

## ABSTRAK

Seiring dengan semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi, persaingan antar perusahaan untuk memperoleh konsumen semakin tinggi. Hal ini menuntut perusahaan untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen agar konsumen merasa puas atas pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Objek penelitian ini adalah PT. Altrak1978 yang merupakan perusahaan distributor alat-alat berat di Banjarmasin. Perusahaan yang telah berdiri sejak 30 tahun ini telah memiliki karyawan sebanyak 1.450 orang, dengan 32 cabang diseluruh pulau di Indonesia. Namun tiga tahun terakhir PT. Altrak 1978 mengalami penurunan penjualan pada semua jenis alat berat sebesar 20% .

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang dianggap penting dan melihat tingkat kepuasan konsumen, setelah mengetahui tingkat kepuasan konsumen maka peneliti menganalisis faktor yang perlu diperbaiki dan memberikan usulan strategi pemasaran yang perlu dilakukan oleh PT. Altrak1978.

Pengumpulan data untuk penelitian ini menggunakan atribut-atribut yang dikelompokkan dalam bauran pemasaran (7P) yaitu *Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan Physical Evidence*. Penyebaran kuesioner terbagi ke dalam dua tahap yaitu menyebarkan kuesioner pendahuluan sebanyak 30 dan kuesioner penelitian sebanyak 92 buah, di mana kuesioner penelitian merupakan atribut-atribut dari kuesioner pendahuluan yang sudah diuji *Cochran*. Kuesioner penelitian menggunakan teknik sampling *Purposive Sampling*.

Metode pengolahan data yang digunakan adalah Uji Gap dan *Importance Performance Analysis*, dimana metode ini mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk atau jasa.

Berdasarkan hasil matrik *Importance Performance* maka yang menjadi prioritas perbaikan adalah atribut-atribut yang selama ini dirasakan oleh konsumen kurang memuaskan berdasarkan persepsi dan harapan, sehingga dengan hasil matrik *Importance Performance*, uji gap dan *segmentation, targeting* dan *positioning* peneliti dapat melakukan analisis.

Agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka peneliti memberikan usulan yaitu merekrut karyawan yang lulusan teknik dan dapat mengerti *marketing*, memberikan toleransi kredit limit, memberikan penjelasan atau gambaran secara jelas mengenai unit yang dijual di *web-site*, memberikan pelatihan secara rutin kepada para karyawan, memperketat bagian *Quality Control* untuk memperhatikan kualitas, membuat suatu laporan secara tertulis, mengirim barang jauh sebelum jadwal kontrak, menjaga kualitas pelayanan purna jual yang baik di mata konsumen, memberikan informasi mengenai garansi, menambah jumlah teknisi dan tetap mempertahankan jam kerja layanan *After Sales Service* selama 24 jam maupun hari libur, meningkatkan ketersediaan *stock* khususnya traktor, menyediakan barang baru bukan barang rekondisi, meningkatkan kualitas kinerja karyawan, menambah keragaman unit yang dijual seperti Buldozer dan Grader, meningkatkan jumlah satpam ataupun dengan adanya *sun-parking*, memperhatikan pemilihan lokasi untuk kantor, memasukkan iklan ke koran lokal, menambah jumlah WC yang terdapat di *lobby*, perusahaan dapat membuka cabang kecil yang terletak dipusat kota.

