

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN TERHADAP MESIN
COMPUTER NUMERICAL CONTROL (CNC) MEREK ENSHU
(Studi kasus : di Kawasan Industri Jakarta, Bekasi dan Karawang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi
Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan
Manajemen

Sultan Rincing

2010410003



FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

JAKARTA

2014

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Sultan Rincing
NIM : 2010410003
Jurusan : Manajemen Pemasaran S1

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul ” **Analisis perilaku konsumen terhadap mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu (studi kasus : di Kawasan Industri Jakarta, Bekasi dan Karawang)**” yang dibimbing oleh Ellena Nurfazria Handayani, SE. MM adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia bertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya di Jakarta pada tanggal
20 Februari 2015

Yang menyatakan

(Sultan Rincing)

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Sultan Rincing
Nim : 2010410003
Jurusan : Manajemen S1
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : **"Analisis perilaku konsumen terhadap mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu (studi kasus : di Kawasan Industri Jakarta, Bekasi dan Karawang)**

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui, untuk diajukan dihadapan panitia penguji skripsi sarjana.

Jakarta, 20 Februari 2015

Ketua Jurusan Manajemen

Mengetahui Menyetujui

Pembimbing Materi

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

(Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sultan Rincing

NIM : 2010410003

Jurusan/peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Jurusan Skripsi : **“Analisis perilaku konsumen terhadap mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu (studi kasus : di Kawasan Industri Jakarta, Bekasi dan Karawang)”**

Telah diperiksa , dikaji dan diujikan dalam sidang akhir Ujian Skripsi Sarjana pada tanggal Jakarta, 20 Februari 2015

Ketua Jurusan Manajemen

(**Ellena Nurfazria Handayani, SE. MM**)

No	Nama penguji	Jabatan penguji	Tanda tangan
1	Dr.Firsan Nova, SE, MM	Ketua penguji	
2	Drs.Fauzi Baisyir, MM	Anggota penguji	
3	Ellena Nurfazria H, SE, MM	Anggota penguji	

Dekan Fakultas Ekonomi

(**Sukardi, SE. MM**)

ABSTRAK

Sultan Rincing, NIM 2010410003, Judul penelitian : Analisis perilaku konsumen terhadap mesin *Computer Numeric Control (CNC)* merek Enshu (studi kasus : di Kawasan Industri Jakarta, Bekasi dan Karawang) di bawah bimbingan Ellena Nurfazria Handayani, SE,MM

Jumlah hal : XI + 137

Perusahaan yang memiliki banyak pelanggan dan dapat bertahan hidup adalah perusahaan yang memiliki citra yang baik di mata konsumennya. Hal itu menyebabkan konsumen termotivasi untuk membeli suatu produk pada perusahaan tersebut. Aset terpenting bagi perusahaan adalah citra atau nama baik perusahaan dalam merekrut pangsa pasar dalam jangka pendek atau jangka panjang. Persepsi konsumen dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk membeli suatu produk yang akan digunakannya. Dalam perkembangan industri yang sangat pesat terutama pada dunia *manufacturing parts automotive*, dibutuhkan sebuah alat perkakas yang mampu menghasilkan produk dengan cepat dan hasil yang baik yaitu mesin *Computer Numerical Control (CNC)*. Perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara kognisi, afeksi, perilaku dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka

Untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap produk mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis fishbein. Hasil dari penelitian perilaku konsumen PT. Enshu Indonesia dikawasan industri Jakarta, Bekasi dan Karawang untuk penggunaan mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu dengan total skor keseluruhan adalah 282 berada diantara skala lebih dari 230-284 termasuk dalam kategori baik positif, yang artinya responden sebagai konsumen mesin *Computer Numerical Control (CNC)* merek Enshu, pelanggan menerima dengan baik dari keseluruhan produk.

Oleh karena perusahaan PT. Enshu Indonesia harus melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya untuk menghadapi pesaing yang lainnya, sehingga pelanggan PT. Enshu Indonesia tetap fokus terhadap penggunaan mesin *CNC* Enshu ke depannya dan juga harus lebih meningkatkan lagi kualitas produknya agar perilaku konsumen dari kategori baik menjadi sangat baik.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat yang telah diberikan kepada penulis baik berupa nikmat sehat dan nikmat iman sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta.

