

ABSTRAK

CV. TRIMITRA MANDIRI yang berlokasi di Jl. Mitra lestari 8 blok B-11 no. 20 (Cibiru – Bandung) merupakan perusahaan yang menawarkan jasa penyewaan alat berat ke proyek-proyek pembangunan untuk kawasan Bandung dan sekitar. Terdapat 4 jenis alat berat yang dimiliki perusahaan yaitu molen, stemper, vibrator dan kompresor. Sejak tahun 2009-2011 perusahaan mengalami penurunan 4% setiap tahunnya, dengan melihat kumulatif jumlah penyewaan (satuan hari) seluruh alat berat per tahunnya. Identifikasi masalah mungkin dikarenakan strategi pemasaran CV. TRIMITRA MANDIRI yang dilakukan kurang tepat, ketidakpuasan konsumen terhadap layanan atau jasa CV. TRIMITRA MANDIRI dan sistem informasi perusahaan yang kurang baik. Tujuan penelitian adalah mendapatkan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan permintaan penyewaan alat berat. Variabel penelitian kuesioner menggunakan bauran pemasaran 7P yaitu *product, price, place, promotion, people, process*, dan *physical evidence* berdasarkan teori Philip Kotler.

Kuesioner terdiri dari 2 bagian, bagian pertama untuk menentukan profil dan karakteristik responden yang akan didapatkan *segmentasi, targeting* dan *positioning*. Bagian kedua akan diolah dengan melakukan pengukuran tingkat kepuasan konsumen dan *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui prioritas perbaikan yang dilakukan perusahaan. Responden pada penyebaran kuesioner berjumlah 41 responden, dimana seluruhnya adalah konsumen CV. TRIMITRA MANDIRI yang melakukan transaksi penyewaan alat berat hingga saat ini (periode 2012).

Target pasar perusahaan adalah dengan melihat dari sisi psikografis dan perilaku konsumen yang sering kali melakukan proses pembayaran diluar dari *cash* dan akan memberikan kemudahan dalam cara pembayaran/ pelunasan sewa alat berat diantaranya adalah transfer via ATM ataupun via *mobile banking*. Sedangkan *positioningnya* agar dapat lebih mengenalkan alat berat yang berkualitas dan citra yang baik di benak konsumen adalah “*Do better, Pay later*”. Dari slogan tersebut dapat diketahui bahwa CV. TRIMITRA MANDIRI memberikan ketegasan mencakup keseluruhan untuk meyakinkan konsumen baik proses pembayaran, pengiriman, pemesanan dan garansi apabila alat berat mengalami kendala di lokasi proyek. Sehingga menimbulkan rasa kekeluargaan dalam bisnis yang saling membutuhkan dan memberikan kesan “rantai relasi bisnis (konsumen-CV. TRIIMITRA MANDIRI)”, selain itu tentu saja alat berat yang disewakan memiliki kualitas sehingga konsumen tidak perlu cemas.

Usulan yang diberikan yaitu menjaga kestabilan daya tahan alat berat agar bisa digunakan pada jangka waktu lama, merawat kebersihan alat berat setelah selesai digunakan, memberikan pelatihan berkala untuk mengenal lebih dalam mengenai alat berat, memberikan harga yang lebih rendah untuk lokasi proyek disekitar perusahaan CV. TRIMITRA MANDIRI, harga sewa sesuai dengan jaminan kualitas alat berat yang dikirim ke lokasi proyek, memberikan petunjuk arah menuju lokasi CV. TRIMITRA MANDIRI agar tidak merasakan kesulitan saat mencarinya, operator *standby* di lokasi proyek dan mampu melayani pengiriman alat berat secara mendadak, walaupun pemesanan secara mendadak.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Pemasaran	2-1
2.2 Jenis Penelitian.....	2-2
2.3 Kepuasan Pelanggan	2-3
2.4 Metode Pengumpulan Data.....	2-3
2.5 Sumber Data	2-4
2.6 Populasi dan Sampel	2-5
2.7 Teknik Sampling	2-5
2.8 Skala Pengukuran.....	2-9
2.9 Tipe Skala Pengukuran	2-11
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-13
2.10.1 Uji Validitas	2-14
2.10.2 Uji Reliabilitas	2-16

2.11	Bauran Pemasaran.....	2-18
2.12	<i>Segmentation Targetting Positioning (STP)</i>	2-20
2.13	Uji Signifikansi	2-28
2.14	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-29

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Kerangka Penelitian	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-3
3.3	Kajian Pustaka.....	3-3
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-3
3.5	Perumusan Masalah	3-4
3.6	Perumusan Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-5
3.8	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.9	Uji Validitas Konstruksi.....	3-7
3.10	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan	3-7
3.13	Penyusunan Kuesioner Peneleitian	3-8
3.14	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-8
3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-8
3.16	Uji Validitas	3-9
3.17	Uji Reliabilitas	3-10
3.18	Pengolahan Data.....	3-10
	3.18.1 Kuesioner Bagian 1	3-10
	3.18.2 Kuesioner Bagian 2	3-11
3.19	Analisis.....	3-14
	3.19.1 Analisis Uji Kepuasan.....	3-14
	3.19.2 Analisis Hasil Matriks (IPA).....	3-14
	3.19.3 Analisis <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i>	3-14
3.20	Usulan... ..	3-15
3.21	Kesimpulan dan Saran.....	3-15

