

ABSTRAK

PT Monex merupakan perusahaan derivatif yang bergerak dibidang pasar modal. PT Monex berdiri pada 25 Agustus 2004, perusahaan ini mempunyai berbagai produk derivatif, antara lain : *index hang seng, kopsi, niki, forex, option*, harga kontrak emas, minyak dan lain-lain. Salah satu produk unggulannya adalah *option forex*. Disebut produk unggulan karena pada produk ini mempunyai resiko investasi yang kecil (terbatas). *Option Forex* baru diluncurkan pada bulan Agustus 2008. Tetapi pada bulan November hingga Desember 2008, produk *option forex* di PT Monex mengalami penurunan penjualan. Hal ini diperkirakan antara lain karena strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan perlu ditingkatkan, kurang terlatihnya pegawai bagian pemasaran dalam menawarkan dan menjelaskan produk (*option forex*), sulitnya membuat janji persentasi kepada calon konsumen. Adapun penelitian ini ditujukan untuk meningkatkan kinerja pemasaran *option forex* dimasa mendatang.

Pengumpulan data didasarkan pada kuesioner-kuesioner berdasarkan teori-teori bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*). Kuesioner tersebut dikembangkan berdasarkan wawancara secara terbuka dengan pihak manajemen perusahaan dan validitas konstruk dari para ahli. Selanjutnya kuesioner disebarakan sebanyak 110 kuesioner kepada responden (konsumen PT Monex) dengan teknik sampling *purposive sampling*. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas kemudian dilakukan analisis terhadap kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen yang selanjutnya dilakukan uji signifikansi kesenjangan. Kemudian data yang diperoleh tersebut dianalisis dengan matriks IPA (*important performance analyse*), analisis ini dilakukan untuk mengetahui prioritas-prioritas perbaikan yang perlu dilakukan oleh perusahaan. Untuk mengetahui promosi seperti apa yang dapat mengubah perilaku konsumen , maka dilakukan pemilihan jenis promosi oleh responden berdasarkan konsep AIDA.

Penelitian ini memberikan kesimpulan sebagai berikut : variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih perusahaan pialang berjangka komoditi secara garis besar antara lain : adanya penjelasan mengenai produk yang ditawarkan, terdaftarnya produk di bursa berjangka jakarta, besarnya harga yang ditawarkan dari setiap poinnya, dan seterusnya. Kesimpulan yang dihasilkan dari uji kesenjangan menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara persepsi dan harapan konsumen. Hal-hal yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan *option forex* antara lain perusahaan harus menentukan langkah prioritas utama antara lain : jaminan produk, keunggulan produk, besarnya komisi, harga tiap poinnya. Promosi-promosi yang perlu dilakukan untuk menimbulkan perilaku *aware* antara lain : jelasnya tulisan pada media cetak ; perilaku *interest* antara lain : iklan yang disiarkan dalam durasi yang lama ; perilaku *desire* antara lain : alamat *website* mudah dicari ; perilaku *action* antara lain : ketepatan tempat penyebaran brosur.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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 Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Definisi Pemasarn	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran	2-1
2.2 Teknik dan pengumpulan Data.....	2-6
2.3 Konsep Kepuasan konsumen.....	2-8
2.3.1Pengertian Kepuasan Konsumen.....	2-8
2.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	2-10
2.4 Klasifikasi Data.....	2-12
2.5 Variabel Penelitian.....	2-13
2.6 Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.7 Populasi	2-17
2.8 Sampel.....	2-18
2.9 Teknik Sampling.....	2-18
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-22
2.10.1 Pengujian Validitas Instrumen	2-22
2.10.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-24

2.11 Jasa	2-25
2.12 <i>Cochran Q Test</i>	2-26
2.13 Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan	2-28
2.14 Konsep Pemasaran	2-31
2.15 Sasaran Promosi dan Konsep AIDA.....	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan	3-1
3.2 Identifikasi Masalah	3-4
3.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-5
3.4 Perumusan Masalah	3-5
3.5 Tujuan Penelitian	3-5
3.6 Penentuan Variabel Penelitian.....	3-6
3.7 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.8 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-8
3.9 Pengolahan Kuesioner Pendahulu	3-8
3.10 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.11 Pengujian Validitas Konstruk	3-9
3.12 Penentuan Sampel Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.13 Penyempurnaan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.14 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.15 Pengujian Validitas Eksternal.....	3-11
3.16 Pengujian Reliabilitas.....	3-11
3.17 Penyusunan Pedoman Wawancara.....	3-11
3.18 Wawancara	3-12
3.19 Observasi	3-12
3.20 Penyusunan Pedoman Wawancara.....	3-12
3.21 Analisis dan Usulan	3-13
3.22 Kesimpulan dan Saran	3-13

