* berdasarkan penilaian konsumen berupa ranking. Tujuan dari *Importance Performance Analysis* untuk urutan prioritas perbaikan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan. Tujuan dari pengujian hipotesis kepuasan adalah untuk mengetahui apakah konsumen sudah puas dengan pelayanan yang diberikan *K-ink Refill Centre*. Sedangkan Segmentasi, dan *targeting* bertujuan untuk menentukan pasar yang tepat, dan *positioning* menentukan penempatan yang menjadi ciri perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap pelayanan *K-ink Refill Centre* sedangkan harapan konsumen cukup tinggi. Selain itu, terdapat 11 variabel yang menjadi keunggulan dari *K-ink Refill Centre*, salah satunya adalah promosi melalui pembagian brosur. Hasil analisis menyatakan yang menjadi prioritas utama dalam perbaikan adalah faktor *product* dimana salah satu usaha perbaikannya dengan bekerjasama dengan *supplier* untuk menyediakan tinta yang tidak mengeluarkan aroma sehingga nyaman saat digunakan. Selain faktor tersebut, perusahaan harus memperhatikan faktor – faktor lainnya berdasarkan urutan prioritas sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan daya saing dengan memperhatikan perilaku mahasiswa yang bertempat tinggal dan lokasi pekerjaan di Bandung Utara yang menjadi target utama perusahaan.

DAFTAR ISI

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 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 Penulisan	1 - 3

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Jasa	2 - 1
2.1.1 Pengertian Jasa.....	2 - 1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2 - 1
2.2 Teknik Pengumpulan Data	2 - 3
2.3 Pengambilan <i>Sampling</i>	2 - 4
2.4 Skala Pengukuran	2 - 8
2.5 <i>Cohran Q Test</i>	2 - 10
2.6 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 - 11
2.4.1 Pengujian Validitas Instrumen	2 - 12
2.4.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 - 14
2.7 Pengujian Hipotesis.....	2 - 16
2.8 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	2 - 17
2.9 IPA (<i>Importance Performance Analysis</i>).....	2 - 22

2.10 CA (<i>Correspondence Analysis</i>).....	2 - 23
2.11 Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	2 - 25

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3 - 4
3.2 Identifikasi Masalah	3 - 4
3.3 Pembatasan Masalah	3 - 5
3.4 Perumusan Masalah	3 - 5
3.5 Tujuan Penelitian	3 - 5
3.6 Pengumpulan Data	3 - 6
3.7 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 - 8
3.8 Validitas Konstruk	3 - 8
3.9 Penentuan Jenis Sampling untuk kuesioner pendahuluan.....	3 - 10
3.10 Penentuan Jumlah Sampel untuk kuesioner pendahuluan.....	3 - 10
3.11 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 - 10
3.12 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3 - 11
3.13 Identifikasi Variabel Hasil Kuesioner Pendahuluan	3 - 12
3.14 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 - 12
3.15 Penentuan Jenis Sampling untuk kuesioner penelitian.....	3 - 12
3.16 Penentuan Jumlah Sampel untuk kuesioner penelitian	3 - 12
3.17 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3 - 13
3.18 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	3 - 14
3.19 Pengolahan Data	3 - 15
3.20 Analisis Data	3 - 16
3.21 Usulan	3 - 16
3.22 Kesimpulan dan Saran	3 - 16

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Sejarah Perusahaan	4 - 1
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	4 - 2
4.3 Wewenang dan Tanggung Jawab	4 - 2

4.4 Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 - 6
---------------------------------------	-------

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data	5 - 1
5.1.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	5 - 1
5.1.2 Pengujian Hipotesis	5 - 4
5.1.3 Pengujian <i>Importance Performance Analysis</i>	5 - 6
5.1.4 Pengolahan data dengan <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 8
5.2 Analisis dan Usulan	5 - 8
5.2.1 Analisis Kuesioner Pendahuluan	5 - 8
5.2.2 Analisis Kuesioner Penelitian	5 - 12
5.2.2.1 Analisis <i>Importance Performance Analysis</i> .	5 - 12
5.2.2.2 Analisis <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 15
5.2.2.3 Analisis gabungan dari Hasil Hipotesis, <i>Importance Performance Analysis</i> dan <i>Correspondence Analysis</i>	5 - 16
5.2.2.4 Analisis Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5 - 20
5.2.3 Usulan.....	5 - 21

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6 - 1
6.2 Saran	6 - 6

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3 - 6
3.2	Variabel Penelitian Hasil Validitas Konstruk	3 - 8
3.3	Tabel urutan pertimbangan hasil analisis	3 - 16
5.1	Tabel hasil pengujian validitas untuk kepentingan	5 - 2
5.2	Tabel hasil pengujian validitas untuk kepuasan	5 - 3
5.3	Statistik Uji Z	5 - 4
5.4	Rata – rata kepentingan dan perfoemansi	5 - 6
5.5	Jumlah Ranking	5 - 8
5.6	Jumlah Pembobotan	5 - 9
5.7	Kesimpulan Hasil CA	5 - 10
5.8	Variabel pada kuadran 1	5 - 13
5.9	Variabel pada kuadran 2	5 - 13
5.10	Variabel pada kuadran 3	5 - 14
5.11	Variabel pada kuadran 4	5 - 14
5.12	Keunggulan setiap <i>Refill Centre</i>	5 - 15
5.13	Urutan Pertimbangan Hasil Analisis	5 - 16
5.14	Rangkuman Hasil hipotesis, IPA dan CA	5 - 17
5.15	Urutan prioritas berdasarkan bauran pemasaran 7P	5 - 17
5.16	Segmentasi Pasar	5 - 19
6.1	Tabel Keunggulan setiap <i>Refill Centre</i>	6 - 1

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.4	Grafik <i>Chi-Square</i>	2 - 11
3.5	Bauran Pemasaran untuk Jasa	2 - 17
3.6	Grafik <i>Importance Performance Analysis</i>	2 - 22
3.1	Metodologi Penelitian	3 - 1
3.2	Grafik <i>Chi-Square</i>	3 - 11
3.3	Metodologi Pengolahan Data	3 - 15
4.1	Struktur Organisasi	4 - 2
5.1	Wilayah Kritis	5 - 5
5.2	Grafik Kepentingan dan Performansi	5 - 7
5.3	<i>Importance Performance Analysis</i>	5 - 7

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner pendahuluan sebelum Validitas Konstruksi	L1 - 1
	Form Validitas Konstruksi	L1 - 3
	Hasil Uji Validitas Konstruksi	L1 - 7
2	Kuesioner Pendahuluan	L2 - 1
	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2 - 3
	Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan (<i>Cochran Q Test</i>)	L2 - 8
3	Kuesioner Penelitian	L3 - 1
	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L3 - 5
	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	L3- 34
	<i>Correspondence Analysis</i>	L3 - 40
4	Tabel <i>Chi-square</i>	L4 - 1
	Tabel Distribusi Normal Z	L4 - 2
	Tabel <i>R Product Moment</i>	L4 - 4
5	Berita Acara Seminar Proposal	L5 - 1
	Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir	L5 - 5
	Form Komentar dan Saran Sidang Tugas Akhir	L5 - 10