

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MARKETING MIX MOTOR CINA HOKAIDO JENIS WG**

(STUDI KASUS PADA PT. INTERNATIONAL IMAGE INOVATOR)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun oleh :

NAMA : Dochdy Ujang
NIM : 97.30.3102
NIRM : 97.6.111.02016.50111
JURUSAN : MANAJEMEN

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2002**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MARKETING MIX MOTOR CINA
HOKAIDO JENIS WG
(STUDI KASUS PADA PT. INTERNATIONAL IMAGE INOVATOR)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Disusun oleh :

Nama : DOCHDY UJANG
NIM : 97.30.3102
NIRM : 97.6.111.02016.50111

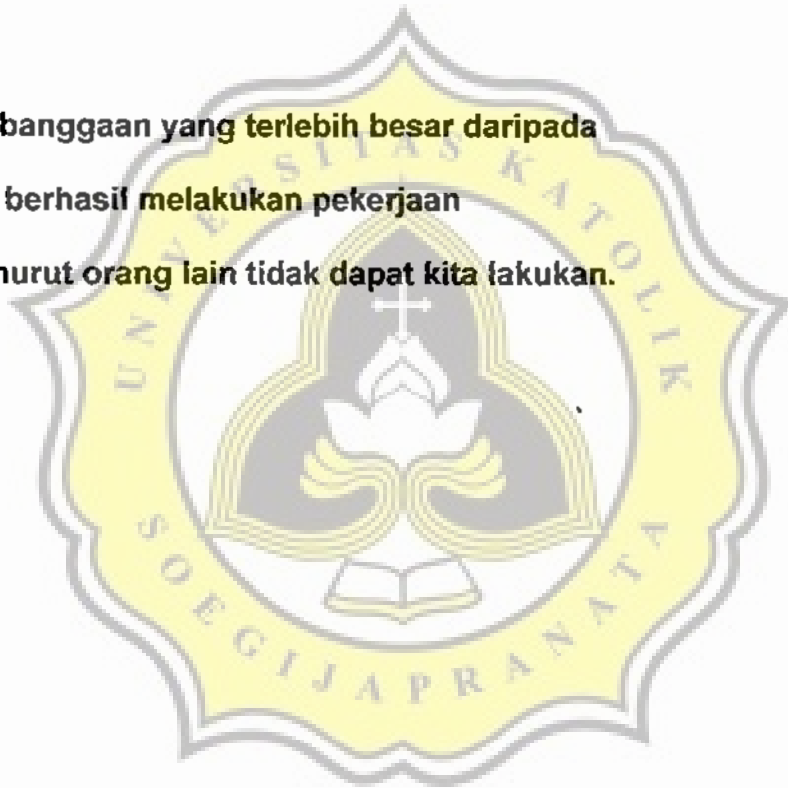


**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2002**

MOTTO

**Kegagalan bukan berarti saya telah menya-nyiakan hidup,
tetapi berarti saya harus mulai lagi dengan cara lain
dengan giat dan sabar**

**Tiada kebanggaan yang terlebih besar daripada
berhasil melakukan pekerjaan
yang menurut orang lain tidak dapat kita lakukan.**



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DOCHDY UJANG
NIM : 97.30.3102
NIRM : 97.6.111.02016.50111
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MARKETING MIX MOTOR CINA HOKAIDO JENIS WG
(STUDI KASUS PADA PT INTERNATIONAL IMAGE
INOVATOR)



Semarang, Oktober 2002

Dosen Pembimbing

(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MARKETING MIX MOTOR CINA HOKAIDO JENIS WG
(STUDI KASUS PADA PT INTERNATIONAL IMAGE
INOVATOR)

Disusun oleh :

Nama : DOCHDY UJANG

NIM : 97.30.3102

NIRM : 97.6.111.02016.50111

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan dewan penguji dalam sidang yang
diselenggarakan pada :

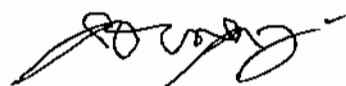
Hari : Sabtu

Tanggal : 19 Oktober 2002

Semarang, Oktober 2002

Pejabat Sementara

Dekan Fakultas Ekonomi



(Drs. R. Bowo Harcahyo, MBA)

Koordinator Penguji



(Dra. MY. Dwi Hayu A., MBA)

ABSTRAK

Kendaraan roda dua sekarang sudah menjadi kebutuhan primer karena kebutuhan akan transportasi darat yang cepat, murah dan nyaman. Dalam kondisi krisis moneter saat ini konsumen mencari kendaraan roda dua dengan harga yang relatif murah dan terjangkau.

