

ABSTRAK

Bengkel Jaya Motor berdiri pada tahun 2004 di kota Bandung, yang menjual berbagai macam suku cadang serta pelayanan/*service* untuk sepeda motor. Bengkel Jaya Motor mengalami penurunan pendapatan penjualan sebesar 7% pada tahun 2008, 10% pada tahun 2009, 16% pada tahun 2010, 21% pada tahun 2011, dan 24% pada tahun 2012. Menurut pihak Bengkel Jaya Motor salah satu faktor utamanya adalah berdirinya Bengkel Rajawali yang terletak tidak jauh dari Bengkel Jaya Motor.

Penelitian ini dilakukan dengan cara observasi langsung ke Bengkel Jaya Motor serta Bengkel Rajawali dan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang disebarakan terdiri dari 2 kuesioner, yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner yang pertama disebarakan adalah kuesioner pendahuluan, yang disebarakan kepada 30 responden. Kuesioner pendahuluan diolah menggunakan presentase, dimana apabila pada suatu pernyataan jawaban penting $\leq 50\%$ maka pernyataan tersebut dianggap tidak layak/tidak penting dan apabila pernyataan jawaban penting $>$ dari 50% maka pernyataan tersebut dianggap layak/penting. Kuesioner yang kedua adalah kuesioner penelitian yang disebarakan sebanyak 100 kuesioner kepada para konsumen yang sudah mengetahui kedua bengkel, yaitu Bengkel Jaya Motor dan Bengkel Rajawali. Pembuatan kuesioner ini menggunakan teori *marketing mix* (7P), yaitu *product*, *price*, *place*, *promotion*, *people*, *process*, dan *physical evidence* yang merupakan teori dari William J. Stanton.

Setelah melalui proses pengumpulan data, data tersebut diolah menggunakan Pengujian Hipotesis tingkat kepuasan, *Importance Performance Analysis*, dan *Correspondence Analysis*. Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan Analisis IPA didapatkan bahwa variabel yang berada pada kuadran 1 terdapat 7 variabel, kuadran 2 terdapat 7 variabel, kuadran 3 terdapat 8 variabel, dan kuadran 4 terdapat 8 variabel. Kemudian berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan bahwa terdapat 16 variabel dimana konsumen puas dan 14 variabel dimana konsumen tidak puas, dalam pengolahan data menggunakan *Correspondence Analysis*, maka didapatkan hasil bahwa 16 variabel Jaya Motor kalah dengan Rajawali dan 3 variabel dimana Jaya Motor bersaing dengan Rajawali. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat 19 buah variabel dimana variabel-variabel tersebut perlu diadakannya perbaikan.

Berdasarkan hasil penelitian, diberikan beberapa usulan berdasarkan *targeting* (Pria bekerja dengan frekuensi kedatangan ke sebuah bengkel sebanyak 3-4 kali/bulan) dan *positioning* (*Best Price and Best Quality*) kepada Bengkel Jaya Motor, yaitu memberikan *discount*, menyediakan lahan parkir yang memadai, lebih melakukan *training* ulang terdapat para karyawan, membuat paket-paket penjualan, dan menyesuaikan harga dengan kompetitor.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.1.2 Segmentasi, Targeting, Positioning	2-3
2.1.3 Bauran Pemasaran	2-5
2.1.4 Strategi Pemasaran	2-8
2.2 Konsep Produk	2-9
2.2.1 Pengertian Produk.....	2-9
2.2.2 Tingkatan Produk.....	2-9
2.3 Metode Pengumpulan Data	2-9
2.4 Populasi dan Sampel.....	2-11
2.5 Teknik Sampling.....	2-11
2.6 Ukuran Sampel	2-14

2.7	Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.8	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-15
2.8.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-15
2.8.1.1	Pengujian Validitas Konstruksi.....	2-15
2.8.1.2	Pengujian Validitas Isi	2-16
2.8.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2-16
2.8.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-17
2.9	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	2-18
2.10	<i>Correspondence Analysis</i>	2-19

