

ABSTRAK

PT. Wahana Kristal Abadi (WKA) adalah perusahaan yang bergerak di dalam usaha penjualan batu kristal yang berlokasi di Jl. Agung Utara Raya Blok VII No. 9 Sunter Agung Jakarta Utara DKI Jakarta. Perusahaan mulai beroperasi sejak akhir tahun 2005, dan menjual berbagai macam jenis batu kristal *Swarovski* sintetis untuk keperluan pembuatan perhiasan perak. Sejak awal mula beroperasi batu kristal yang menjadi produk penjualan utama perusahaan tercatat mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan kristal pertama pada tahun 2007 sebesar 10%, yang kemudian mengalami peningkatan penjualan ditahun berikutnya yaitu pada tahun 2008 sebesar 15%. Setelah peningkatan penjualan yang terjadi pada tahun 2008, terjadi penurunan penjualan yang berkelanjutan dimulai dari tahun 2009 sebesar 7%, tahun 2010 sebesar 12%, dan tahun 2011 sebesar 14%.

Pada penelitian ini dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner penelitian yang dibuat berdasarkan acuan *marketing mix* atau bauran pemasaran yaitu 7P (Philip Kotler). Kuesioner disebarakan untuk mengetahui informasi mengenai atribut atau variabel yang mempengaruhi perilaku belanja konsumen. kuesioner kemudian disebarakan kepada 132 orang responden yang merupakan konsumen PT.WKA.

Data data yang diperoleh kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya. Setelah diperoleh data yang valid dan reliabel maka dilanjutkan dengan pengolahan data yaitu uji hipotesis untuk mengetahui kepuasan konsumen (Ronald Walpole), dan pemetaan matriks *Importance Performance Analysis* (IPA) untuk mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap performansi perusahaan (Supranto.J), serta pengukuran loyalitas konsumen (James G.Barnes).

Dari hasil pengolahan data maka dilakukan analisis serta penarikan kesimpulan dan usulan perbaikan. Usulan diberikan berdasarkan prioritas perbaikan dari penggabungan uji hipotesis dan matriks IPA, dimana usulan prioritas perbaikan diambil dari variabel yang tidak memuaskan konsumen berdasarkan uji hipotesis dan memiliki nilai kepentingan lebih tinggi daripada nilai performansinya berdasarkan matriks IPA. Setelah itu dilakukan analisis keterkaitannya dengan loyalitas konsumen.

Dari hasil pengolahan dan analisis data diatas diperoleh sejumlah usulan dan strategi pemasaran untuk memperbaiki dan meningkatkan penjualan di PT.WKA diantaranya adalah usulan untuk meningkatkan kualitas SDM perusahaan seperti *Sales Promotion Girl* (SPG). Dimana para SPG hendaknya diberikan pelatihan dan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai produk kristal sehingga dapat melayani konsumen dengan lebih baik. Tidak sampai disitu para SPG diharapkan dapat menyumbangkan ide aplikasi dan penggunaan kristal untuk kepentingan konsumen itu sendiri. Selain itu perusahaan harus lebih kompetitif didalam persaingan harga dipasaran. Karena konsumen menilai bahwa selama ini produk kristal yang ditawarkan oleh PT.WKA masih terlalu mahal jika dibandingkan dengan kompetitor lainnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-4
1.4 Perumusan Masalah.....	1-4
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-5
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	2-1
2.2 Bauran Pemasaran.....	2-2
2.2.1 <i>Product</i>	2-2
2.2.2 <i>Price</i>	2-3
2.2.3 <i>Place</i>	2-4
2.2.4 <i>Promotion</i>	2-4
2.2.5 <i>People</i>	2-5
2.2.6 <i>Physical Evidence</i>	2-5
2.2.7 <i>Process</i>	2-6
2.3 Loyalitas Konsumen.....	2-6
2.4 Kepuasan Pelanggan	2-8
2.5 Pengertian Persepsi	2-11

2.6	Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	2-14
2.7	Harapan Pelanggan.....	2-17
2.8	Pengertian Kinerja.....	2-18
2.9	Variabel Penelitian	2-18
2.10	Populasi dan Sampel	2-20
2.10.1	Populasi.....	2-20
2.10.2	Sampel.....	2-20
2.10.3	Teknik Sampling.....	2-20
2.11	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-22
2.12	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-25
2.13	Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	2-27
2.14	Uji Hipotesisi.....	2-28
2.15	<i>Importance-Performance Analysis</i>	2-29
2.15.1	Pembuatan Peta Posisi IPA.....	2-31
2.15.2	Interpretasi Peta Posisi IPA.....	2-32

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan	3-5
3.3	Tinjauan Pustaka	3-5
3.4	Identifikasi Masalah	3-5
3.5	Batasan Masalah.....	3-6
3.6	Perumusan Masalah.....	3-6
3.7	Penentuan Tujuan Penelitian	3-7
3.8	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3-7
3.8.1	Kisi-kisi Instrumen Loyalitas.....	3-7
3.8.2	Kisi-kisi Instrumen Bauran Pemasaran 7P.....	3-7
3.9	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3-9
3.10	Penentuan Teknik Pengumpulan Data	3-10
3.11	Penentuan Jumlah Sampel dan Teknik Sampling	3-10
3.12	Uji Validitas Kuesioner	3-11