Banyak para pengusaha yang mendatangkan motor-motor dari Cina. Perkembangan MoCin sangat cepat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya jenis Mocin yang ditawarkan di Indonesia dengan berbagai jenis modifikasi warna, desain bodi, desain lampu, sampai dengan berbagai asesoris yang menarik yang dapat menarik minat konsumen. Akibatnya persaingan kendaraan roda dua di Indonesia menjadi semakin ketat. Hal ini terlihat dari banyaknya jenis motor yang ada di Indonesia. Pada awal diluncurkan produk motor Cina, reaksi masyarakat terhadap kualitas produk motor Cina sangat rendah, anggapan tersebut menyebabkan keinginan masyarakat untuk membeli motor Cina menjadi rendah. Ini bisa dilihat dari penjualan yang tidak dapat memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan.

Kondisi tersebut terjadi pada Motor Hokaido yang merupakan salah satu MoCin yang masuk di Indonesia. Motor Hokaido banyak jenisnya seperti WG, jenis ini mempunyai kemiripan dengan Motor Jepang merek Honda jenis Supra yang notabene banyak disukai oleh konsumen.

Masalah penelitian ini dirumuskan mengenai bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap *Marketing Mix* dari PT INTERNATIONAL IMAGE INOVATOR pada motor Hokaido dibanding dengan kenyataan yang dihasilkan PT INTERNATIONAL IMAGE INOVATOR pada motor Hokaido jenis WG? Adapun tujuan penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *Marketing Mix* yang diterapkan oleh PT International Image Inovator.

Penelitian ini dilakukan di lokasi konsumen membeli sepeda motor merk Hokaido yaitu PT. International Image Inovator Jl. Kawasan Industri Terboyo Blok M 94 – 97 Semarang, dimana konsumen terdiri dari berbagai lapisan masyarakat sehingga dapat dikatakan heterogen, selain itu konsumen sepeda motor merk Hokaido tersebut banyak ditemui di lokasi tersebut, untuk melihat motor di showroom, membeli, service, membayar kredit maupun yang lainnya.

Data penelitian ini meliputi data primer meliputi identitas dan kepuasan responden (harapan dan kenyataan) tentang *marketing mix* dari sepeda motor merk Hokaido jenis WG.

Populasi penelitian ini adalah konsumen (pemilik dan sekaligus pemakai) yang datang ke kantor (*showroom* dan *workshop*) di Jl. Kawasan Industri Terboyo Blok M 94 – 97 Semarang untuk kepentingan hal-hal yang terkait dengan sepeda motor Hokaido jenis WG, yaitu rata-rata per bulan terdapat 665 orang. Alasan populasi yang dipilih yaitu karena mereka adalah pengambil keputusan pembelian yang mengerti seluk-beluk produk. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*, dimana konsumen yang ditemui di kantor perusahaan pada saat penelitian ini dilaksanakan, diambil sebagai responden sampai dengan berjumlah 100 orang.

Sebelum data dianalisis, dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil perhitungan diketahui indikator masing-masing variabel adalah valid dan masing-masing variabel adalah reliabel, selanjutnya data yang diperoleh dapat dianalisis lebih lanjut.

Analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah analisis Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sepeda motor merk

Hokaido Jenis WG. Data dipaparkan dalam Tabel Distribusi Frekuensi dan selanjutnya dianalisis berdasarkan indeks kepuasan pelanggan (*Servqual test*).

Kesimpulan hasil penelitian pada Motor Hokaido Jenis WG oleh para pemilik/pemakai motor Hokaido Jenis WG pada PT International Image Inovator sebagai berikut :

1. Indeks kepuasan pelanggan atas produk secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,829).
2. Indeks kepuasan pelanggan atas harga secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,748).
3. Indeks kepuasan pelanggan atas saluran distribusi secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,593).
4. Indeks kepuasan pelanggan atas Promosi secara keseluruhan (rata-rata) adalah tidak puas (skor IKP= 0,848).

