



Yayasan Mercu Buana
UNIVERSITAS MERCU BUANA
Perpustakaan Pusat

Sumber : Mahasiswa
Tanggal : 29 / 12 / 2015
No. Reg. : 1. TI4152528
2. TI153115075

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-
ATRIBUT PADA PENJUALAN KENDARAAN NISSAN
DI PT.INDOMOBIL NISSAN PURI INDAH**



TESIS

YOGA DWI RAHARJO

UNIVERSITAS
55313110017

MERCU BUANA

PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS MERCUBUANA

2015



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-
ATRIBUT PADA PENJUALAN KENDARAAN NISSAN
DI PT.INDOMOBIL NISSAN PURI INDAH**

TESIS

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana pada Program Magister Teknik Industri**

UNIVERSITAS
YOGA DWI RAHARJO
MERCU BUANA
55313110017

**PROGRAM MAGISTER TEKNIK INDUSTRI
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCUBUANA
2015**

PENGESAHAN TESIS

Judul : ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT
PADA PENJUALAN KENDARAAN NISSAN DI
PT.INDOMOBIL NISSAN PURI INDAH

Nama : Yoga Dwi Raharjo
NIM : 55313110017
Program : Pascasarjana-Program Magister Teknik Industri
Tanggal : 21 Agustus 2015

Mengesahkan

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Prof.Ir.Dana Santoso,MEng.Sc.,PhD.)

Direktur
Program Pasca Sarjana

Ketua Program Studi
Magister Teknik Industri



(Prof.Dr.Didik J.Rachbini)



(Dr.Lien Herliani Kusumah,MT)

PERNYATAAN KEASLIAN

Judul : ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT
KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT
PADA PENJUALAN KENDARAAN NISSAN DI
PT.INDOMOBIL NISSAN PURI INDAH

Nama : Yoga Dwi Raharjo
NIM : 55313110017
Program : Pascasarjana – Program Magister Teknik Industri
Tanggal : 21 Agustus 2015

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian, dan karya saya sendiri dengan arahan pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar magister (S2) pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data serta hasil pengolahannya yang dituliskan pada tesis ini, adalah telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, Agustus 2015


METERAI
TEMPEL
083548155
8000
ENAM RIBU RUPIAH
(Yoga Dwi Raharjo)

PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS

Tesis S2 yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di perpustakaan Universitas Mercu Buana, Kampus Menteng, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Mercu Buana. Referensi Kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian untuk seluruh tesis haruslah seizin Direktorat Program Pascasarjana UMB.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan TESIS ini. Penulisan TESIS ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Teknik Program Studi Magister Teknik Industri pada Fakultas Pascasarjana Universitas Mercubuana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan TESIS ini, akan sulit bagi saya untuk bisa menyelesaikan TESIS ini. Oleh karena itu, ijinkan saya menghaturkan rasa terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Prof.Ir.Dana Santoso,MEng.Sc.,PhD, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan TESIS ini.
2. Dr.Lien Herliani Kusumah,MT, selaku ketua program studi Magister Teknik Industri yang telah menyediakan waktu,tenaga,dan pikiran dalam terselesaikannya Tesis Ini.
3. Dr.Zulfa Fitri Ikanitrisari,MT, selaku dosen mata kuliah Seminar yang selalu memberikan motivasi & dorongan dalam penulisan tesis ini.
4. Seluruh dosen Universitas Mercubuana umumnya, khususnya seluruh dosen MTI 13 yang selalu mengarahkan dalam pembuatan TESIS ini.
5. Pimpinan Manajemen PT.Nissan Motor Indonesia yang telah memberikan informasi yang sangat berguna bagi penulis untuk menyelesaikan TESIS ini.
6. Pimpinan dan Manajemen PT. Indomobil Nissan Puri Indah yang telah banyak memberikan kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di MTI-Mercubuana.
7. Bapak dan Ibu, yang telah memberikan dukungan moral dan kesabaran selama masa perkuliahan;
8. Rekan-rekan Kelas MTI 13 yang tidak dapat disebutkan satu-persatu namun telah memberikan banyak kesan istimewa selama 2 tahun terakhir.

