

ABSTRAK

Saat ini mobil merupakan salah satu kebutuhan sekunder yang diperlukan hampir oleh setiap orang untuk mendukung aktivitasnya. Melihat hal tersebut banyak perusahaan-perusahaan yang menjual produk ban dan jasa. Selamat Galeria Ban (SGB) merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk ban dan jasa yang berhubungan dengan ban. Besarnya penjualan per hari (Senin-Jumat) berkisar kurang lebih 40 buah ban, hari Sabtu berkisar kurang lebih 60 buah ban, dan menjelang hari raya mencapai kurang lebih 100 buah ban. Namun 2 tahun belakangan ini target penjualan yang biasanya tercapai mengalami penurunan sebesar 15%-20%. Hal ini disebabkan adanya ketidakpuasan konsumen terhadap SGB. Oleh karena itu SGB harus mengevaluasi bagaimana strategi pemasaran yang telah dilakukan oleh SGB, persepsi pelanggan terhadap strategi pemasaran di SGB, bagaimana kepuasan pelanggan di SGB, dan bagaimana hubungan antara kepuasan pelanggan dengan niat beli ulang di SGB.

Variabel penelitian tentang kepuasan konsumen ini menggunakan strategi pemasaran 7P yang terdiri dari: *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Proses*. Penyebaran kuesioner pendahuluan dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko ban, kemudian dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner penelitian pada 120 konsumen SGB saja, tujuannya untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap SGB dan untuk mengetahui apakah konsumen berminat datang kembali berbelanja ke SGB, dengan menggunakan teknik sampling *purposive*. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan tingkat kepuasan interval untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dan metode regresi linier berganda untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling berpengaruh terhadap keinginan konsumen untuk melakukan pembelian berulang di SGB.

Dari penelitian ini didapat bahwa terdapat 20 faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih toko ban.. Terdapat 4 faktor yang membuat konsumen merasa kurang puas dengan pelayanan di Selamat Galeria Ban. Berdasarkan regresi linier berganda terdapat 8 faktor yang berpengaruh terhadap niat beli ulang, semuanya memiliki tingkat kepuasan yang puas.

Saran kepada SGB antara lain adalah menyediakan berbagai merk ban dengan lengkap, menambah pelayanan jasa yaitu penggantian aki mobil dan pemeriksaan kaki-kaki mobil, menambah besi penghalang pada etalase, memperhatikan kebersihan toko dan sekitarnya, memberikan diskon tambahan bila menggunakan promosi kartu kredit tertentu, meningkatkan ketelitian dalam perhitungan pembayaran, memasang iklan SGB di tabloid atau majalah pria, pemilik toko memberikan informasi produk dengan baik kepada konsumen, dan dilakukan pelatihan karyawan baik karyawan SPG maupun teknisi, sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Selamat Galeria Ban dan menjadikan Selamat Galeria Ban sebagai toko ban yang terbaik di Kota Bandung.

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1 - 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1 - 1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1 - 2
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	1 - 2
1.4 Perumusan Masalah.....	1 - 3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1 - 3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1 - 4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	2 - 1
2.1 Pemasaran.....	2 - 1
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	2 - 1
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	2 - 1
2.2 Pengertian Barang dan Jasa.....	2 - 5
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	2 - 6
2.3.1 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	2 - 7
2.4 Niat Beli Ulang.....	2 - 8
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	2 - 10
2.6 Populasi dan Sampel.....	2 - 13
2.6.1 Penentuan Jumlah Kuesioner Penelitian disertai dengan Metode Sampling.....	2 - 13