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian ini, maka dapat diajukan saran-saran sebagai berikut :

1. Sepeda motor Hokaido jenis WG memerlukan inovasi yang benar-benar baru yang memperhatikan pada kemudahan perawatan, di sini diperlukan peranan tenaga riset dan teknologi yang handal, guna melakukan inovasi pada mesin guna menghasilkan mesin yang berperforma lebih tinggi (lebih handal, dan mempunyai kemampuan akselerasi lebih tinggi) ;
2. PT. International Image Inovator selaku agen/ counter merk Hokaido jenis WG harus mampu mensiasati pasar untuk menentukan harga jual optimal sehingga produk sepeda motor Hokaido jenis WG berada pada posisi tawar yang lebih menarik para calon konsumen dibandingkan penetapan harga produk atas sepeda motor cina (mona) pada counter lain, selain itu dari pihak agen perlu memberikan masukan kepada pihak manajemen pusat pada upaya perbaikan kualitas motor Hokaido jenis WG supaya mampu meningkatkan harga jual kembali atas produk.
3. Perlunya memperbanyak pendirian agen-agen atau counter-counter sepeda motor Hokaido jenis WG untuk memenuhi kebutuhan konsumen pengguna sepeda motor sepeda motor Hokaido jenis WG mengingat banyaknya agen/ counter pada saat ini dirasa kurang mencukupi ; Perlunya penyediaan spare part yang cukup pada tiap agen/ counter Hokaido ; Perlunya pengadaan bengkel resmi sepeda motor Hokaido jenis WG yang dilengkapi dengan tenaga-tenaga handal dan berpengalaman yang berspesialisasi khusus menangani sepeda motor sepeda motor Hokaido jenis WG.
4. Sepeda motor Hokaido jenis WG tidak hanya memperhatikan kuantitas iklan, tetapi juga kualitas dari iklan itu sendiri, hal tersebut dapat dilakukan dengan mengontrak bintang iklan dengan dipercayakan kepada perusahaan pencipta iklan ternama, dengan menyentuh kepada masyarakat penggunanya.

KATA PENGANTAR

Konsumen sebagai objek yang menjadi sasaran dari suatu produk harus diperhatikan keinginannya terhadap suatu produk yang akan ditawarkan oleh perusahaan. Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya dengan kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan sebaiknya berfokus pada kepuasan tinggi, karena para pelanggan yang hanya merasa puas, mudah untuk berubah pikiran bila mendapat tawaran yang lebih baik, mereka yang amat puas akan lebih sukar untuk mengubah pilihannya karena kepuasan yang tinggi menciptakan kelengketan emosional pada merek, hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Kepuasan yang diharapkan oleh pelanggan dari kendaraan bermotor, data observasi langsung pada konsumen Hokaido sebagai salah satu sarana transportasi yang relatif cepat dan ekonomis saat ini adalah kenyamanan berkendara, kekuatan dari kendaraan itu sendiri dari segi mesinnya dan keiritan penggunaan bahan bakar.

PT International Image Inovator sebagai agen resmi motor Hokaido jenis WG memiliki tanggung jawab untuk melakukan riset pasar bagi perusahaan produsen berkenaan dengan kepuasan konsumen atas sepeda motor Hokaido jenis WG. Upaya untuk memahami tingkat kepuasan konsumen pada dasarnya merupakan elemen pokok dalam rangka memacu dan meningkatkan kadar kepuasan itu sendiri. Berdasarkan atas hal tersebut di atas maka lebih lanjut, peneliti ingin mengkaji penelitian ini yang berjudul "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Marketing Mix Motor Cina Hokaido Jenis WG (Studi Kasus pada PT International Image Inovator)".

Tujuan dari penyusunan skripsi ini untuk memenuhi persyaratan akademika yang diperlukan dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata (UNIKA) Semarang.

i peneliti banyak
lasnya pula apab
kasih yang setu
rasukan, waktu, :

i, MBA, selaku
atolik Soegijapra
ing yang telah l
in nasehat yang

elaku Direktur M
i keterangan, ser
ini ;

ang terus memb

sa penulis sebutk
ga selesai.

ihwa laporan in
g terdapat di dal
angun akan dite
in penulisan yang
mengharapkan se
awasan dan peng

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN MOTTO.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	8
1.3. Pembatasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
1.6. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Pemasaran dan Konsep Pemasaran	12
2.2. Bauran Pemasaran (Marketing Mix).....	14
2.2.1. Product (Produk).....	15
2.2.2. Price (Harga).....	18
2.2.3. Place (Saluran Distribusi).....	21
2.2.4. Promotion (Promosi)	24
2.3. Kepuasan Pelanggan.....	30
2.3.1. Harapan Pelanggan	31
2.3.2. Macam-macam Kepuasan Pelanggan	32
2.4. Kerangka Pikir.....	38
2.5. Definisi Operasional	40
BAB III. METODE PENELITIAN.....	43
3.1. Lokasi Penelitian	43
3.2. Jenis Data.....	43
3.3. Populasi dan Sampel.....	44
3.4. Skala Pengukuran	45
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6. Hasil Pengujian Validitas dan Relibailitas	49
3.7. Analisis Data.....	52