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1.	<i>Flowchart</i> Metodologi Penelitian	3-1
3.2.	Keterangan <i>Flowchart</i>	3-4
3.2.1	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.2	Identifikasi Masalah	3-4
3.2.3	Pembatasan Masalah.....	3-4
3.2.4	Perumusan Masalah	3-5
3.2.5	Penentuan Tujuan Penelitian	3-5
3.2.6	Studi Pustaka	3-5
3.2.7	Pengembangan Variabel-Variabel Pada Kuesioner.....	3-6
3.2.8	Teknik Pengumpulan Data	3-6
3.2.9	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan dan Kuesioner Penelitian	3-6
3.2.9.1	Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.2.9.2	Kuesioner Penelitian.....	3-9
3.2.10	Uji Validitas Konstruksi.....	3-9
3.2.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.2.12	Perhitungan Tingkat Kepentingan menggunakan Presentase.....	3-10
3.2.13	Perbaikan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.2.14	Penentuan Teknik Sampling.....	3-11
3.2.15	Penentuan Ukuran Sampel.....	3-11
3.2.16	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-12
3.2.17	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	3-12

3.2.18	Pengolahan Data	3-13
3.2.19	Analisis Pengolahan data.....	3-15
3.2.20	Usulan	3-16
3.2.21	Kesimpulan dan Saran	3-17

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2	Visi dan Misi	4-1
4.1.2.1	Visi.....	4-1
4.1.2.2	Misi.....	4-2
4.1.3	Struktur Organisasi	4-2
4.2	Kuesioner Pendahuluan	4-3
4.3	Kuesioner Penelitian.....	4-5
4.4	Hasil Rekapitulasi Data Mentah	4-7

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-1
5.1.1	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabel Tingkat Kepentingan	5-1
5.1.2	Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabel Tingkat Kepuasan	5-3
5.2	Pengujian Hipotesis	5-5
5.3	Pengujian <i>Correspondence Analysis</i>	5-10
5.4	Pengujian <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-14
5.5	Segmentasi, <i>Targeting dan Positioning</i> (Beserta Analisis).....	5-18
5.5.1	Segmentasi Berdasarkan Profil Responden	5-18
5.5.2	<i>Targeting</i> Berdasarkan Profil Responden.....	5-23
5.5.3	<i>Positioning</i>	5-25
5.6	Analisis	5-26
5.6.1	Analisis Hipotesis Kepuasan	5-26
5.6.2	Analisis <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-26
5.6.3	Analisis <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-28
5.7	Analisis Gabungan.....	5-30
5.8	Usulan Perbaikan Berdasarkan Pengolahan Data.....	5-31