2.7	Teknik Sampling	2 - 14
2.8	Macam-Macam Skala Pengukuran	2 - 16
2.9	Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2 - 19
2.9.1	Pengujian Validitas Instrumen	2 - 20
2.9.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2 - 21
2.10	Regresi Linier Berganda (<i>Multiple Liniear Regression</i>).....	2 - 23
2.10.1	Uji Linieritas Regresi	2 - 25
2.10.2	Uji Signifikan Regresi Linier Berganda.....	2 - 26
2.10.3	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	2 - 27
2.11	Pengenalan SPSS	2 - 27
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....		3 - 1
3.1	Kerangka penelitian	3 - 1
3.2	Penelitian Pendahuluan	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	Identifikasi Variabel Penelitian.....	3 - 7
3.7	Pengumpulan Data	3 - 8
3.8	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3 - 9
3.8.1	Penentuan Jumlah Kuesioner Pendahuluan	3 - 9
3.9	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan	3 - 9
3.10	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3 - 9
3.11	Identifikasi Variabel berdasarkan Hasil Kuesioner Pendahuluan	3 - 10
3.12	Penyusunan Kuesioner Penelitian	3 - 11
3.12.1	Penentuan Jumlah Kuesioner Penelitian disertai dengan Metode Sampling	3 - 12
3.13	Uji Validitas Konstruksi.....	3 - 13
3.14	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3 - 13

3.15 Uji Validitas dan Reliabilitas	3 - 13
3.15.1 Uji Validitas	3 - 13
3.15.2 Uji Reliabilitas	3 - 14
3.16 Pengolahan Data.....	3 - 15
3.16.1 Kepuasan Konsumen.....	3 - 15
3.16.2 Regresi Linier Berganda (<i>Multiple Linear Regression</i>).....	3 - 16
3.17 Analisis.....	3 - 17
3.18 Usulan	3 - 18
3.19 Kesimpulan dan Saran.....	3 - 18
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	4 - 1
4.1 Data Umum Perusahaan.....	4 - 1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4 - 1
4.1.2 Kegiatan Selamat Galeria Ban	4 - 2
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	4 - 3
4.2 Kuesioner	4 - 6
4.2.1 Kuesioner Pendahuluan.....	4 - 6
4.2.2 Kuesioner Penelitian	4 - 8
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS	5 - 1
5.1 Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan	5 - 1
5.1.1 <i>Cochran Q Test</i>	5 - 1
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen Kuesioner Penelitian.....	5 - 15
5.2.1 Pengujian Validitas Instrumen.....	5 - 15
5.2.2 Pengujian Reliabilitas.....	5 - 18
5.3 Pengolahan dan Analisis Kuesioner Penelitian.....	5 - 20
5.3.1 Kuesioner Penelitian Bagian B	5 - 20
5.3.2 Kuesioner Penelitian Bagian C	5 - 23
5.3.2.1 Pengolahan dan Analisis Regresi Linier Berganda.....	5 - 24
5.3.2.2 Analisis Model Regresi Linier Berganda.....	5 - 26

5.3.2.3	Analisis Koefisien Regresi.....	5 – 27
5.3.2.4	Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi	5 – 32
5.3.2.5	Analisis Uji Linieritas	5- 33
5.3.2.6	Analisis Keseluruhan Berdasarkan Tingkat Kepuasan dan Regresi Linier Berganda.....	5 – 36
5.3.3	Kuesioner Penelitian Bagian A	5 – 36
5.3.3.1	Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> Berdasarkan Kuesioner Penelitian Bagian A	5 - 39
5.4	Usulan	5 - 40
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		6 - 1
6.1	Kesimpulan	6 - 1
6.2	Saran.....	6 - 3
DAFTAR PUSTAKA		xvi
LAMPIRAN.....		xviii
KOMENTAR DOSEN PENGUJI		xix
DATA PENULIS		xx

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
2.1	Statistik Uji ANOVA	2 – 26
2.2	Uji Statistik Untuk Koefisien Korelasi	2 – 26
2.3	Interpretasi Koefisien Korelasi	2 – 26
3.1	Variabel X (Kepuasan Pelanggan Atas Kinerja Strategi Pemasaran)	3 – 8
3.2	Variabel Y (Niat Beli Ulang)	3 – 11
3.3	Nilai Median Tingkat Kepuasan	3 – 16
4.1	Ringkasan Hasil Kuesioner Pendahuluan	4 – 6
4.2	Ringkasan Hasil Kuesioner Terbuka	4 – 7
4.3	Jenis Kelamin Responden	4 – 8
4.4	Perolehan Informasi Mengenai Selamat Galeria Ban	4 – 8
4.5	Usia Responden	4 – 9
4.6	Uang Saku per Bulan Responden	4 – 9
4.7	Pendapatan per Bulan Responden	4 – 9
4.8	Lamanya Responden Berlangganan	4 – 10
4.9	Frekuensi Pembelian Produk Ban	4 – 10
4.10	Frekuensi Pembelian Produk Jasa	4 – 10
4.11	Ringkasan Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Variabel X	4 – 11
4.12	Ringkasan Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian Variabel Y	4 – 12
5.1	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian Variabel X	5 – 17

