

ABSTRAK

Baraya Travel adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang transportasi, yaitu jasa travel *point to point*. Perusahaan ini didirikan oleh Bapak Bambang Utama sekitar Oktober 2005. Salah satu *pool* Baraya Travel di Bandung terletak di Jl. Lombok no. 10 Siliwangi Golf. Sejak awal tahun 2008, perusahaan mulai mengalami target penjualan yang tidak tercapai. Penjualan pada triwulan pertama 2008 turun sebesar 3%, pada triwulan kedua turun sebesar 10 %, pada triwulan ketiga dan keempat turun sebesar 20%. Penurunan ini disebabkan oleh semakin banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri. Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka tujuan penelitian dirumuskan untuk mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen Baraya Travel, serta upaya perbaikan yang perlu dilakukan oleh pihak Baraya Travel.

Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner berdasarkan teori bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*). Kuesioner pendahuluan disebar dengan teknik *Incidental Sampling*, dan untuk kuesioner penelitian disebar dengan teknik *Purposive Sampling*. Pengolahan data profil dan karakteristik responden ditujukan untuk menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*. Pengolahan data tingkat persepsi dan harapan konsumen dilakukan dengan *Importance Performance Analysis* (IPA), untuk menentukan prioritas perbaikan pelayanan. Dan pengolahan data rangking dilakukan dengan *Correspondence Analysis* (CA), untuk menentukan keunggulan dan kelemahan Baraya Travel.

Target pasar Baraya Travel adalah, konsumen pria dan wanita, berusia 17-50 tahun, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, pegawai, karyawan dan bertempat tinggal di Bandung Tengah. *Positioning* untuk Baraya Travel adalah, travel *point to point* yang mengutamakan ketepatan waktu dengan harga tiket yang murah. Berdasarkan matriks *Importance Performance Analysis*, atribut penelitian yang masuk dalam kuadran 1, yaitu faktor-faktor yang merupakan prioritas perbaikan utama, diantaranya : ketepatan waktu pemberangkatan, kebersihan mobil yang terjaga, tersedianya tempat parkir yang luas, potongan harga bagi pelajar dan mahasiswa, dan tersedia jumlah kursi tunggu yang memadai. Berdasarkan *Correspondence Analysis*, beberapa keunggulan Baraya Travel diantaranya : ketepatan waktu tiba di tempat tujuan, kesesuaian harga dengan fasilitas yang diterima, dan lokasi *pool* yang mudah dijangkau. Sedangkan kelemahannya antara lain : keamanan barang bawaan di bagasi, pemberian hadiah langsung, dan waktu proses pelayanan yang cepat.

Kesimpulan penelitian ini sebagai berikut. Faktor-faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen antara lain : ketepatan waktu pemberangkatan, harga tiket yang murah, keramahan dan kesopanan karyawan, tersedianya jumlah kursi tunggu yang memadai, dan adanya layanan terhadap keluhan konsumen. Beberapa upaya perbaikan untuk meningkatkan konsumen adalah : menyediakan mobil tambahan, merekrut petugas khusus untuk membersihkan mobil, membentuk bagian khusus melayani keluhan konsumen.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah Dan Asumsi	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penelitian	1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa	2-1
2.1.1 Definisi Jasa	2-1
2.1.2 Karakteristik Jasa	2-1
2.2 Teknik Dan Pengumpulan Data	2-2
2.3 Penentuan Jumlah Sampel	2-6
2.4 Teknik Sampling	2-6
2.5 Skala Pengukuran	2-7
2.6 Sampel	2-9
2.7 Uji Validitas Kuesioner	2-10
2.8 Uji Reliabilitas Kuesioner	2-11
2.9 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-13
2.9.1 <i>Segmentation</i>	2-13

2.9.1.1 Definisi Segmentasi Pasar	2-13
2.9.1.2 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar	2-13
2.9.1.3 Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar	2-15
2.9.1.4 Kategori Variabel Segmentasi Pasar	2-16
2.9.1.5 Variabel Basis Untuk Segmentasi Pasar	2-16
2.9.2 <i>Targeting</i>	2-17
2.9.3 <i>Positioning</i>	2-18
2.9.3.1 Konsep Positioning	2-18
2.9.3.2 Strategi Positioning	2-19
2.9.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Strategi Positioning	2-21
2.10 Pembagian Kelas Sosial	2-21
2.11 Bauran Pemasaran Jasa	2-23
2.11.1 Product (Produk)	2-25
2.11.2 Price (Harga)	2-26
2.11.3 Place (Tempat/Lokasi)	2-27
2.11.4 Promotion (Promosi)	2-28
2.11.5 People (Orang/Partisipan)	2-29
2.11.6 Physical Evidence (Sarana Fisik)	2-30
2.11.7 Process (Proses)	2-30
2.12 Cochran Q Test	2-31
2.13 Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Pelanggan ...	2-33
2.14 Correspondence Analysis	2-36