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	57
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	57
4.1.1. Perkembangan Singkat Perusahaan	57
4.1.2. Pemasaran	58
4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan	59
4.2. Identitas Responden	64
4.2.1. Umur dan Pendidikan Responden	64
4.2.2. Pekerjaan Pokok dan Pendapatan Kotor Responden Per Bulan	65
4.3. Penyajian Data Responden	67
4.3.1. Tanggapan Responden atas Produk	68
4.3.2. Tanggapan Responden atas Harga	74
4.3.3. Tanggapan Responden atas Saluran Distribusi	77
4.3.4. Tanggapan Responden atas Promosi	82
4.4. Indeks Kepuasan Pemilik / Pemakai Motor Hokaido Jenis WG	87
4.4.1. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Produk	90
4.4.2. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Harga	90
4.4.3. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Saluran Distribusi	91
4.4.4. Indeks Kepuasan Pelanggan atas Promosi	92

BAB V. PENUTUP.....	94
5.1. Kesimpulan.....	94
5.2. Saran-Saran.....	96

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Hasil Pooling Pendapat Masyarakat terhadap Kualitas Motor Cina	4
Tabel 1.2.	Target Penjualan dan Realisasi Penjualan Motor Merek Hokaido Bulan Marte – Juli 2002	5
Tabel 3.1.	Validitas Instrumen Item Pertanyaan tentang Harapan mengenai Marketing Mix Motor Cina Hokaido Jenis WG (Studi Kasus pada PT International Image Motor Inovator).....	50
Tabel 3.2.	Validitas Instrumen Item Pertanyaan tentang Kenyataan mengenai Marketing Mix Motor Cina Hokaido Jenis WG (Studi Kasus pada PT International Image Motor Inovator).....	51
Tabel 3.3.	Reliabilitas Indikator Harapan dan Kenyataan mengenai Marketing Mix Motor Cina Hokaido Jenis WG (Studi Kasus pada PT International Image Inovator)	50
Tabel 3.4.	Format Tabel Frekuensi untuk Setiap Item Pertanyaan.....	54
Tabel 3.5.	Format Skor IKP Per Pertanyaan dan Responden.....	55
Tabel 3.6.	Format Tabel Pertanyaan dan Responden untuk Menentukan kategori Tingkat Kepuasan	56
Tabel 3.7.	Contoh Format Tabel Kepuasan terhadap Produk.....	56
Tabel 4.1.	Tabulasi Silang antara Umur dengan Pendidikan Responden.....	64

Tabel 4.2.	Tabulasi Silang antara Pekerjaan dengan Penghasilan Kotor Responden	66
Tabel 4.3.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Produk Motor Hokaido Jenis WG	68
Tabel 4.4.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Harga Motor Hokaido Jenis WG	74
Tabel 4.5.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Saluran Distribusi Motor Hokaido Jenis WG	78
Tabel 4.6.	Tanggapan Responden terhadap Kenyataan dan Harapan atas Promosi Motor Hokaido Jenis WG	83
Tabel 4.7.	Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) atas Variabel Produk dan Harga Pada Pemilik / Pemakai Motor Hokaido Jenis WG pada PT International Image Motor	88
Tabel 4.8.	Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP) atas Variabel Saluran Distribusi dan Promosi pada Pemilik / Pemakai Motor Hokaido Jenis WG pada PT International Image Motor	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Konsep Kepuasan	31
Gambar 2.2. Kerangka Pikir Penelitian.....	38
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT International Image Inovator.....	60



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Lembar Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Data Identitas Responden
- Lampiran 3. Distribusi Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 4. Tabulasi Data atas Harapan Marketing Mix Hokaido Jenis WG
- Lampiran 5. Nilai Validitas dan Reliabilitas atas Harapan Marketing Mix Hokaido Jenis WG
- Lampiran 6. Tabulasi Data atas Kenyataan Marketing Mix Hokaido Jenis WG
- Lampiran 7. Nilai Validitas dan Reliabilitas atas Kenyataan Marketing Mix Hokaido Jenis WG
- Lampiran 8. Tabulasi Data Kenyataan / Harapan Marketing Mix Hokaido Jenis WG
- Lampiran 9. Surat Ijin Penelitian

