

KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MAESTRO AUTOMOTIVE CAR LEATHER

YOGYAKARTA



Oleh:

Siem Wang Chen

No.Mhs: 11034074

FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA

2010

**KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
MAESTRO AUTOMOTIVE CAR LEATHER
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

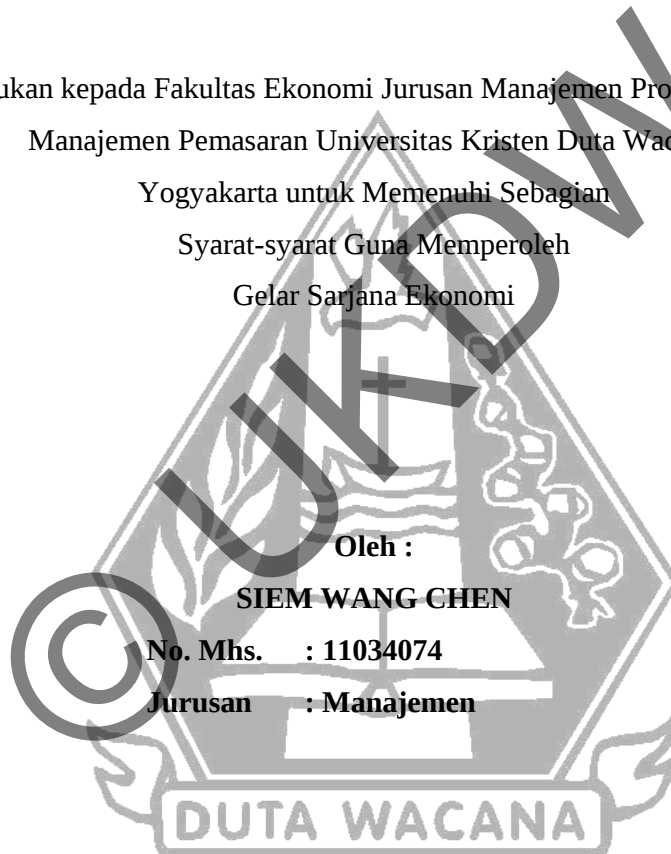
Diajukan kepada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Program Studi
Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Duta Wacana
Yogyakarta untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

SIEM WANG CHEN

No. Mhs. : 11034074

Jurusan : Manajemen



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
YOGYAKARTA**

2010

HALAMAN PERSETUJUAN



Disetujui

Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Jonathan Herdioko', is written over the printed name.

(Jonathan Herdioko, SE, MM.)

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen Program Studi Manajemen Pemasaran
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Pada tanggal

8 DEC 2010

Mengesahkan
Dekan,



(Gudon P. Adirinekso, SE., MSi)

Dewan Penguji:

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM.
2. Drs. Purnawan Hardiyanto, Mec.Dev.
3. Jonathan Herdioko, SE., MM.

Handwritten signatures of the three members of the Exam Board (Dewan Penguji).

HALAMAN MOTTO

***“Janganlah kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur. Damai sejahtera Allah yang melampaui segala akal, akan memelihara hati dan pikiranmu dalam Kristus Yesus.”
(Filipi 4:6-7)***

***“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”
(Filipi 4:13)***

***“Ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya, bahkan Ia memberikan kekekalan dalam hati mereka tetapi manusia tidak dapat menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah dari awal sampai akhir.”
(Pengkhotbah 3:11)***



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

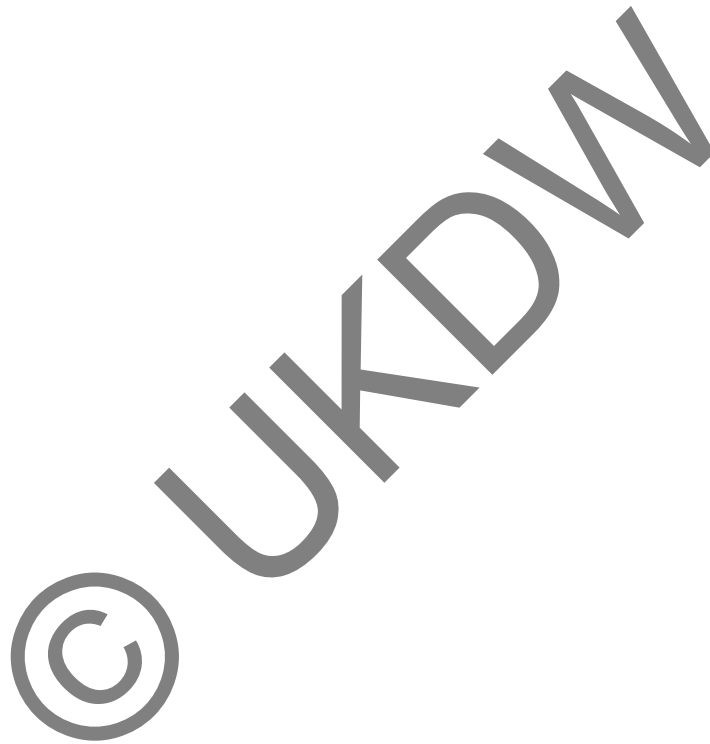
Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya buat bukan merupakan salinan dari skripsi atau karya orang lain, kecuali kutipan didalam kuotasi.