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Penelitian Pendahuluan Dan Studi Pustaka	3-4
3.2 Identifikasi Masalah	3-5
3.3 Pembatasan Masalah Dan Asumsi	3-5
3.4 Perumusan Masalah	3-6
3.5 Penentuan Tujuan Penelitian	3-6
3.6 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-6

3.7 Penentuan Jumlah Sampel, Penyebaran Kuesioner Pendahuluan Dan Pengumpulan Data Pendahuluan	3-8
3.8 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-8
3.9 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-10
3.10 Uji Validitas Konstruksi	3-10
3.11 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-11
3.12 Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.13 Uji Validitas Instrumen	3-12
3.14 Uji Reliabilitas Instrumen	3-13
3.15 Pengolahan Data	3-14
3.16 Analisis	3-14
3.17 Usulan	3-14
3.18 Kesimpulan Dan Saran	3-16

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Baraya Travel	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi Baraya Travel	4-2
4.2 Penyusunan Kuesioner Dan Pengumpulan Data	4-5
4.2.1 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan.....	4-6
4.2.3 Identifikasi Variabel Pendahuluan	4-10
4.3 Uji Validitas Konstruksi	4-11
4.4 Penyusunan Kuesioner Dan Pengumpulan Data Penelitian	4-13
4.4.1 Penyusunan Kuesioner Penelitian	4-13
4.4.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-13
4.4.2.1 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 1	4-13
4.4.2.2 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Bagian 2	4-15

4.4.2.3 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	
Bagian 3	4-17
4.4.2.4 Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	
Bagian 4	4-18

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.1.1 Uji Cochran Q Test	5-1
5.1.2 Rangkuman Atribut Penelitian Hasil Uji Cochran Q Test ..	5-15
5.2 Uji Validasi Konstruksi	5-16
5.3 Pengolahan Data Dan Analisis Kuesioner Penelitian	5-17
5.3.1 Analisis Profil Responden	5-18
5.3.2 Analisis Segmentasi, Targeting Dan Positioning Baraya	
Travel.....	5-27
5.3.2.1 Segmentasi Pasar	5-27
5.3.2.2 Targeting	5-30
5.3.2.3 Positioning	5-30
5.3.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	5-31
5.3.4 Gap Antara Persepsi-Harapan Dan Uji Signifikansi	5-34
5.3.5 Importance Performance Analysis (IPA) 4 Kuadran	5-39
5.3.6 Usulan Berdasarkan Prioritas <i>Importance</i>	
<i>Performance Analysis</i> Dan Uji Signifikansi	5-42
5.3.7 Correpondence Analysis	5-44
5.3.7.1 Usulan Perbaikan Correpondence Analysis	5-48
5.3.8 Upaya Perbaikan Berdasarkan <i>Importance Performance</i>	
<i>Analysis</i> dan <i>Correpondence Analysis</i>	5-49

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4
6.2.1 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut	6-4

6.2.2 Saran Untuk Perusahaan 6-4

DAFTAR PUSTAKA xviii

LAMPIRAN

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Data Penurunan Penjualan Baraya Travel	1-2
2.1	Kelas Sosial Dan Penghasilan	2-23
3.1	Atribut 7P Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.2	Prosedur Pemberian Usulan IPA	3-15
3.3	Prosedur Pemberian Usulan Gabungan IPA dan CA	3-15
4.1	Atribut Pertanyaan 7P Kuesioner Pendahuluan	4-5
4.2	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Jenis Kelamin	4-7
4.3	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Usia	4-7
4.4	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Pekerjaan	4-7
4.5	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Tempat Tinggal	4-7
4.6	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Uang Saku dan Penghasilan	4-8
4.7	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Pilihan Travel	4-8
4.8	Ringkasan Kuesioner Pendahuluan – Bagian 2	4-9
4.9	Hasil Uji Cochran Q Test	4-11
4.10	Hasil Uji Validasi Konstruk	4-12
4.11	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Jenis Kelamin	4-13
4.12	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Usia	4-13
4.13	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Pekerjaan	4-14
4.14	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Penghasilan Dan Uang Saku	4-14
4.15	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Tempat Tinggal	4-14
4.16	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 1 – Travel Yang Sering Digunakan	4-15

