

**ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP TINGKAT
KEPENTINGAN ELEMEN HARGA DAN KUALITAS JASA
DALAM KAITANNYA DENGAN KINERJA PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana



HEIDY APRILIANA

1061001005

PROGRAM SARJANA STRATA 1

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS BAKRIE

2010

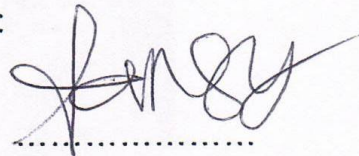
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Heidy Apriliana

NIM : 1061001005

Tanda Tangan :



.....

Tanggal : 28 Januari 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Heidy Apriliana

NIM : 1061001005

Program Studi: Manajemen

Judul Skripsi : Analisis Persepsi Pelanggan Terhadap Tingkat Kepentingan Elemen Harga dan Kualitas Jasa Dalam Kaitannya Dengan Kinerja Perusahaan.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen,
Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Suwandi

Penguji I : Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D.

Penguji II : Ananda Fortunisa, SE, M.Si.

Penguji III : Gunardi Endro, Ph.D.

(Handwritten signatures of the examiners)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 28 Januari 2011

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heidy Apriliana
NIM : 1061001005
Program Studi : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Riset Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP TINGKAT KEPENTINGAN ELEMEN HARGA DAN KUALITAS JASA DALAM KAITANNYA DENGAN KINERJA PERUSAHAAN.


beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal : 28 Januari 2011

Yang menyatakan



(Heidy Apriliana)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Universitas Bakrie. Berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diucapkan kepada :

1. Bapak Deddy Herdiansyah, Ph.D, selaku ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan pedoman pembelajaran selama saya menempuh pendidikan di Universitas Bakrie Program Studi Manajemen.
2. Bapak Dr. Suwandi, selaku dosen pembimbing I yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberi arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Gunardi Endro, Ph. D, selaku dosen pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberi arahan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, Ph.D yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan di luar masa perkuliahan.
5. Bapak Ir. Aurino R.A. Djamaris, MM yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan di luar masa perkuliahan.
6. Manajemen PT. Intra Asia Worldwide yang bersedia untuk menyediakan informasi, material, dan izin yang diperlukan,
7. Teman-teman di PT. Intra Asia Worldwide (Ibu Utami Titik Lestari, Ibu Yenni, Ibu Nomita Indri Hapsari, dan Ibu Cucu Sugianti) atas dukungan dan semangat yang diberikan sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.

8. Ibu Winda Saraswati, selaku *Staff Finance WQA-SEA* Jakarta yang telah memberikan supervisi, dukungan, dan bersedia menyediakan informasi berupa data-data yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Orang tua yang telah memfasilitasi, mendorong, dan memberi semangat penulis hingga penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
10. Sahabat dan orang terdekat yang tanpa henti memberikan semangat, dukungan, dan dorongan hingga saya mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Akhir kata, sekali lagi saya mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan Tugas Akhir ini. Semoga karya ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak dan ilmu pengetahuan. Saya menyambut baik saran dan kritik serta masukan guna penyempurnaan karya ini agar menjadi bahan pengetahuan dan pembelajaran di kemudian hari.

Penulis

ANALISIS PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP TINGKAT KEPENTINGAN ELEMEN HARGA DAN KUALITAS JASA DALAM KAITANNYA DENGAN KINERJA PERUSAHAAN

Heidy Apriliana¹, Dr. Suwandi², Gunardi Endro Ph.D³

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana persepsi pelanggan mengenai tingkat kepentingan elemen harga dan kualitas jasa terhadap kinerja perusahaan (studi pada PT. Intra Asia Worldwide) dan menganalisis kaitan antara keduanya. Penelitian ini menggunakan alat analisis *Importance – Performance Analysis*, dilakukan di Jakarta dengan PT. Intra Asia Worldwide atau WQA-SEA Jakarta sebagai obyek penelitian. Data yang terkumpul sejumlah 111 dari 800 kuesioner yang disebarakan oleh perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan saat ini belum memenuhi harapan pelanggan.

Hasil penelitian ini ditunjukkan oleh 15 dari 19 atribut elemen harga dan kualitas jasa menunjukkan bahwa tingkat harapan lebih tinggi daripada tingkat kinerja dan perbedaannya secara statistik signifikan pada tingkat konvensional kepercayaan 95% ($\alpha=0.05$). Atribut yang dimaksud adalah: kekompetitifan harga jual; Kandungan harga-harga terselubung; Akurasi isi penawaran, kontrak, jadwal audit, isi laporan, dan invoice; Penilaian auditor; Ketanggapan dalam merespon, dan memberikan informasi seputar jasa sertifikasi; Kemudahan untuk dihubungi; Penerimaan sertifikat yang tepat waktu; Kesopanan auditor; Pengetahuan auditor seputar lini bisnis klien; Kapabilitas dalam menyampaikan temuan audit pada rapat penutupan. Dari hasil penelitian tersebut disarankan agar perusahaan meninjau ulang kinerja saat ini dan mengambil langkah-langkah perbaikan guna meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan.

Kata Kunci: Persepsi Pelanggan, Tingkat Kepentingan, Elemen Harga, Kualitas Jasa, Kinerja Perusahaan.