Yogyakarta, 8 Desember 2010

Yang menyatakan

Siem Wang Chen

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini Kupersembahkan Untuk:

- *Tuhan Yesus Kristus*
- *Kong-kong & Ayi Meme*
- *Mama & Seluruh Keluarga*
- *My Honey*
- *Almamaterku Duta Wacana*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala karunia dan anugerah yang diberikanNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : “Kepuasan Konsumen Terhadap MAESTRO Automotive Car Leather di Yogyakarta”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi jurusan manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus, yang selalu memberikan bimbinganNya dan rahmatNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabaran, untuk memberikan bimbingan, pengarahan, serta dukungan dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
3. Seluruh staf pengajar, administrasi Fakultas Ekonomi dan dosen pembimbing akademik penulis yang telah memberikan bekal pengetahuan serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.
4. Seluruh keluarga besar penulis, Kong-kong, Ayi Meme, Mama, yang telah mendukung dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh teman-teman penulis di Program Studi Manajemen dan juga terutama untuk Mecil yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pihak – pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penyusunannya. Oleh karena itu, segala saran atau kritik yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Terima kasih.

Yogyakarta, Agustus 2010

Penulis

Siem Wang Chen



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAKSI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	7
2.1 Pengertian Pemasaran.....	7
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	8
2.3 Konsep Pemasaran.....	9
2.4 Strategi Pemasaran.....	11
a. Segmentasi Pasar.....	13
b. Strategi <i>Marketing Mix</i>	14
i. Produk.....	15
ii. Harga.....	16
iii. Distribusi.....	16
iv. Promosi.....	16

2.5 Pemasaran Jasa.....	17
2.6 Macam-Macam Jasa.....	18
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	20
3.1 Data.....	20
3.2 Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	22
3.3 Desain Penelitian.....	23
3.4 Metode Analisis Data.....	25
a. Uji Validitas.....	25
b. Uji Reliabilitas.....	26
c. Analisis Prosentase.....	26
d. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	27
e. Analisis Chi Square.....	29
BAB IV ANALISIS DATA.....	31
4.1 Statistik Deskriptif.....	31
4.2 Hasil Pengolahan Data.....	31
a. Analisis Validitas.....	31
b. Analisis Reliabilitas.....	33
c. Analisis Prosentase.....	34
i. Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
ii. Berdasarkan Usia.....	35
iii. Berdasarkan Pendidikan.....	36
iv. Berdasarkan Pekerjaan.....	36
v. Berdasarkan Penghasilan.....	37
d. Analisis Indeks Kepuasan Pelanggan.....	37
e. Analisis Chi Square.....	42

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	46
5.1 Kesimpulan.....	46
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	47
LAMPIRAN.....	48

© UKDW

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas.....	32
Tabel 4.2	Prosentase Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.3	Prosentase Berdasarkan Usia	35
Tabel 4.4	Prosentase Berdasarkan Pendidikan.....	36
Tabel 4.5	Prosentase Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4.6	Prosentase Berdasarkan Penghasilan.....	37
Tabel 4.7	Tabel Ranking Atribut Penelitian	40
Tabel 4.8	Hasil Analisis Chi Square.....	44

© UKDW

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Desain Penelitian	24
Gambar 4.1	Skala Indeks Kepuasan Pelanggan	40
Gambar 4.2	Hasil Kurva Chi Square.....	43

© UKDW

ABSTRAKSI

Penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap Maestro Automotive Car Leather di Yogyakarta dan apakah ada perbedaan kepuasan konsumen yang ditinjau dari profilnya. Kepuasan konsumen merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas konsumen.