Banyak tantangan yang dihadapi penulis dalam membuat skripsi ini, namun skripsi ini dapat selesai berkat dari semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung

Penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada :

1. Bapak Sukardi, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Fauzi Baisyir, MM dan Bapak Dr. Firsan Nova, SE, MM selaku dosen penguji dan ketua penguji
3. Ibu Dini Rahayu, SE selaku Pembimbing Akademik, terima kasih untuk kritik dan saran kepada penulis.
4. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada dan pembimbing Terima kasih atas waktunya, kesabarannya, arahan-arahan dan nasehat yang berguna dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Terima kasih untuk Bapak/Ibu dan Staff pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Terima kasih atas pemberian ilmunya, dukungannya dan bantuannya selama penulis kuliah dan dalam proses penyelesaian skripsi.
6. Terima kasih untuk staff tata usaha dan karyawan (Mbak Lis, Mbak Puji, Mas Maryadi, Mas Jumali dan Pak Hartono) serta terima kasih untuk para pegawai

perpustakaan yang telah memudahkan dan memberikan bantuan dalam proses pembuatan skripsi ini.

7. Untuk keluarga tercinta yang selalu memberikan semangat dan cinta kasihnya kepada penulis
8. Terima kasih kepada semua teman – teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa penulis skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat berguna bagi rekan-rekan yang membacanya pada umumnya dan khususnya bagi penulis, amin.

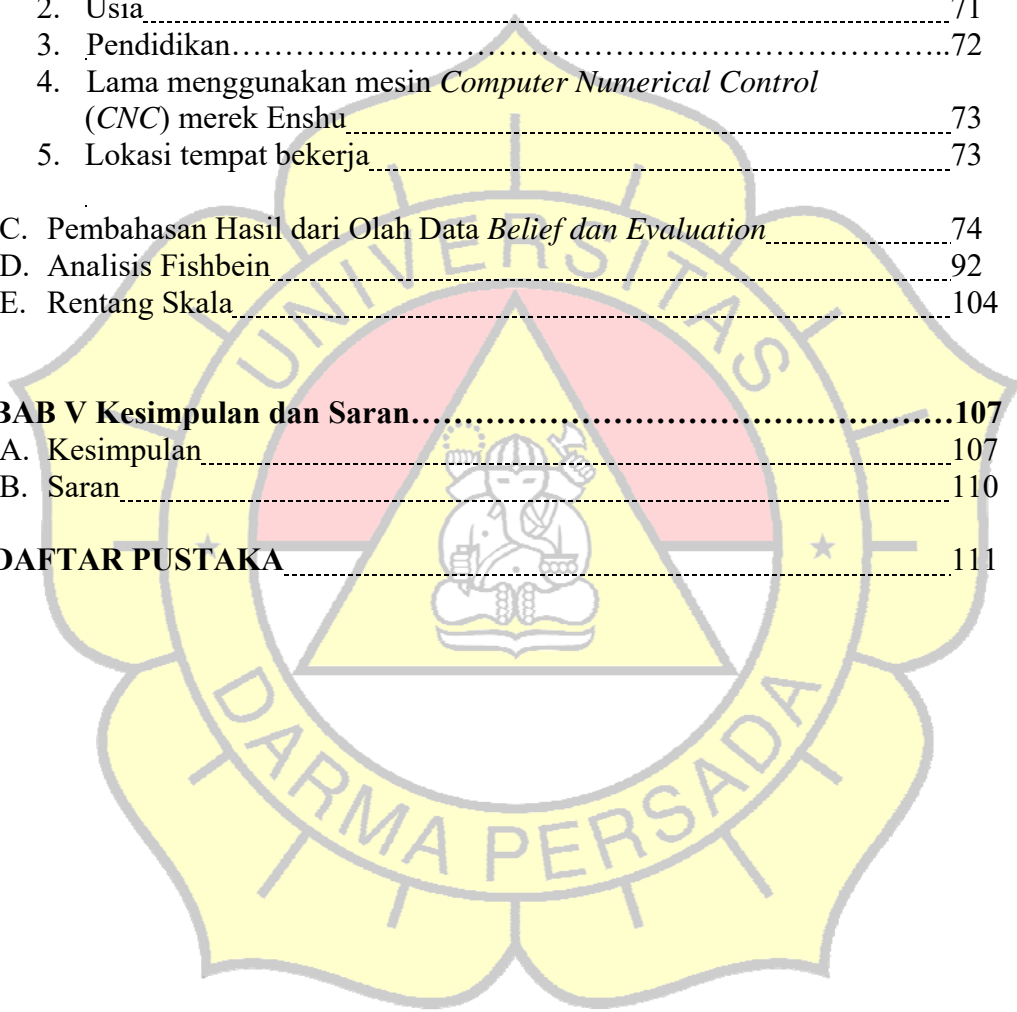
Jakarta, 20 Februari 2015

(Sultan Rincing)

