

**ANALISIS DAN USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN  
MENGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS  
(IPA) DAN CORRESPONDENCE ANALYSIS (CA)  
(Studi Kasus : Travel Citi Trans Jln Dipati Ukur No. 53)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sains**

**Program Studi Matematika**



**Oleh :**

**LUCKY HERIYANTI JUFRI**

**0607103**

**JURUSAN PENDIDIKAN MATEMATIKA**

**FAKULTAS PENDIDIKAN MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM**

**UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

**2010**

**LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

**ANALISIS DAN USULAN STRATEGI PEMASARAN DENGAN MENGGUNAKAN  
METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DAN  
CORRESPONDENCE ANALYSIS (CA)**

Oleh:

**Lucky Heriyanti Jufri**

**NIM. 0607103**

**Disetujui dan Disahkan Oleh,**

**Pembimbing I**

**Dra. Entit Puspita, M.Si.**  
**NIP. 196704081994032002**

**Pembimbing II**

**Dr. Dadan Dasari, M.Si**  
**NIP. 196407171991021001**

**Mengetahui,**

**Ketua Jurusan Pendidikan Matematika**

**Drs. Turmudi, M.Ed., M.Sc., Ph.D.**  
**NIP. 196101121987031003**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Pembatasan Masalah .....	4
1.4 Perumusan Masalah .....	4
1.5 Tujuan Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	6

## BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Penentuan Ukuran Sampel .....	7
2.2 Teknik Sampling .....	9
2.3 Teknik dan Pengumpulan Data .....	10
2.4 Skala Pengukuran .....	17
2.5 Uji Validitas Kuesioner .....	19
2.6 Uji Reliabilitas Kuesioner .....	22
2.7 Cochran Q Test .....	23
2.8 Uji Kesenjangan (GAP) .....	26
2.9 Uji Signifikansi .....	27
2.10 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	28
2.10.1 Pembuatan Peta Posisi <i>Importance Performance</i> <i>Analysis</i> .....	30
2.10.2 Interpretasi Peta Posisi <i>Importance Performance Analysis</i> dalam diagram kartesius .....	32
2.11 <i>Correspondance Analysis (CA)</i> .....	33

## 2.12 *Segmentation, Targeting* dan *Positioning*

2.12.1 <i>Segmentation</i> .....	35
2.12.2 <i>Targeting</i> .....	36
2.12.3 <i>Positioning</i> .....	38

## **BAB III. METODELOGI PENELITIAN**

3.1 Penelitian Pendahuluan Dan Studi Pustaka .....	42
3.2 Identifikasi Masalah .....	42
3.3 Penyusunan Kuesioner Pendahuluan .....	43
3.4 Penentuan Jumlah Sampel, Penyebaran Kuesioner Pendahuluan Dan Pengumpulan Data Pendahuluan .....	46
3.5 Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	46
3.6 Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	48
3.7 Uji Validitas Konstruksi .....	48
3.8 Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Penelitian .....	48
3.9 Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	49
3.10 Uji Validitas Instrumen .....	50
3.11 Uji Reliabilitass Instrumen .....	51

3.12 Pengolahan Data .....	52
3.13 Analisis .....	52
3.14 Pengembangan Usulan .....	53
3.15 Kesimpulan Dan Saran .....	55

#### **BAB IV. PENGUMPULAN DATA**

4.1 Hasil Pengolahan Data Kuesioner Pendahuluan .....	56
4.2 Identifikasi Variabel Pendahuluan .....	59
4.3 Hasil Penyebaran Kuesioner Penelitian .....	60
4.3.1 Kuesioner Penelitian bagian 1 .....	61
4.3.2 Kuesioner Penelitian Bagian 2 .....	66

#### **BAB V. PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1 Kuesioner Pendahuluan .....	69
5.1.1 Uji Cochran Q Test .....	69
5.1.2 Penentuan Pesaing .....	76
5.2 Pengolahan Data Dan Analisis Kuesioner Penelitian .....	77
5.2.1 Uji Validitas Kuesioner Penelitian .....	77
5.2.1.1 Uji Validitas Konstruksi .....	77

5.2.1.2 Uji Validitas Instrumen .....	78
5.2.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian .....	81
5.2.2.1 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian Kepuasan ..	82
5.2.2.2 Pengujian Reliabilitas Kuesioner Penelitian Kepentingan..	83
5.2.3 Pengolahan Data Profil Responden .....	83
5.2.4 Analisis <i>Segmentasi, Targeting, dan Positioning</i> Travel Citi Trans	
5.2.4.1 Segmentasi Pasar .....	94
5.2.4.2 <i>Targeting</i> .....	95
5.2.4.3 <i>Positioning</i> .....	95
5.2.5 Uji Kesenjangan (GAP) Antara Kepuasan dan Kepentingan ..	96
5.2.6 Uji Signifikansi .....	98
5.2.7 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	101
5.2.8 Analisis Berdasarkan Prioritas IPA .....	105
5.2.9 Analisis dan Usulan Berdasarkan IPA .....	108
5.2.10 <i>Correspondance Analysis (CA)</i> .....	111
5.2.10.1 Analisis Dari CA .....	115

5.2.10.2 Analisis Prioritas Perbaikan Uji Signifikansi, IPA dan CA .....	118
5.2.10.3 Analisis Prioritas Perbaikan .....	123
5.2.10.4 Upaya-Upaya Perbaikan .....	129
5.3 Usulan Perbaikan .....	131
<b>BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan .....	136
6.2 Saran	
6.2.1 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut .....	141
6.2.2 Saran Untuk Perusahaan .....	141
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	142
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b> .....	143