

LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGARUH *PRODUCT RECALL MITSUBISHI XPANDER* TERHADAP *BRAND TRUST KEPADA MITSUBISHI* (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA JAKARTA)



Dibuat oleh :

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Nama : Alvin Wiranata
NIM : 41618110017
Program Studi : Teknik Industri

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2020

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : ALVIN WIRANATA
N.I.M : 41618110017
Jurusan : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Judul Tugas Akhir : PENGARUH PRODUCT RECALL MITSUBISHI XPANDER TERHADAP BRAND TRUST KEPADA MITSUBISHI (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA JAKARTA)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Laporan Tugas Akhir yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Laporan Tugas Akhir ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan di Universitas Mercu Buana.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**



LAPORAN TUGAS AKHIR

PENGARUH *PRODUCT RECALL MITSUBISHI XPANDER* TERHADAP *BRAND TRUST* KEPADA MITSUBISHI (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA JAKARTA)



Dibuat oleh :

Nama : Alvin Wiranata
NIM : 41618110017
Program Studi : Teknik Industri

Dosen Pembimbing,


UNIVERSITAS
MERCUBUANA
(Popy Yuliarty, S.T., M.T.)

Mengetahui,

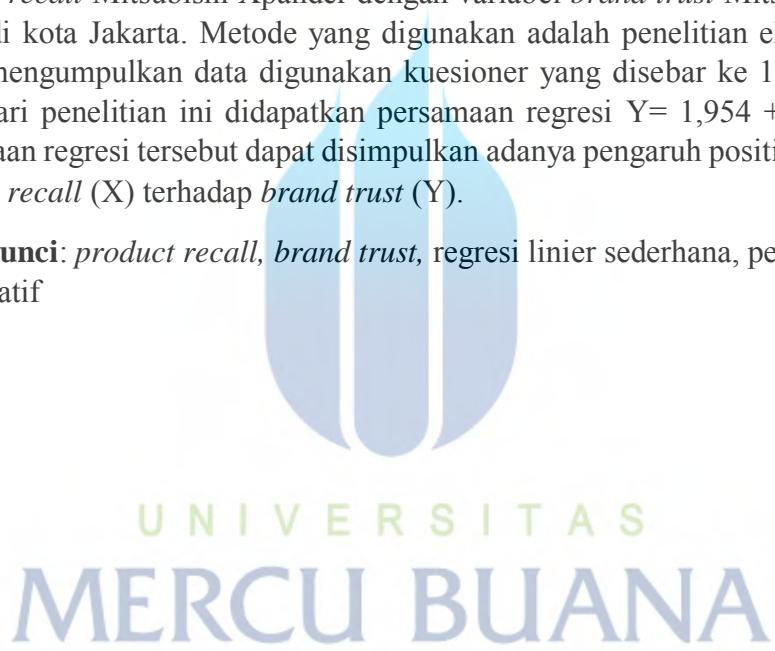
Koordinator Tugas Akhir/Ketua Program Studi


(Dr. Ir. Zulfa Fitri Ikatrinasari, M.T.)

ABSTRAK

PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia adalah salah satu perusahaan manufakturing yang memproduksi kendaraan roda empat. Pada tahun 2017, Mitsubishi meluncurkan kendaraan roda empat terbaru yaitu Mitsubishi Xpander. Penjualan Mitsubishi Xpander meningkat tajam selama periode 2017-2019. Pada bulan Juni 2020, dilakukan *product recall* Mitsubishi Xpander untuk pergantian dan perbaikan komponen *fuel pump*. Untuk menjaga kepercayaan konsumen, maka dibutuhkan penelitian mengenai pengaruh dari *product recall* yang dilakukan oleh Mitsubishi terhadap *brand trust* menggunakan metode regresi linier sederhana. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel *product recall* Mitsubishi Xpander dengan variabel *brand trust* Mitsubishi setelah *recall* di kota Jakarta. Metode yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dan untuk mengumpulkan data digunakan kuesioner yang disebar ke 100 responden. Hasil dari penelitian ini didapatkan persamaan regresi $Y = 1,954 + 0,483X$. dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan adanya pengaruh positif dari variabel *product recall* (X) terhadap *brand trust* (Y).

Kata Kunci: *product recall*, *brand trust*, regresi linier sederhana, penelitian eksplanatif



ABSTRACT

PT. Mitsubishi Motors Krama Yudha Indonesia is a manufacturing company that produces vehicles. In 2017, Mitsubishi launched its latest vehicle, Mitsubishi Xpander. Mitsubishi Xpander sales increased sharply during the 2017-2019 period. In June 2020, a Mitsubishi Xpander product recall was carried out to replace and repair the fuel pump components. To maintain consumer trust, research is needed on the effect of product recall by Mitsubishi on brand trust using a simple linear regression method. The purpose of this study is to determine whether there is an influence between the Mitsubishi Xpander product recall variable and the Mitsubishi brand trust variable after the recall in the city of Jakarta. The method used is explanatory research and to collect data used a questionnaire distributed to 100 respondents. The results of this study obtained the regression equation $Y = 1.954 + 0.483X$. From the regression equation, it can be concluded that there is a positive effect of the variable product recall (X) on brand trust (Y).