3.13 Uji Reliabilitas Kuesioner	3-11
3.14 Pengolahan Data dan Analisis.....	3-12
3.14.1 Uji Hipotesis.....	3-12
3.14.2 <i>Importance Performance Analysis</i>	3-13
3.14.3 Pengukuran Loyalitas Konsumen.....	3-15
3.15 Usulan.....	3-16
3.16 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 Struktur Organisasi	4-3
4.1.3 Deskripsi Jabatan di Perusahaan	4-3
4.2 Kuesioner Penelitian... ..	4-5
4.2.1 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Bagian I	4-6
4.2.2 Rekapitulasi Jawaban Kuesioner Bagian II	4-8

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas Kepentingan	5-2
5.1.2 Pengujian Reliabilitas Kepentingan	5-3
5.1.3 Pengujian Validitas Performansi	5-4
5.1.4 Pengujian Reliabilitas Performansi	5-5
5.2 Pengolahan Data Kuesioner Bagian I.....	5-6
5.3 Pengolahan Data Kuesioner Bagian II	5-12
5.3.1 Pengujian Hipotesis.....	5-12
5.3.2 Matriks IPA.....	5-18
5.3.3 Pengukuran Loyalitas Konsumen.....	5-22
5.3.4 Pengolahan Penggabungan uji Hipotesis dan Matriks IPA.....	5-25
5.3.5 Prioritas Perbaikan Hipotesis dan Matriks IPA.....	5-27

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan..... 6-1

6.2 Saran..... 6-4

DAFTAR PUSTAKA xiii

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Penjualan Tahunan PT.WKA	1-2
Tabel 3.1	Variabel Penelitian.....	3-8
Tabel 3.2	Usulan Prioritas Perbaikan	3-16
Tabel 4.1	Lama Konsumen Mengenal PT.WKA	4-6
Tabel 4.2	Lama Konsumen Menjalinkan Transaksi dengan PT.WKA	4-6
Tabel 4.3	Frekuensi Transaksi dengan PT.WKA dalam 1 Bulan	4-6
Tabel 4.4	Tabel Alokasi Dana Belanja	4-7
Tabel 4.5	Tabel Nilai Transaksi.....	4-7
Tabel 4.6	Tabel Cara Pembayaran yang dilakukan	4-7
Tabel 4.7	Rekap Jawaban Kuesioner Bagian II	4-8
Tabel 5.1	Tabel Hasil Uji Validitas Kepentingan	5-2
Tabel 5.2	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Kepentingan	5-3
Tabel 5.3	Tabel Hasil Uji Validitas Performansi.....	5-4
Tabel 5.4	Tabel Hasil Uji Reliabilitas Performansi	5-5
Tabel 5.5	Tabel Pengujian Hipotesis	5-13
Tabel 5.6	Tabel Rekapitulasi Matriks IPA.....	5-19
Tabel 5.7	Tabel Ratio Dana yang dibelanjakan	5-22
Tabel 5.8	Tabel Pembobotan Alokasi Dana Belanja	5-23
Tabel 5.9	Tabel Hasil Pembobotan Alokasi Dana Belanja.....	5-23
Tabel 5.10	Tabel Persentase Alokasi Dana Belanja	5-24
Tabel 5.11	Tabel Penggabungan uji Hipotesis dan Matriks IPA.....	5-26
Tabel 5.12	Tabel Usulan Prioritas Perbaikan.....	5-27

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penjualan Kristal PT.WKA.....	1-2
Gambar 2.1	Tahapan Loyalitas Konsumen	2-7
Gambar 2.2	Proses Persepsi	2-12
Gambar 2.3	Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan.....	2-17
Gambar 2.4	Peta Posisi <i>Importance-Performance Analysis</i>	2-32
Gambar 3.1	Flowchart Penelitian.....	3-1
Gambar 3.2	Flowchart Penelitian (lanjutan)	3-2
Gambar 3.3	Flowchart Penelitian (lanjutan)	3-3
Gambar 3.4	Flowchart Penelitian (lanjutan)	3-4
Gambar 3.5	Grafik Wilayah Kritis	3-13
Gambar 3.6	Tabel <i>Importance Performance Analysis</i>	3-14
Gambar 4.1	Kristal Swarovski	4-1
Gambar 4.2	Aplikasi Kristal Swarovski pada Perhiasan.....	4-2
Gambar 4.3	Struktur Organisasi PT.WKA.....	4-3
Gambar 5.1	Grafik Lama Responden Mengenal PT.WKA.....	5-6
Gambar 5.2	Grafik Lama Responden Menjalin Transaksi.....	5-7
Gambar 5.3	Grafik Frekuensi Transaksi Responden	5-8
Gambar 5.4	Grafik Alokasi Pembelian Batu Kristal.....	5-9
Gambar 5.5	Grafik Nilai Transaksi Responden	5-10
Gambar 5.6	Grafik Cara Pembayaran Responden.....	5-11
Gambar 5.7	Matriks IPA.....	5-18

DAFTAR LAMPIRAN

1. Berita Acara Seminar Proposal Tugas Akhir
2. Kuesioner Penelitian
3. Data Mentah
4. Validitas Konstruk
5. Daftar Tabel
6. Form Komentar Dosen Pembimbing
7. Berita Acara Seminar Isi Tugas Akhir
8. Berita Acara Sidang Tugas Akhir