Data penelitian ini diperoleh dengan cara observasi, yaitu dengan cara menyebar 100 kuesioner kepada 100 responden yang menjadi pelanggan di Maestro Car Leather Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis prosentase, Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP), dan analisis Chi Square.

Berdasarkan hasil Indeks Kepuasan Pelanggan (IKP), maka diperoleh kesimpulan bahwa secara keseluruhan konsumen netral terhadap barang dan jasa yang ditawarkan Maestro Automotive Car Leather Yogyakarta. Dari hasil analisis Chi Square diperoleh kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kepuasan pelanggan ditinjau dari profil pelanggan tersebut.

Kata-kata kunci: *pelanggan, konsumen, kepuasan.*

© UKDW

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan konsumen merupakan bagian terpenting dalam pencapaian gol suatu perusahaan. Dalam mendapatkan kepuasan konsumen setiap perusahaan harus mampu untuk bersaing dengan perusahaan lain dalam bidang pemasaran. Pemasaran suatu produk sangatlah berperan dalam kemajuan suatu perusahaan. Jika perusahaan dapat memasarkan produk – produknya dengan baik maka otomatis perusahaan tersebut mendapatkan hasil yang maksimal dari usaha mereka. Untuk mendapatkan hasil yang maksimal setiap perusahaan pastinya mempunyai cara – cara tersendiri, baik dalam strategi pemasarannya maupun dalam melengkapi peralatan yang ada diperusahaan tersebut. Hal ini ditujukan agar suatu perusahaan memiliki nilai lebih di mata konsumennya. Sehingga, membuat konsumen semakin loyal dan dapat menarik minat konsumen yang lain. Apabila perusahaan dapat memiliki nilai lebih di mata konsumennya maka kepuasan konsumen tersebut sudah pasti dapat didapatkan oleh perusahaan tersebut.

Dalam hal kepuasan konsumen banyak yang dilakukan oleh perusahaan – perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa sekaligus memiliki produk yang ditawarkan. Perusahaan yang akan saya teliti adalah perusahaan cover jok mobil (*automotive car leather*) yang ada di Yogyakarta. Dalam upaya memberikan kepuasan konsumen, setiap perusahaan cover jok menyajikan

keunggulan – keunggulan yang dimiliki oleh perusahaannya masing – masing. Hal ini bertujuan agar dapat menarik minat konsumen terhadap produk – produk mereka, seperti perbedaan bahan yang digunakan, jaminan kualitas produk (memberikan garansi), pelayanan yang baik terhadap konsumen, dll. Pada jaman sekarang penampilan sudah merupakan bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Khususnya bagi kaum muda yang sangat menyukai sesuatu yang unik atau dapat menarik perhatian banyak orang. Terlebih lagi sekarang sudah banyak kontes – kontes mobil yang mementingkan penampilan mobil bagian dalam (*interior mobil*). Ini terbukti dengan banyaknya konsumen yang mulai merubah penampilan bagian dalam mobil (*interior mobil*). Hal ini membuat banyaknya pengusaha cover jok mobil di Yogyakarta serta membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat.

Dalam pemilihan suatu produk, konsumen dipengaruhi oleh banyak hal yang ada pada suatu produk. Hal tersebut dapat berupa harga yang murah tetapi tetap berkualitas, macam–macam bahan dan warna untuk cover tersebut, pelayanan perusahaan dan jaminan produk, dll. Hal ini, ditujukan agar konsumen dapat merasa puas dengan kinerja suatu perusahaan. Oleh karena itu, pengusaha cover jok di Yogyakarta berusaha memenuhi kebutuhan konsumen.

Dalam penelitian ini, akan menganalisis tentang sikap konsumen yang mempengaruhi pembelian/penjualan suatu barang atau jasa. Jika suatu perusahaan dapat memberikan gambaran yang baik mengenai produknya

maka konsumen akan mendapatkan gambaran yang baik pula. Persepsi yang didapat konsumen terbentuk dari pengalaman yang didapat dari suatu produk.

Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih suatu produk adalah pengalaman, hasil dari produk tersebut, iklan dan lingkungan sekitar. Kebutuhan dan keinginan setiap konsumen berbeda-beda dalam memilih perusahaan cover jok. Banyaknya pengusaha cover jok di Yogyakarta membuat konsumen memiliki banyak pilihan. Oleh karena itu, penulis membatasi penelitian ini di Maestro Automotive Car Leather.