Key Words: *product recall, brand trust, Simple linear regression, explanatory research*



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karuniannya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul: PENGARUH PRODUCT RECALL MITSUBISHI XPANDER TERHADAP BRAND TRUST KEPADA MITSUBISHI (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA JAKARTA).

Laporan Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan sarjana strata satu (S1) pada program studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Mercu Buana. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu penulis selama proses penyusunannya:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu menyertai Penulis selama ini.
2. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu mendukung Penulis selama ini.
3. Ibu Dr. Zulfa Fitri Ikatrinasari, MT. selaku Koordinator Tugas Akhir Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Mercu Buana.
4. Ibu Popy Yuliarty S.T, M.T. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Sahabat dan orang terdekat yang selalu memberikan semangat dan motivasi untuk menyelesaikan laporan ini.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar terciptanya laporan yang lebih baik lagi kedepannya.

Tangerang, Agustus 2020

Alvin Wiranata

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT.....</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Batasan Penelitian	4
1.5. Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	4
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Konsep dan Teori	6
2.1.1. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	6
2.1.2. Kualitas Produk.....	8
2.1.3. Dimensi Produk	9
2.1.4. <i>Product Recall</i>	10
2.1.5. Merek (<i>Brand</i>)	11
2.1.6. Kepercayaan Merek (<i>Brand Trust</i>)	13
2.1.7. Regresi Liner Sederhana.....	16
2.2. Penelitian Terdahulu.....	17
2.3. Kerangka Pemikiran	22
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1. Jenis Penelitian	24

3.2.	Jenis Data dan Informasi	24
3.2.1.	Variabel Penelitian.....	25
3.3.	Metode Pengumpulan Data	27
3.4.	Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	28
3.4.1.	Uji Kualitas Data	28
3.4.2.	Uji Asumsi Klasik.....	28
3.4.3.	Regresi Linier Sederhana.....	29
3.5.	Langkah-langkah Penelitian	32
	BAB IV	36
	PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	36
4.1.	Pengumpulan Data.....	36
4.1.1.	Uji Validitas.....	36
4.1.2.	Uji Reliabilitas	38
4.1.3.	Profil Perusahaan Mitsubishi	38
4.1.4.	Profil Responden.....	39
4.2.	Pengolahan Data.....	42
4.2.1.	Uji Normalitas Data.....	42
4.2.2.	Uji Linearitas	44
4.2.3.	Uji Heteroskedastisitas	44
4.2.4.	Uji Korelasi.....	45
4.2.5.	Koefisien Determinasi	46
4.2.6.	Uji Hipotesis	46
	BAB V	48
	HASIL DAN PEMBAHASAN	48
5.1.	Analisis Data	48
5.1.1.	Analisis <i>Product Recall</i>	49
5.1.2.	Analisis <i>Brand Trust</i> Mitsubishi.....	54
5.2.	Analisis Pengaruh <i>Product Recall</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	60
5.2.1.	Uji Normalitas.....	60
5.2.2.	Uji Korelasi.....	62
5.2.3.	Koefisien Determinasi	62
5.2.4.	Uji Hipotesis	63

5.2.5. Persamaan Regresi.....	64
BAB VI.....	69
KESIMPULAN DAN SARAN	69
6.1. Kesimpulan.....	69
6.2. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Kendaraan Roda Empat Berdasarkan Merek Tahun 2017-2019	1
Tabel 1.2 Jumlah kendaraan <i>Product Recall</i>	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Indikator Variabel X	24
Tabel 3.2 Indikator Variabel Y	26
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	37
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden.....	38
Tabel 4.4 Usia Responden	39
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden.....	39
Tabel 4.6 Lama Menggunakan Mitsubishi Xpander	40
Tabel 4.7 Alasan menggunakan Mitsubishi.....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas	43
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Tabel 4.11 Hasil Uji Korelasi	44
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran Koefisien Determinasi.....	45
Tabel 4.13 Hasil Model Regresi	46
Tabel 5.1 Interpretasi Rata-rata Hitung	47
Tabel 5.2 Rata-rata Hitung Pernyataan 1	48
Tabel 5.3 Rata-rata Hitung Penilaian Terhadap <i>Product Recall</i>	49
Tabel 5.4 Rata-rata Hitung Penilaian <i>Brand Characteristic</i> Mitsubishi	54
Tabel 5.5 Rata-rata Hitung Penilaian <i>Company Characteristic</i> Mitsubishi	56
Tabel 5.6 Rata-rata Hitung Penilaian <i>Consumer-brand Characteristic</i> Mitsubishi	57
Tabel 5.7 Rata-rata Hitung Penilaian <i>Brand Trust</i>	59
Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 5.9 Hasil Uji Korelasi	61
Tabel 5.10 Hasil Analisa Regresi	62
Tabel 5.11 Hasil Perhitungan x dan y	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 'The Four Ps of the Marketing Mix	6
Gambar 2.2 Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan merek	14
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran <i>product recall</i> Mitsubishi Xpander	21
Gambar 2.4 Kerangka Model Konseptual.....	21
Gambar 3.1 Flow Diagram Langkah-langkah Penelitian	31
Gambar 3.2 <i>Flow Diagram</i> Analisa dengan Metode Regresi Linier Sederhana .	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas	42
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas.....	60