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Pendirian PT Monex.....	4-1

4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.2 Proses dan Perencanaan Bisnis di PT Monex	4-5
4.2.1 Prosedur	4-5
4.2.2 Sistim Transaksi	4-5
4.2.3 Perencanaan Bisnis.....	4-6
4.3 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	4-7
4.3.1 Pengujian <i>Cochran Q Test</i> pada KUESioner Pendahuluan	4-8
4.3.2 Hasil Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	4-12
4.3.3 Validitas Konstruksi pada Kuesioner Penelitian.....	4-13
4.4 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian	4-15

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengolahan Data Hasil Kuesioner Penelitian	5-1
5.1.1 Profil Responden.....	5-1
5.1.2 Pengolahan Data Kuesioner Penelitian	5-9
5.2 Analisis profil Konsumen PT Monex	5-11
5.3 Analisis STP	5-16
5.4 Uji Hipotesis (uji signifikan)	5-21
5.5 <i>Important Performance Analysis</i>	5-24
5.5.1 Perhitungan tingkat Kesesuaian.....	5-24
5.5.2 Analisis Diagrams	5-25
5.5.3 Usulan IPA	5-35
5.6 Analisis Metode AIDA.....	5-38

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

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

Universitas Kristen Maranatha

DAFTAR PUSTAKA..... xvii

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Variabel Penelitian untuk <i>Product</i>	3-6
3.2	Variabel Penelitian untuk <i>Price</i>	3-6
3.3	Variabel Penelitian untuk <i>Place</i>	3-7
3.4	Variabel Penelitian untuk <i>Promotion</i>	3-7
3.5	Variabel Penelitian untuk <i>Physical evidence</i>	3-7
3.6	Variabel Penelitian untuk <i>People</i>	3-7
3.7	Variabel Penelitian untuk <i>Process</i>	3-8
3.8	Variabel Penelitian untuk media cetak	3-8
3.9	Variabel Penelitian untuk media elektronik	3-8
3.10	Variabel Penelitian untuk media internet	3-9
3.11	Variabel Penelitian untuk media brosur	3-9
3.12	Variabel Promosi langsung kepada konsumen	3-9
3.13	Variabel Penelitian untuk berbagai lembaga	3-9
4.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	4-8
4.2	Atribut-Atribut yang tidak Dibuang	4-12
4.3	Atribut-Atribut yang Dibuang	4-12
4.4	Variabel-variabel kuesioner penelitian hasil validitas konstruk	4-14
4.5	Hasil kuesioner jenis kelamin	4-15
4.6	Hasil kuesioner usia	4-16
4.7	Hasil Kuesioner Pendidikan Akhir	4-16
4.8	Hasil Kuesioner Pekerjaan Saat ini	4-16
4.9	Hasil Kuesioner Tingkat Penghasilan	4-16
4.10	Hasil Kuesioner Tempat Tinggal	4-17
4.11	Hasil Kuesioner Media Cetak yang sering dibaca	4-17
4.12	Hasil Kuesioner Informasi mengenai PT Monex	4-17
4.13	Hasil Kuesioner Dana Investasi Yang disiapkan	4-17
4.14	Hasil Kuesioner Kedatangan ke PT Monex	4-18
4.15	Hasil Kuesioner Tujuan ke PT Monex	4-18