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Data Umum dan Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi.....	4-2
4.2	Pengamatan Pendahuluan.....	4-3
4.3	Kuesioner Penelitian	4-4
4.3.1	Kuesioner Bagian 1	4-5
4.3.2	Kuesioner Bagian 2	4-9

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengolahan Data.....	5-1
5.2	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-1
5.3	Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	5-4
5.4	Pengolahan Kuesioner Penelitian.....	5-6
5.4.1	Kuesioner Bagian 1	5-6
5.4.2	Kuesioner Bagian 2	5-15
5.5	Segmentasi <i>Targetting</i> dan <i>Positioning</i>	5-19
5.6	Usulaan.....	5-21

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	6-1
6.1.1	Uji Hipotesis.....	6-1
6.1.2	Matriks IPA	6-2
6.1.3	Segmentasi, <i>Targeting</i> dan <i>Positioning</i> CV. TRIMITRA MANDIRI.....	6-2
6.1.4	Usulan Strategi Pemasaran CV. TRIMITRA MANDIRI Berdasarkan Hasil IPA di Kuadran II	6-4
6.2	Saran.....	6-4

DAFTAR PUSTAKA	xiv
----------------------	-----

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-6
Gambar 2.2	Grafik Wilayah Kritis	2-29
Gambar 2.3	IPA.....	2-31
Gambar 3.1	Sistematika Penelitian	3-1
Gambar 3.2	Grafik Wilayah Kritis	3-12
Gambar 3.3	<i>Importance Performance Analysis</i>	3-13
Gambar 4.1	Struktur Organisasi CV. TRIMITRA MANDIRI	4-2
Gambar 5.1	Pekerjaan Penyewa (responden).....	5-6
Gambar 5.2	Lokasi Perusahaan.....	5-7
Gambar 5.3	Frekuensi Peminjaman (2 Minggu)	5-7
Gambar 5.4	Informasi	5-8
Gambar 5.5	Cara Pemesanan	5-8
Gambar 5.6	Alat Berat Yang Sering Disewa	5-9
Gambar 5.7	Cara Pembayaran (saat ini).....	5-9
Gambar 5.8	Cara Pembayaran (diharapkan kedepannya)	5-10
Gambar 5.9	Waktu Pemesanan	5-10
Gambar 5.10	Prioritas Pemesanan di CV. TRIMITRA MANDIRI.....	5-11
Gambar 5.11	Lama Berlangganan.....	5-12
Gambar 5.12	Toleransi Keterlambatan	5-12
Gambar 5.13	Keputusan Melakukan Penyewaan Alat Berat	5-13
Gambar 5.14	Lama Menyewa Dalam Sekali Pemesanan	5-13
Gambar 5.15	Faktor Memilih Jasa Alat Berat.....	5-14
Gambar 5.16	Toleransi Waktu Sebelum Alat Berat Memasuki Jam Lembur	5-14
Gambar 5.17	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-16
Gambar 5.18	Grafik IPA	5-18

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Kuesioner Pendahuluan.....	4-4
Tabel 4.2	Pekerjaan Penyewa (responden).....	4-5
Tabel 4.3	Lokasi Perusahaan	4-5
Tabel 4.4	Frekuensi Peminjaman (2 Minggu)	4-5
Tabel 4.5	Informasi.....	4-5
Tabel 4.6	Cara Pemesanan.....	4-6
Tabel 4.7	Alat Berat Yang Sering Disewa.....	4-6
Tabel 4.8	Cara Pembayaran (saat ini).....	4-6
Tabel 4.9	Cara Pembayaran (diharapkan Kedepannya).....	4-6
Tabel 4.10	Waktu Pemesanan.....	4-7
Tabel 4.11	Prioritas Pemesanan di CV. TRIMITRA MANDIRI	4-7
Tabel 4.12	Lama Menggunakan Jasa di CV. TRIMITRA MANDIRI	4-7
Tabel 4.13	Toleransi Keterlambatan.....	4-7
Tabel 4.14	Keputusan Melakukan Penyewaan Alat Berat	4-8
Tabel 4.15	Lama Menyewa Dalam Sekali Pemesanan.....	4-8
Tabel 4.16	Faktor Memilih Jasa Alat Berat	4-8
Tabel 4.17	Toleransi Waktu Sebelum Alat Berat Memasuki Jam Lembur ..	4-8
Tabel 4.18	Tabel Ringkasan Hasil Kuesioner Penelitian	4-9
Tabel 5.1	Hasil SPSS Validitas Tingkat Performansi.....	5-3
Tabel 5.2	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepentingan.....	5-4
Tabel 5.3	Hasil SPSS Reliabilitas Tingkat Performansi.....	5-5
Tabel 5.4	Hasil SPSS Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-5
Tabel 5.5	Perhitungan Tingkat Kepentingan dan Performansi.....	5-15
Tabel 5.6	Tabel Rangkuman Hasil IPA	5-17
Tabel 5.7	Gabungan Matriks IPA dan Uji Kepuasan	5-19
Tabel 5.8	Tabel Prioritas Perbaikan.....	5-22
Tabel 6.1	Uji Hipotesis	6-1
Tabel 6.2	Matriks IPA	6-2