¹ Mahasiswa

² Pembimbing I (Staff pengajar Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen)

³ Pembimbing II (Staff pengajar Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen)

CUSTOMER PERCEPTION ANALYSIS ON THE IMPORTANCE LEVEL OF PRICING AND SERVICE QUALITY ELEMENTS IN ITS RELATION TO THE COMPANY PERFORMANCE

Heidy Apriliana¹, Dr. Suwandi², Gunardi Endro Ph.D³

ABSTRACT

The objective of this research is, with regard to pricing and service quality element, to get to know customer perception on the level of importance of certain attributes and the level of company performance (study held in PT. Intra Asia Worldwide) pertaining to the attributes, and to analyze the relation between both levels. The research uses Importance – Performance Analysis (IPA) as an analyzing tool. This research is conducted with PT. Intra Asia Worldwide as the research object. The company collects the data from 111 returned questionnaires, out of 800 questionnaires distributed to the customers. The result of the analysis indicates that the performance of the company is yet to meet the expectation of the customers.

The result that is showed by 15 attributes out of 19, the elements of pricing and service quality, indicates that the level of expectation is higher than the level of company performance and the difference between both levels is statistically significant at conventional level ($\alpha=0.05$). The attribute mentioned are: price competitiveness; content of hidden cost in price; accuracy content of quotation, agreement, audit schedule, report, and invoice; auditor judgment; response to reply client inquiry; and response to submit the information related to certification; easiness to contact; certificate received in timely manner; politeness of auditor; auditor knowledge of customer business line; capability to inform the audit finding at closing meeting. The results of these studies suggested that the company to review the current performance and take corrective measures in order to improve the quality of services offered.

Keywords: Customer Perception, Importance Level, Pricing Element, Service Quality, Company Performance.

¹ Mahasiswa

² Pembimbing I (Staff pengajar Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen)

³ Pembimbing II (Staff pengajar Universitas Bakrie, Program Studi Manajemen)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Rumusan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	4
1.6. Ruang Lingkup.....	5
1.7. Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIRAN, DAN HIPOTESIS	7
2.1. Tinjauan Pustaka	7
2.1.1. Persepsi Pelanggan	7

2.1.2. Elemen Bauran Pemasaran.....	7
2.1.3. Teori SERVQUAL (<i>Service Quality</i>).....	14
2.1.4. Definisi Kinerja	15
2.2. Kerangka Pemikiran.....	16
2.3. Hipotesis	17
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1. Metode Penelitian	18
3.1.1. Pendekatan Penelitian.....	18
3.1.2. Populasi	20
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.2.1. Obyek Penelitian	21
3.2.2. Lokasi Penelitian	21
3.2.3. Sumber Data	21
3.2.4. Instrumen Penelitian.....	21
3.3. Variabel Penelitian dan Pengukuran	21
3.3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	22
3.3.2. Skala Pengukuran	25
3.4. Uji Instrumen Penelitian	25
3.4.1. Uji Validitas.....	25
3.4.2. Uji Reliabilitas.....	26
3.5. Teknik analisis Data.....	27
3.5.1. Analisis Perbandingan Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja.....	27
3.5.2. Analisis Kuadran Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja.....	27
3.5.3. Analisis Efisiensi Berdasarkan Angka Tingkat Kepentingan	28

3.5.4. Analisis Statistik Uji Hipotesis Menggunakan <i>Sign Test</i>	28
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1. Gambaran Umum PT. Intra Asia Worldwide.....	32
4.1.1. Sejarah Umum Perusahaan	32
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	33
4.1.3. Ruang Lingkup Usaha	34
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	35
4.2. Karakteristik Responden	42
4.3. Uji Instrumen Penelitian	42
4.3.1. Uji Validitas.....	42
4.3.2. Uji Reliabilitas.....	44
4.4. Analisis Perbandingan Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja.....	44
4.4.1. Analisis Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	45
4.4.2. Analisis Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa	47
4.5. Analisis Kuadran Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja	49
4.5.1. Analisis Kuadran Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa	50
4.5.2. Analisis Kuadran Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	51
4.6. Analisis Efisiensi Berdasarkan Angka Tingkat Kepentingan.....	52
4.6.1. Analisis Efisiensi Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	52
4.6.2. Analisis Efisiensi Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa	53
4.7. Analisis Statistik Uji Hipotesis Menggunakan <i>Sign Test</i>	55
4.7.1. Uji Hipotesis Terhadap Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa	56
4.7.2. Uji Hipotesis Terhadap Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	58

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Kesimpulan	61
5.2. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian	22
Tabel 3.2. Kriteria Penilaian Kuesioner	25
Tabel 4.1. Jabatan Karyawan PT. Intra Asia Worldwide.....	37
Tabel 4.2. Karakteristik Responden	42
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas	43
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.5. Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	45
Tabel 4.6. Perhitungan Rata-rata Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	48
Tabel 4.7. Tabel Uji Tanda Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	57
Tabel 4.8. Tabel Uji Tanda Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Komponen 4P's Dalam Marketing Mix.....	8
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran.....	17
Gambar 3.1. Kerangka Kerja Asli IPA.....	19
Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Intra Asia Worldwide atau WQA – SEA Jakarta.....	36
Gambar 4.2. Kuadran Kartesius Analisis Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	50
Gambar 4.3. Kuadran Kartesius Analisis Tingkat Kepentingan – Tingkat Kinerja Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	51
Gambar 4.4. Analisis Efisiensi Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	53
Gambar 4.5. Analisis Efisiensi Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	67
Lampiran 2. Tabulasi Data Empat Tahun Terakhir.....	68
Lampiran 3. Hasil Tes Tanda Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	69
Lampiran 4. Hasil Tes Tanda Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa	70
Lampiran 5. Tes Statistik Dimensi Elemen Harga dan Kualitas Jasa	74
Lampiran 6. Tes Statistik Atribut Elemen Harga dan Kualitas Jasa.....	75
Lampiran 7. Uji Validitas	77
Lampiran 8. Uji Reliabilitas	79