Tabel	Judul	Halaman
4.16	Hasil Kuesioner alasan Menggunakan PT Monex	4-18
5.1	Hasil Kuesioner Penelitian Jenis Kelamin	5-1
5.2	Hasil Kuesioner Penelitian Usia	5-2
5.3	Hasil Kuesioner Pendidikan terakhir	5-2
5.4	Hasil Kuesioner Pekerjaan	5-3
5.5	Hasil Kuesioner tingkat penghasilan	5-4
5.6	Hasil Kuesioner tempat tinggal	5-4
5.7	Hasil Kuesioner Penelitian Media Cetak Yang Sering di Baca	5-5
5.8	Hasil Kuesioner Penelitian Informasi PT Monex	5-6
5.9	Hasil Kuesioner Penelitian kedatangan ke PT Monex	5-6
5.10	Hasil Kuesioner Penelitian tujuan ke PT Monex	5-7
5.11	Hasil Kuesioner Penelitian Alasan Menggunakan PT Monex	5-7
5.12	Hasil Kuesioner Penelitian Dana Investasi Yang Disiapkan	5-8
5.13	Uji Validitas Data – Tingkat Kepuasan	5-9
5.14	Hasil SPSS Reliabilitas harapan	5-11
5.15	Hasil SPSS Reliabilitas persepsi	5-11
5.16	Data hasil kuesioner penelitian jenis kelamin	5-12
5.17	Data hasil kuesioner penelitian usia	5-12
5.18	Data hasil kuesioner pendidikan terakhir	5-12
5.19	Data hasil kuesioner pekerjaan	5-13
5.20	Data hasil kuesioner tingkat penghasilan	5-13
5.21	Data hasil kuesioner tempat tinggal	5-14
5.22	Data hasil kuesioner media cetak yang sering dibaca	5-14
5.23	Data hasil kuesioner informasi PT Monex	5-14
5.24	Data hasil kuesioner kedatangan ke PT Monex	5-15
5.25	Data hasil kuesioner tujuan ke PT Monex	5-15
5.26	Data hasil kuesioner alasan menggunakan PT Monex	5-16
5.27	Data hasil kuesioner dana investasi yang disiapkan	5-17
5.28	Perhitungan Rata-Rata Tingkat Persepsi dan Tingkat Harapan	5-19

Tabel	Judul	Halaman
5.29	Tabel Uji Z	5-22
5.30	Tingkat Kesesuaian Untuk Tiap Variabel	5-24
5.31	Prioritas Perbaikan Kinerja Menggunakan Analisis IPA	5-26
5.32	Atribut-atribut dalam kuadran 1	5-27
5.33	Atribut-atribut dalam kuadran 2	5-31
5.34	Atribut-atribut dalam kuadran 3	5-32
5.35	Atribut-atribut dalam kuadran 4	5-34
5.36	Data kuesioner penelitian AIDA	5-38
5.37	Atribut-atribut <i>Awarenes</i>	5-39
5.38	Atribut-atribut <i>Interest</i>	5-39
5.39	Atribut-atribut <i>Desire</i>	5-40
5.40	Atribut-atribut <i>Action</i>	5-41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan	2-10
2.2	Teknik Sampling	2-20
2.3	Grafik Pengujian	2-28
2.4	Diagram Kartesius	2-30
3.1	Bagan Alir Metodologi Penelitian	3-2
3.2	Bagian AIDA	3-11
4.1	Struktur Organisasi PT Monex	4-2
4.2	Grafik Pengujian 1	4-9
4.3	Grafik Pengujian 8	4-10
5.1	Persentase Jenis Kelamin	5-1
5.2	Persentase Usia	5-2
5.3	Persentase Pendidikan terakhir	5-3
5.4	Persentase Pekerjaan	5-3
5.5	Persentase tingkat penghasilan	5-4
5.6	Persentase tempat tinggal	5-5
5.7	Persentase Media Cetak	5-5
5.8	Persentase Informasi PT Monex	5-6
5.9	Persentase jumlah kedatangan ke PT Monex -	5-7
5.10	Persentase tujuan ke PT Monex	5-7
5.11	Persentase Alasan Menggunakan PT Monex	5-8
5.12	Persentase Dana Investasi Yang Disiapkan	5-8
5.13	Matriks <i>Important Performance Analysis</i>	5-25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
2	Kuesioner Penelitian	L2-1
3	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L3-1
4	Data Mentah Kuesioner Penelitian	L4-1
5	Tabel R Product Mommment	L5-1
6	Tabel Kurva Normal	L6-1
7	Hasil Validitas Konstruk	L7-1
8	Lampiran Uji Cohran	L8-1