## DAFTAR ISI

	Hal
COVER.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-1
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah.....	1-2
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penelitian.....	1-3
<b>BAB 2 LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	2-1
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	2-1
2.1.3 Kepuasan Pelanggan.....	2-2
2.1.4 Harapan Pelanggan.....	2-4
2.1.5 Pembentukan Kepuasan dan Ketidakpuasan.....	2-5
2.1.6 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	2-6
2.2 Pengertian Populasi dan Sampel.....	2-8

<b>DAFTAR ISI (LANJUTAN)</b>	Hal
2.3 Teknik Sampling.....	2-8
2.3.1 Probability Sampling.....	2-8
2.3.2 Nonprobability Sampling.....	2-10
2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11
2.5 Skala Pengukuran.....	2-12
2.5.1 Skala Likert.....	2-12
2.5.2 Skala Guttman.....	2-13
2.5.3 Skala Semantic Differensial.....	2-14
2.5.4 <i>Rating Scale</i> .....	2-14
2.6 Instrumen Pengumpulan Data.....	2-15
2.6.1 Validitas.....	2-15
2.6.2 Reliabilitas.....	2-15
2.6.3 Sensitivitas.....	2-15
2.6.4 Objektivitas.....	2-15
2.6.5 Fisibilitas.....	2-16
2.7 Teknik Pengumpulan Data.....	2-16
2.7.1 Wawancara.....	2-16
2.7.2 Kuesioner.....	2-17
2.7.3 Observasi.....	2-18
2.8 <i>Cochran Q Test</i> .....	2-18
2.9 <i>Importance-Performance Analysis (IPA)</i> .....	2-20
2.10 Peta Posisi <i>Importance-Performance Analysis</i> .....	2-21

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan.....	3-1
3.2 Identifikasi Masalah.....	3-1
3.3 Pembatasan Masalah.....	3-5
3.4 Perumusan Masalah.....	3-5

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Hal
3.5 Tujuan Penelitian.....	3-5
3.6 Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-6
3.7 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.8 Uji Validitas Konstruk.....	3-9
3.9 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.10 Pengolahan data Pendahuluan.....	3-10
3.11 Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-11
3.12 Penentuan Teknik Sampling.....	3-11
3.13 Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-12
3.14 Uji Validitas.....	3-13
3.15 Uji Reliabilitas.....	3-13
3.16 Pengolahan Data dan Analisis.....	3-14
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Data umum perusahaan.....	
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-1
4.2 Pengumpulan Data.....	4-2
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4-2
4.2.2 Hasil Uji Validitas Konstruk.....	4-4
4.2.3 Hasil Kuesioner Pendahuluan.....	4-6
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS FAKTOR	
5.1 Variabel Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2 Uji Validitas Konstruk.....	5-2

<b>DAFTAR ISI (LANJUTAN)</b>	Hal
5.3 Kuesioner Pendahuluan.....	5-4
5.3.1 Pengumpulan Data.....	5-4
5.3.2 Pengolahan Data dengan <i>Cochran Q-Test</i> .....	5-6
5.4 Kuesioner Penelitian.....	5-16
5.5 Uji Validitas Persepsi dan Harapan.....	5-17
5.5.1 Uji Validitas Persepsi.....	5-18
5.5.2 Uji Validitas Harapan.....	5-21
5.6 Uji Reliabilitas Persepsi dan Harapan.....	5-23
5.6.1 Uji Reliabilitas Persepsi.....	5-23
5.6.2 Uji Reliabilitas Harapan.....	5-24
5.7 Uji GAP Persepsi dan Harapan.....	5-24
5.7.1 Uji GAP Persepsi dan Harapan untuk masing-masing dimensi..	5-26
5.8 <i>Importance Performance Analysis</i> .....	5-28
5.8.1 Diagram Matrik <i>Importance Performance</i> .....	5-29
5.9 Profil Pelanggan.....	5-34
5.9.1 Bidang Kerja Konsumen PT. Altrak1978.....	5-38
5.9.2 Alat Berat yang digunakan konsumen PT. Altrak1978.....	5-39
5.9.3 Merk Alat Berat yang digunakan konsumen PT. Altrak1978..	5-40
5.9.4 Lama Hubungan Kerjasama Konsumen dengan PT. Altrak1978.	5-41
5.10 Analisis.....	5-42
5.10.1 Analisis <i>Segmentation, Targeting dan Potitioning</i> .....	5-42
5.10.2 Analisis <i>Importance Performance</i> .....	5-45
5.10.3 Analisis Gabungan.....	5-48
5.11 Usulan.....	5-50
<b>BAB 6 PENUTUP</b>	
6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-7