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran	6-4
6.2.1	Saran Untuk Bengkel Jaya Motor.....	6-4
6.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	6-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 4.1	Hasil Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan	4-3
Tabel 4.2	Hasil Tingkat Kepentingan Kuesioner Pendahuluan (lanjutan).....	4-4
Tabel 4.3	Variabel Kuesioner Penelitian	4-6
Tabel 4.4	Jenis Kelamin.....	4-7
Tabel 4.5	Jenis Pekerjaan	4-7
Tabel 4.6	Frekuensi Datang	4-7
Tabel 4.7	Kisaran Harga <i>Service</i> Motor.....	4-8
Tabel 4.8	Kisaran Harga Suku Cadang	4-8
Tabel 4.9	Kisaran Harga Asesoris Motor.....	4-8
Tabel 4.10	Kisaran Lama Menunggu Selesainya <i>Service</i> Motor.....	4-9
Tabel 4.11	Tujuan Utama Mengunjungi Bengkel.....	4-9
Tabel 4.12	Rekapitulasi Kuesioner Bagian Kedua	4-9
Tabel 4.13	Rekapitulasi Kuesioner Bagian Kedua (lanjutan).....	4-10
Tabel 5.1	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepentingan	5-2
Tabel 5.2	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Kepentingan	5-3
Tabel 5.3	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepuasan Bengkel Jaya Motor	5-4
Tabel 5.4	Hasil SPSS Reliabel Tingkat Performansi Bengkel Jaya Motor.....	5-5
Tabel 5.5	Tabel Hasil Rangkuman Uji Hipotesis Kepuasan	5-7
Tabel 5.6	Tabel Hasil Rangkuman Uji Hipotesis Kepuasan (lanjutan)	5-8
Tabel 5.7	Tabel Frekuensi Posisi Peringkat Kesatu.....	5-10
Tabel 5.8	Tabel Peringkat Hasil Dari <i>CA</i>	5-12
Tabel 5.9	Keunggulan Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Rajawali.....	5-13
Tabel 5.10	Kelemahan Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Rajawali	5-13
Tabel 5.11	Tabel Bersaing Bengkel Jaya Motor Dibandingkan Rajawali	5-14
Tabel 5.12	Tabel Rata-Rata Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan ..	5-14
Tabel 5.13	Tabel Rata-Rata Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan (Lanjutan).....	5-15
Tabel 5.14	Tabel Rangkuman <i>IPA</i>	5-17

Tabel 5.15	Tabel Target Pasar	5-23
Tabel 5.16	Tabel Keunggulan Bengkel Jaya Motor dan Rajawali.....	5-29
Tabel 5.17	Tabel Peringkat Setiap Variabel	5-30
Tabel 5.18	Tabel Prioritas Usulan.....	5-32
Tabel 5.19	Tabel Prioritas Usulan (lanjutan)	5-33
Tabel 6.1	Tabel Variabel Responden Puas Terhadap Kinerja Jaya Motor	6-3
Tabel 6.2	Tabel Variabel Responden Tidak Puas	6-3
Tabel 6.3	Tabel Keunggulan Bengkel Jaya Motor.....	6-4
Tabel 6.4	Tabel Kelemahan Bengkel Jaya Motor	6-4
Tabel 6.5	Tabel Bersaing Bengkel Jaya Motor dan Bengkel Rajawali.....	6-5
Tabel 6.6	Tabel Usulan Berdasarkan <i>Marketing Mix</i>	6-6

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar 1.1	Grafik Omset Penerimaan Bengkel Jaya Motor.....	1-2
Gambar 2.1	Teknik Sampling	2-16
Gambar 2.2	Gambar Kuadran <i>IPA</i>	2-23
Gambar 3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
Gambar 3.2	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-2
Gambar 3.3	<i>Flowchart</i> Penelitian (Lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	Grafik Uji Z.....	3-14
Gambar 3.5	Grafik Kuadran <i>IPA</i>	3-14
Gambar 4.1	Gambar Struktur Organisasi Bengkel “Jaya Motor”	4-2
Gambar 5.1	Grafik Uji Z.....	5-9
Gambar 5.2	Grafik <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-11
Gambar 5.3	Diagram <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-16
Gambar 5.4	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	5-18
Gambar 5.5	Profil Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	5-18
Gambar 5.6	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Datang.....	5-19
Gambar 5.7	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Service Motor....	5-20
Gambar 5.8	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Suku Cadang	5-20
Gambar 5.9	Profil Responden Berdasarkan Kisaran Harga Asesoris Motor ..	5-21
Gambar 5.10	Profil Responden Berdasarkan Lama Menunggu.....	5-22
Gambar 5.11	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Utama ke Bengkel.....	5-22

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN 1 : Lembar Komentar Seminar Proposal, Lembar Komentar Seminar Isi, Lembar Komentar Sidang Akhir, Lembar Bimbingan
- LAMPIRAN 2 : Kuesioner Pendahuluan, Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 3 : Tabel Normal/Z
- LAMPIRAN 4 : Lembar Komentar Validitas Konstruk