9. Rekan kerja tim sparepart Nissan Puri Indah, danang & Adnan yang selalu memberikan motivasi.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga TESIS ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Agustus 2015

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TESIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan & Manfaat Penelitian.....	10
1.4 Pembatasan Masalah.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.3 Kerangka Pemikiran.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Kerangka Penelitian.....	39
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	42

3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Pengolahan Data & Analisis.....	48
3.6 Metode Analisis Data.....	48
3.7 Importance & Performance Analysis (IPA).....	49
BAB IV ANALISIS	
4.1 Presurvey & Pretest Kuesioner.....	52
4.2 Analisa Deskriptif.....	53
4.3 Penilaian Pelanggan.....	58
4.4 Tingkat Kepentingan Pelanggan.....	67
4.5 Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	74
BAB V PEMBAHASAN	
5.1 Importance Performance Analysis.....	86
5.2 Performance Analysis.....	88
BAB VI KESIMPULAN & SARAN	
6.1 Kesimpulan.....	95
6.2 Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Quesioner.....	100
Lampiran 2 <i>Crostabs</i> Tingkat Kepentingan.....	111
Lampiran 3 <i>Crostabs</i> Tingkat Kinerja.....	116
Lampiran 4 <i>Crostabs</i> Tingkat Kepuasan.....	121
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1,1 Penjualan & Produksi tahun 2013.....	1
Gambar 1.2 Diagram CSI 2014 all brand.....	2
Gambar 1.3 Grafik Penjualan Kendaraan Nissan Grand Livina tahun 2014.....	6
Gambar 1,4 Grafik Pengukuran CSI by dealer Indomobil Nissan.....	7
Gambar 1.5 Perbandingan tingkat kepuasan tiap-tiap divisi.....	8
Gambar 2.1 An Overview Of The Perceptual Process.....	16
Gambar 2.2 Research Conceptual Model.....	22
Gambar 2.3 Hubungan antara tingkat kepuasan pembeli terhadap agen penjual Nissan.....	23
Gambar 2.4 Source of Customer Expectations.....	30
Gambar 2.5 Model sederhana proses pemasaran.....	32
Gambar 2.6 Sistem utama untuk memberikan Costomer Value.....	33
Gambar 2.7 Kepuasan konsumen secara konseptual.....	35
Gambar 2.8 Diagram proses kepuasan pelanggan.....	36
Gambar 2.9 Kerangka Pemikiran.....	38
Gambar 3.1 Importance Performance Matrix.....	50
Gambar 4.1 Grafik distribusi responden menurut usia.....	54
Gambar 4.2 Grafik distribusi menurut jenis kelamin.....	55
Gambar 4.3 Grafik distribusi responden menurut pekerjaan.....	56
Gambar 4.4 Grafik distribusi responden menurut domisili.....	57
Gambar 4.5 Grafik distribusi responden berdasarkan penghasilan.....	58
Gambar 4.6 Grafik disribusi responden berdasarkan penilaian terhadap atribut mobil Nissan.....	60
Gambar 4.7 Grafik distribusi responden berdasarkan tingkat kepentingan.....	68
Gambar 4.8 Grafik distribusi Responden berdasarkan kepuasan terhadap mobil Nissan	75
Gambar 5.1 Atribut-atribut yang terpenting dari Nissan.....	87
Gambar 5.2 Atribut atribut yang mempunyai kinerja paling baik.....	90
Gambar 5.3 Sebaran atribut berdasarkan Importance Performance Analysis.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 Variabel Penelitian & Definisi Operasional.....	41
Tabel 4.1 Penilaian Pelanggan Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.2 Penilaian pelanggan berdasarkan Jenis kelamin.....	62
Tabel 4.3 Penilaian Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4.4 Penilaian Pelanggan Berdasarkan Domisili.....	64
Tabel 4.5 Penilaian Pelanggan berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	66
Tabel 4.6 Kepentingan Pelanggan Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4.7 Kepentingan Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4.8 Kepentingan Pelanggan berdasarkan Pekerjaan.....	71
Tabel 4.9 Kepentingan Pelanggan berdasarkan Domisili.....	72
Tabel 4.10 Kepentingan Pelanggan Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	73
Tabel 4.11 Kepuasan Pelanggan berdasarkan Usia.....	76
Tabel 4.12 Kepuasan pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	78
Tabel 4.13 Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan.....	79
Tabel 4.14 Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Domisili.....	80
Tabel 4.15 Kepuasan pelanggan Berdasarkan Penghasilan Perbulan.....	81
Tabel 4.16 Pengaruh Atribut Mobil Nissan terhadap kepuasan Pelanggan.....	82
Tabel 5.1 Analisis Mean & Standar Deviation Tingkat Kepentingan 23 atribut Nissan.....	86
Tabel 5.2 Analisis Mean & Standar Deviation Tingkat Kinerja 23 atribut Nissan.....	89
Tabel 5.3 Sebaran atribut Berdasarkan IPA.....	92