5.2	Pengujian Validitas Kuesioner Penelitian	
	Variabel Y	5 – 18
5.3	Nilai Median Tingkat Kepuasan	5 – 20
5.4	Perhitungan Tingkat Kepuasan	5 – 21
5.5	Perhitungan Niat Beli Ulang	5 – 24
5.6	Input dari Variabel Independen dan Dependen	5 – 25
5.7	Hasil Perhitungan <i>Coefficients</i>	5 – 26
5.8	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	5 – 32
5.9	Hasil Perhitungan ANOVA	5 – 34
5.10	Kesimpulan Pengolahan Tingkat Kepuasan dan Regresi Linier Berganda	5 – 36
5.11	Jenis Kelamin Responden	5 – 37
5.12	Perolehan Informasi Mengenai Selamat Galeria Ban	5 – 37
5.13	Usia Responden	5 – 37
5.14	Uang Saku per Bulan Responden	5 – 37
5.15	Pendapatan per Bulan Responden	5 – 38
5.16	Lamanya Responden Berlangganan	5 – 38
5.17	Frekuensi Pembelian Produk Ban	5 – 38
5.18	Frekuensi Pembelian Produk Jasa	5 – 39
5.19	Analisis <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> Berdasarkan Kuesioner Penelitian Bagian A	5 – 39

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Teknik Sampling	2 – 14
3.1	Metodologi Penelitian	3 – 1
4.1	Struktur Organisasi Selamat Galeria Ban	4 – 4
5.1	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 1	5 – 2
5.2	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 2	5 – 3
5.3	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 3	5 – 5
5.4	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 4	5 – 6
5.5	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 5	5 – 8
5.6	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 6	5 – 9
5.7	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 7	5 – 11
5.8	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 8	5 – 12
5.9	Grafik <i>Chi Square</i> Pengujian 9	5 – 14
5.10	Diagram Nilai Tingkat Kepuasan	5 – 20
5.11	Kurva Uji t	5 – 28
5.12	Kurva Uji F	5 – 34
5.13	Kurva Uji Z Korelasi	5 - 35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Kuesioner Pendahuluan	L1 – 1
2	Kuesioner Penelitian	L2 – 1
3	Data Kuesioner Pendahuluan dan Pengujian Cohran	L3 – 1
4	Data Kuesioner Penelitian	L4 – 1
5	Nilai-Nilai r Product Moment	L5 – 1
6	Nilai Kritik Sebaran Khi-Kuadrat	L6 – 1
7	Nilai-Nilai Untuk Distribusi F	L7 – 1
8	Nilai-Nilai Distribusi t	L8 – 1

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

Nama Mahasiswa : Audry
NRP : 0323123
Judul Tugas Akhir : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Strategi Pemasaran dan Niat Beli Ulang (Studi Kasus di “Selamat Galeria Ban”, Bandung).

Komentar-komentar Dosen Penguji:

1. Untuk saran penelitian selanjutnya: penelitian terhadap konsumen yang pernah membeli ban di Selamat Galeria Ban kemudian tidak pernah membeli kembali.
2. Usulan sebaiknya dihubungkan dengan *targeting* dan *positioning*.
3. Perhatikan kembali *targeting* pria berusia diatas 40 tahun.
4. *Positioning* yang dicantumkan seharusnya benar-benar yang menjadi keunikan yang ingin ditanamkan di benak konsumen.
5. Sebaiknya hasil penelitian ditampilkan dalam 1 tabel.

DATA PENULIS

Nama : Audry
Alamat di Bandung : Jl. Ranggamalela No. 16
Alamat Asal : Jl. Ranggamalela No.16
No. Telp Bandung : 022 - 4213088
No. Telp Asal : 022 - 4213088
No. Handphone : 0811229691
Alamat email : audry_88@hotmail.com
Pendidikan : SMU Santo Aloysius, Bandung
Jurusan Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha
Nilai Tugas Akhir : 3,4 (A)
Tanggal USTA : 4 Februari 2008