

ABSTRAK

Showroom Awi Jaya Motor merupakan salah satu *showroom* mobil bekas yang berlokasi di jalan raya Tajur no; 56, Bogor, yang berdiri sejak Agustus 2009. Masalah yang dihadapi adalah penurunan rata-rata omzet per bulan. Rata-rata omzet pada periode Agustus 2009-Januari 2011 adalah sebesar Rp 800.000.000 dan rata-rata pada periode Februari 2011-September 2011 menurun menjadi Rp 600.000.000, hingga Oktober 2011 relatif tetap dan belum mengalami peningkatan lagi.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor apa sajakah yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *showroom*, untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dari *showroom* tersebut, untuk mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning* (STP) pada *Showroom* Awi Jaya Motor, dan juga untuk memberikan usulan upaya-upaya apa saja yang dapat dilakukan pihak *showroom* agar meningkatkan penjualan.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Terdapat dua jenis kuesioner dalam penelitian ini, yaitu kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian. Kuesioner pendahuluan bertujuan untuk mengetahui siapa yang menjadi pesaing dari *Showroom* Awi Jaya Motor, dan juga untuk mengetahui faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *showroom* dengan menggunakan Uji *Cochran*. Kuesioner ini disebar dengan menggunakan teknik *quota sampling*. Sedangkan kuesioner penelitian disebar untuk mengetahui profil responden, tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Kuesioner ini disebar dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Variabel penelitian dibuat dan disusun berdasarkan bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*). Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan uji gap dan *correspondence analysis*.

Segmentasi dilakukan berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan, domisili, tujuan, warna kesukaan, dan jenis mobil. Target pasar untuk *Showroom* Awi Jaya Motor yaitu pria dengan umur 30-50 tahun bekerja sebagai wiraswastawan dengan penghasilan 4-6 juta yang berdomisili di Kota Bogor yang menyukai jenis mobil sedan berwarna hitam dengan tujuan untuk dipakai sebagai alat transportasi pribadi. Berdasarkan beberapa faktor keunggulan *showroom* dan juga dianggap penting oleh konsumen, yaitu kualitas mesin dan keaslian *body* mobil, maka diberikan slogan pada *Showroom* Awi Jaya Motor “Beli mobil, langsung ngaciiiiiiiiiiiiiiiiiiii!!!!!!”.

Usulan perbaikan diperoleh dari prioritas perbaikan yang didapat dari uji gap dan *correspondence analysis* yang kemudian dihubungkan dengan *segmentation, targeting, dan positioning* (STP). Usulan perbaikan berupa perubahan pada penataan posisi mobil pada *showroom* sehingga terlihat lebih menarik, penurunan harga mobil, memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan mengenai otomotif dan cara melayani konsumen yang baik, memperjelas nama *showroom*, lebih cermat dan teliti dalam membersihkan *body* dan mesin mobil, menetapkan harga yang pasti, menyediakan pembayaran dengan menggunakan cek/ giro/ ATM.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-3
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi	1-4
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-5
1.6 Sistematika Penulisan	1-5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Manajemen Pemasaran	2-1
2.2 Strategi Pemasaran.....	2-2
2.3 Segmentasi	2-3
2.4 Targeting	2-4
2.5 Positioning	2-4
2.6 Bauran Pemasaran.....	2-5
2.7 Konsep Jasa.....	2-8
2.7.1 Pengertian Jasa.....	2-8
2.7.2 Klasifikasi Jasa.....	2-9

2.7.3 Karakterisrik Jasa.....	2-12
2.8 Sampel dan Populasi.....	2-13
2.9 Teknik Sampling.....	2-13
2.9.1 Probability Sampling	2-14
2.9.2 Non Probability Sampling.....	2-15
2.10 Skala Pengukuran.....	2-15
2.11 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.12 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-17
2.12.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	2-17
2.12.2 Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-18
2.13 Teknik Pengumpulan Data	2-19
2.14 Uji Cochran	2-21
2.15 <i>Correspondence Analysis</i>	2-22

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flow Chart</i> Penelitian.....	3-1
3.2 Penelitian Pendahuluan	3-3
3.3 Identifikasi Masalah.....	3-3
3.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	3-4
3.5 Perumusan Masalah	3-5
3.6 Tujuan Penelitian	3-5
3.7 <i>Study</i> Literatur.....	3-6
3.8 Teknik Pengunpulan Data.....	3-6
3.9 Penyusunan Variabel Kuesioner Pendahuluan	3-6
3.10 Penentuan Teknik Sampling Kuesioner Pendahuluan.....	3-9
3.11 Validitas Konstruk.....	3-9
3.12 Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3-10
3.13 Perhitungan Tingkat Kepentingan.....	3-10
3.14 Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-10

3.15 Penentuan Teknik Sampling.....	3-11
3.16 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian	3-11
3.17 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	3-12
3.18 Pengolahan Data.....	3-13
3.19 Analisis Data	3-15
3.20 Usulan.....	3-16
3.21 Kesimpulan dan Saran.....	3-17

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat perusahaan	4-1
4.2 Visi dan Misi.....	4-1
4.2.1 Visi.....	4-1
4.2.2 Misi	4-1
4.3 Kuesioner Pendahuluan	4-2
4.4 Hasil Rekapitulasi Data Mentah Kuesioner Penelitian.....	4-5