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
4.17	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Alasan Perjalanan	4-15
4.18	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Pool Tujuan	4-15
4.19	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Biaya Yang Dikeluarkan	4-16
4.20	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Jam Keberangkatan	4-16
4.21	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Kali Kunjungan	4-17
4.22	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Sumber Informasi	4-17
4.23	Ringkasan Kuesioner Penelitian Bagian 2 – Alasan Menggunakan Baraya	4-17
5.1	Atribut Yang Tidak Direduksi	5-15
5.2	Atribut Yang Direduksi	5-16
5.3	Atribut Yang Lolos Uji Validasi Konstruksi	5-16
5.4	Profil Tingkat Penghasilan Konsumen	5-20
5.5	Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi	5-31
5.6	Uji Validitas Dan Reliabilitas Persepsi - Revisi	5-32
5.7	Gap Antara Persepsi Dan Harapan	5-34
5.8	Uji Signifikansi	5-36
5.9	Rata-Rata Persepsi Dan Harapan	5-39
5.10	Atribut-Atribut Dalam Kuadran 1	5-40
5.11	Atribut-Atribut Dalam Kuadran 2	5-41
5.12	Atribut-Atribut Dalam Kuadran 3	5-41
5.13	Atribut-Atribut Dalam Kuadran 4	5-42
5.14	Usulan Perbaikan IPA Dan Signifikansi	5-43
5.15	Rangkuman Rangkaing Travel	5-44
5.16	Pengelompokan Atribut Berdasarkan Correspondence Analysis	5-46
5.17	Usulan Berdasarkan Correspondence Analysis	5-48
5.18	Upaya Perbaikan 7P Berdasarkan IPA dan CA	5-58
6.1	Faktor-Faktor Yang Dianggap Penting	6-1

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Bauran Pemasaran Jasa	2-25
2.2	Grafik Uji Cochran Q Test	2-33
2.3	Diagram Kartesius Importance Performance Analysis	2-35
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
3.2	Grafik Chi-Square	3-9
4.1	Struktur Organisasi Baraya Travel	4-2
5.1	Uji Cochran Q Test ke-1	5-2
5.2	Uji Cochran Q Test ke-2	5-4
5.3	Uji Cochran Q Test ke-3	5-5
5.4	Uji Cochran Q Test ke-4	5-7
5.5	Uji Cochran Q Test ke-5	5-8
5.6	Uji Cochran Q Test ke-6	5-10
5.7	Uji Cochran Q Test ke-7	5-11
5.8	Uji Cochran Q Test ke-8	5-13
5.9	Uji Cochran Q Test ke-9	5-14
5.10	Profil Jenis Kelamin Konsumen	5-18
5.11	Profil Usia Konsumen	5-19
5.12	Profil Pekerjaan Konsumen	5-19
5.13	Profil Lokasi Tempat Tinggal Konsumen	5-21
5.14	Profil Travel Yang Sering Digunakan Konsumen	5-21
5.15	Profil Alasan Perjalanan Konsumen	5-22
5.16	Profil Pool Tujuan Konsumen	5-23
5.17	Profil Biaya Yang Dikeluarkan Konsumen	5-23
5.18	Profil Jam Keberangkatan Konsumen	5-24
5.19	Profil Jumlah Kunjungan Konsumen	5-25
5.20	Profil Sumber Informasi	5-25
5.21	Profil Alasan Menggunakan Baraya Travel	5-26

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
5.22	Grafik Gap Persepsi-Harapan	5-35
5.23	Uji Hipotesis Signifikan Atribut 1	5-38
5.24	Matriks Importance Performance Analysis	5-40
5.25	Matriks Correspondence Analysis	5-45

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Validitas Konstruksi	L1-1
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-4
1	Atribut Yang Tidak Direduksi Dari Uji Cochran Q Test	L1-7
1	Kuesioner Penelitian	L1-8
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Persepsi)	L2-2
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Harapan)	L2-6
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Rangking)	L2-9
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Harapan)	L2-6
3	Tabel Chi-Square	L3-1
3	Tabel R Product Moment	L3-2
4	Uji Validitas Instrumen (Tingkat Persepsi)	L4-1
4	Uji Validitas Instrumen (Tingkat Persepsi) – Revisi	L4-2
4	Uji Validitas Instrumen (Tingkat Harapan)	L4-3
4	Uji Validitas Instrumen (Tingkat Harapan) – Revisi	L4-4
4	Perhitungan Correspondence Analysis	L4-5
5	Berita Acara Seminar Isi	L5-1
5	Komentar Dan Saran Dosen Penguji Sidang Tugas Akhir	L5-5