## DAFTAR ISI (LANJUTAN)

	Hal
6.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	6-7
6.2.2 Saran Bagi Penelitian Yang Akan Datang.....	6-7
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Hal</b>
4.1	Kuesioner Pendahuluan.....	4-5
4.2	Kuesioner Pendahuluan yang sudah diuji kontrak.....	4-6
4.3	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan.....	4-8
4.4	Atribut yang telah lolos Uji Cochran.....	4-10
5.1	Variabel dalam Kuesioner Pendahuluan.....	5-1
5.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan.....	5-5
5.3	Pengujian Validitas Persepsi.....	5-18
5.4	Tabel Ringkasan Validitas data Persepsi.....	5-19
5.5	Pengujian Validitas Harapan.....	5-21
5.6	Tabel Ringkasan Validitas data Harapan.....	5-22
5.7	Pengujian Reliabilitas Data Persepsi.....	5-23
5.8	Pengujian Reliabilitas Data Harapan.....	5-24
5.9	Hasil Uji GAP untuk masing-masing variabel.....	5-25
5.10	Uji GAP untuk masing-masing dimensi.....	5-26
5.11	Nilai Rata-rata tingkat Kepuasan dan Kepentingan.....	5-28
5.12	Atribut yang termasuk Kuadran A.....	5-31
5.13	Atribut yang termasuk Kuadran B.....	5-31
5.14	Atribut yang termasuk Kuadran C.....	5-32
5.15	Atribut yang termasuk Kuadran D.....	5-33
5.16	Profil Pelanggan PT. Altrak1978.....	5-34
5.17	Prioritas Perbaikan menurut IPA.....	5-49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	2-3
2.2	Harapan Pelanggan.....	2-4
2.3	Model Pembentukan Kepuasan / Ketidakpuasan Pelanggan.....	2-6
2.4	Proses Keputusan Membeli.....	2-7
3.1	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian.....	3-2
4.1	Struktur Organisasi PT. Altrak1978.....	4-2
4.2	Jenjang Karir Normal.....	4-5
5.1	Prioritas berdasarkan Uji GAP.....	5-26
5.2	Grafik GAP untuk tiap dimensi.....	5-27
5.3	<i>Matrix Importance Performance Analysis</i> .....	5-30
5.4	Persentase bidang kerja konsumen PT. Altrak1978.....	5-38
5.5	Persentase alat berat yang digunakan .....	5-39
5.6	Persentase merk alat berat yang digunakan .....	5-40
5.7	Persentase Lama hubungan kerjasama.....	5-41



## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.1	Kuesioner Pendahuluan.....	L1-2
1.2	Kuesioner Penelitian.....	L1-4
1.3	Kuesioner Penelitian Hasil Validitas Konstruk.....	L1-6
2.1	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan .....	L2-2
2.2	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Kepentingan.....	L2-4
2.3	Data Mentah Kuesioner Penelitian-Tingkat Performansi.....	L2-6
3.1	Hasil Pengujian SPSS-Tingkat Kepentingan.....	L3-2
3.2	Hasil Pengujian SPSS-Tingkat Performansi.....	L3-3
3.3	Hasil Pengujian Cochran Q-Test (Atribut 11 buang).....	L3-4
3.4	Hasil Pengujian Cochran Q-Test (Atribut 38 buang).....	L3-6
3.5	Hasil Pengujian Cochran Q-Test (Atribut 13&36 buang).....	L3-8
4.1	Lembar Validitas Konstruk.....	L4-2
4.2	Catatan Bimbingan Tugas Akhir.....	L4-6
5.1	Tabel Chi Square.....	L5-2
5.2	Tabel r <i>Product Moment</i> .....	L5-3