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Uji <i>Cochran</i> Kuesioner Pendahuluan	5-1
5.2 Uji Validitas Kuesioner Penelitian.....	5-14
5.2.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepentingan dari SPSS.....	5-14
5.2.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kepuasan dari SPSS	5-16
5.3 Uji gap.....	5-18
5.4 Segmentasi, Targeting dan Positioning.....	5-21
5.4.1 Segmentasi	5-21
5.4.2 Targeting	5-31
5.4.3 Positioning	5-32

5.5 *Correspondence Analysis*..... 5-33

5.6 Analisis Gabungan 5-54

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 6-1

6.2 Saran 6-7

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Prioritas Usulan Perbaikan	3-17
4.1	Point <i>Showroom</i> Pesaing	4-2
4.2	Hasil Tingkat Kepentingan Kuesoner Pendahuluan	4-3
4.3	Data Jenis Kelamin	4-5
4.4	Data Usia	4-5
4.5	Data Pekerjaan	4-5
4.6	Data Penghasilan/bulan	4-6
4.7	Data Lokasi	4-6
4.8	Data Jenis Mobil yang Disukai	4-6
4.9	Data Warna Mobil yang Disukai	4-7
4.10	Data Warna Mobil yang Disukai (lain-lain)	4-7
4.11	Data Pihak yang Mempengaruhi Dalam Membeli Mobil	4-7
4.12	Data Tujuan Membeli Mobil	4-8
4.13	Data Merk yang Sering Digunakan	4-8
4.14	Data Frekuensi Membeli Mobil Bekas	4-8
4.15	Data Mengetahui <i>Showroom</i> Awi Jaya dari	4-9
4.16	Data Lama Penggunaan Mobil	4-9
4.17	Data <i>Showroom</i> Lain yang Lebih Menarik	4-9
4.18	Rekapitulasi Tingkat Kepentingan	4-10
4.19	Rekapitulasi Tingkat Performansi	4-11
5.1	Persentase Tingkat Kepentingan	5-14
5.2	Persentase Tingkat Kepuasan	5-16
5.3	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepentingan	4-18
5.4	Hasil SPSS Reliabilitas Tingkat Kepentingan	4-19

Tabel	Judul	Halaman
5.5	Hasil SPSS Validitas Tingkat Kepuasan	5-20
5.6	Hasil SPSS Reliabilitas Tingkat Kepentingan	5-21
5.7	Rangkuman Uji gap	5-22
5.8	Jumlah Pemilih <i>Showroom</i> yang Lebih Unggul	5-37
5.9	<i>Table to be Analyzed</i>	5-38
5.10	<i>The Row Profiles</i>	5-39
5.11	<i>The Colum Profiles</i>	5-40
5.12	<i>Dimension</i>	5-41
5.13	<i>Row Scores</i>	5-41
5.14	<i>Colum Scores</i>	5-42
5.15	Jarak Atribut Terhadap Objek	5-44
5.16	Posisi Ketiga <i>Showroom</i> Berdasarkan Ranking Tiap Atribut	5-45
5.17	Prioritas Perbaikan	5-56
5.18	Rangkuman Usulan Berdasarkan 7P	5-66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Grafik Omset Per Bulan	1-3
2.1	Teknik Sampling	2-14
2.2	Grafik <i>Chi Square</i>	2-22
3.1	<i>Flow Chart</i>	3-1
5.1	Kurva Pengujian 1	5-3
5.2	Kurva Pengujian 2	5-4
5.3	Kurva Pengujian 3	5-5
5.4	Kurva Pengujian 4	5-6
5.5	Kurva Pengujian 5	5-7
5.6	Kurva Pengujian 6	5-9
5.7	Kurva Pengujian 7	5-10
5.8	Kurva Pengujian 8	5-11
5.9	Kurva Pengujian 9	5-12
5.10	Kurva Pengujian 10	5-13
5.11	Grafik Uji Z	5-23
5.12	Diagram Jenis Kelamin	5-24
5.13	Diagram Usia	5-24
5.14	Diagram Pekerjaan	5-25
5.15	Diagram Penghasilan/bulan	5-26
5.16	Diagram Lokasi	5-26
5.17	Diagram Jenis Mobil yang Disukai	5-27
5.18	Diagram Warna Mobil yang Disukai	5-28
5.19	Diagram Pihak yang Mempengaruhi Dalam Membeli Mobil	5-29
5.20	Diagram Tujuan Membeli Mobil	5-30

Gambar	Judul	Halaman
5.21	Diagram Merk yang Sering Digunakan	5-31
5.22	Diagram Frekuensi Membeli Mobil Bekas	5-31
5.23	Diagram Mengetahui <i>Showroom</i> Awi Jaya Dari	5-32
5.24	Diagram Lama Penggunaan Mobil	5-33
5.25	Diagram <i>Showroom</i> Lain yang Lebih Menarik	5-33
5.26	<i>Row and Colum Scores</i>	5-42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul
L-1	Data Mentah
L-2	Kuesioner
L-3	Hasil Uji Cochran
L-4	Tabel