Persaingan yang semakin ketat membuat tiap pengusaha harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar perusahaannya dapat bertahan di persaingan yang ketat. Tidak sedikit pengusaha cover jok di Yogyakarta yang tidak mampu bertahan karena kurangnya strategi pemasaran mereka. Salah satu strategi yang paling tepat adalah dengan mengutamakan kepuasan konsumen. Konsumen merupakan faktor yang sangat penting dalam kemajuan suatu perusahaan. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh banyak faktor. Misalnya, harga yang terjangkau, kualitas yang baik, nama/citra perusahaan atau berdasarkan pengalaman di masa lalu. Apabila konsumen merasa puas dengan kinerja suatu perusahaan maka konsumen akan kembali menggunakan produk perusahaan tersebut. Hal ini membuat perusahaan memiliki konsumen tetap dan dapat menunjang majunya perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, analisis kepuasan konsumen terhadap suatu perusahaan sangat penting.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis memilih judul **“KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP MAESTRO AUTOMOTIVE CAR LEATHER DI YOGYAKARTA”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah yang akan dianalisa adalah:

- a. Bagaimanakah kepuasan konsumen terhadap Maestro Automotive Car Leather?
- b. Atribut apa yang paling utama bagi konsumen di Maestro Automotive Car Leather?
- c. Apakah ada perbedaan pendapat kepuasan konsumen antara profil dan atributnya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah yang diambil dalam penelitian ini:

- a. Objek yang diteliti adalah toko interior mobil, Maestro Automotive Car Leather Yogyakarta yang beralamat di Jalan Magelang km.5 Yogyakarta.
- b. Daerah penelitian di Yogyakarta.
- c. Responden atau konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah datang ke Maestro atau yang sekarang masih menjadi pelanggan di Maestro.

- d. Responden atau konsumen yang memasang cover jok di Maestro tanpa memandang daerah asal konsumen.
- e. Jumlah responden yang diteliti 100 orang.
- f. Hal yang akan diteliti berdasarkan observasi penulis:
 - i. Macam-macam warna bahan
 - ii. Macam-macam bahan
 - iii. Macam-macam jok
 - iv. Kerapian pengerjaan
 - v. Ketepatan waktu
 - vi. Harga
 - vii. Lokasi yang strategis
 - viii. Kenyamanan tempat
 - ix. Tempat (workshop) yang luas
 - x. Promosi
 - xi. Sarana telepon
 - xii. Kotak layanan kritk dan saran
 - xiii. Potongan harga

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap barang dan jasa yang ditawarkan Maestro Automotive Car Leather di Yogyakarta.

- b. Untuk mengetahui apakah ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap Maestro Automotive Car Leather yang ditinjau dari profil dan atributnya,

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan penulis dalam menganalisa dan meneliti suatu masalah sekaligus dapat menerapkan teori-teori yang telah dipelajari di bangku kuliah.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau masukan kepada perusahaan agar dapat memiliki strategi yang tepat supaya dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

- c. Bagi Pembaca

Untuk menambah pengetahuan, informasi dan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dari 100 konsumen Maestro Automotive Car Leather Di Yogyakarta, maka berdasarkan hasil analisis data tersebut, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan dari hasil pengolahan pada bagian IKP diperoleh hasil sebesar 192,6 letak posisi indek kepuasan pelanggan pada skala terletak pada range Netral. Dengan demikian hipotesis menyatakan bahwa konsumen Maestro Automotive Car Leather Di Jogjakarta netral.
- b. Berdasarkan hasil analisis *chi-square* dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan pelanggan terhadap atribut-atribut yang dimiliki Maestro Automotive Car Leather Jogjakarta ditinjau dari gender, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai masukan bagi pengelola Maestro Automotive Car leather Jogjakarta dalam mengambil keputusan. Berdasarkan hasil IKP tersebut, maka strategi yang harus dilakukan adalah meningkatkan kinerja secara terus-

menerus terhadap setiap atribut-atribut yang ada, sehingga tingkat kepuasan konsumen menjadi puas dalam jangka panjang.

© UKDW

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S, (1990), *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin, 1997, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi III, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kotler, Philip, 1991, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip, dan Gary, Amstrong, 1998, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid I dan II, Edisi 7, Jakarta: Prenhallindo.
- Lovelock, Christoper & Wright L.K. (2005), *Manajemen Pemasaran Jasa*, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Malhotra, K. Norest, 1996, *Marketing Research an Applied Orientation, Second Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Rangkuti, Freddy, 1997, *Riset Pemasaran*, Jakarta: Gramedia.
- Swastha, Basu, 1984, *Azas-Azas Marketing*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono, 2006, *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1995. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein, 2002, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.