DAFTAR ISI

	Halaman
Lembar Pernyataan.....	i
Lembar Persetujuan Skripsi.....	ii
Lembar Pengesahan Skripsi.....	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar gambar.....	xi
Daftar Lampiran.....	113
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	12
A. Pemasaran Dan Konsep Pemasaran.....	12
1. Pengertian pemasaran.....	12
B. Produk (<i>product</i>).....	20
1. Pengertian produk (<i>product</i>).....	20
C. Kualitas.....	28
1. Pengertian kualitas.....	33
D. Perilaku Konsumen.....	35
1. Pengertian perilaku konsumen.....	35
E. Definisi <i>Computer Numerical Control / CNC</i> (berarti "komputer kontrol numerik").....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	52
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
B. Jenis dan Sumber Data.....	52
C. Populasi dan Sampel.....	53
D. Teknik Pengambilan Sampel.....	56
E. Teknik Pengumpulan Data.....	58
F. Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	58
1. Metode atribut Fishbein.....	58
2. Metode skala Likert.....	59
3. Rentang skala.....	60
G. Definisi Variabel Operasional.....	61

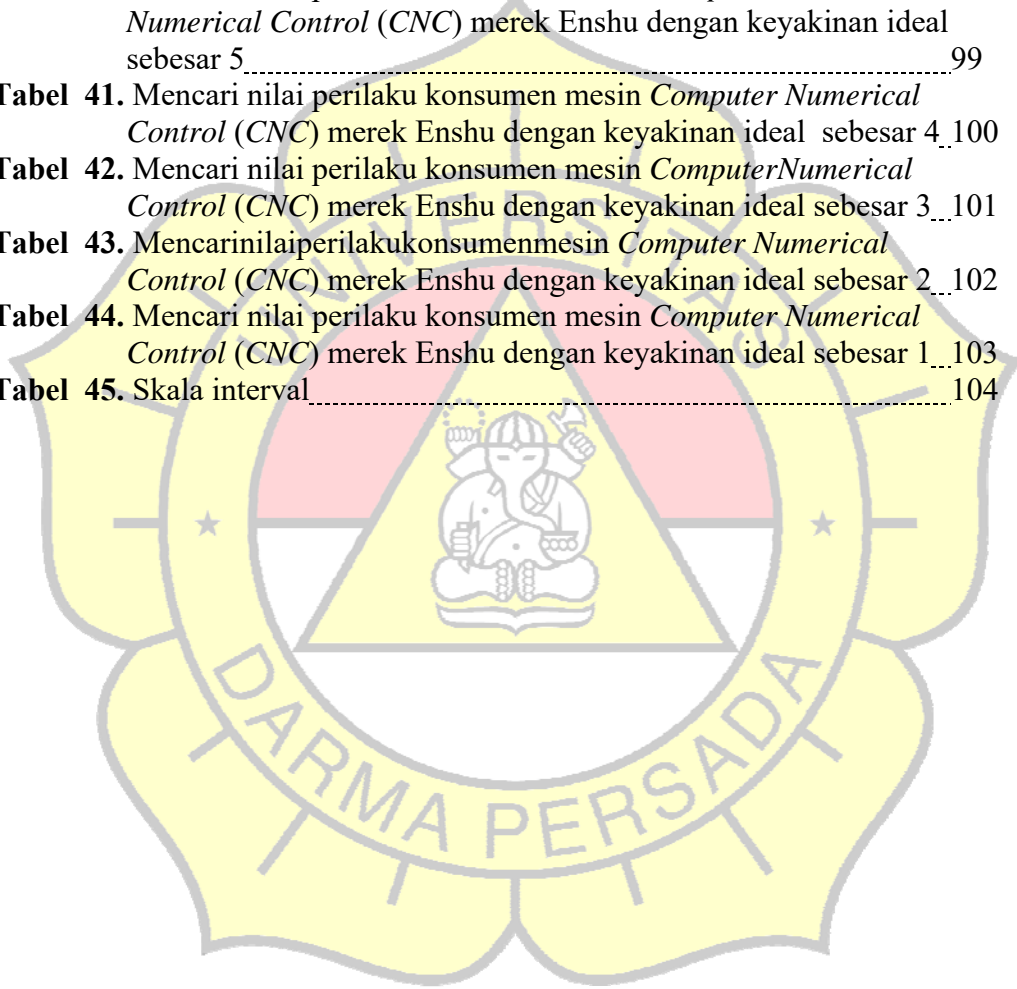
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	63
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	63
1. Sejarah Perusahaan.....	63
2. Corporate profile Enshu Limited.....	68
3. Corporate profile PT. Enshu Indonesia.....	68
4. Produk – produk Enshu.....	69
B. Karakteristik atau Profil Konsumen.....	71
1. Jenis kelamin.....	71
2. Usia.....	71
3. Pendidikan.....	72
4. Lama menggunakan mesin <i>Computer Numerical Control</i> (<i>CNC</i>) merek Enshu.....	73
5. Lokasi tempat bekerja.....	73
C. Pembahasan Hasil dari Olah Data <i>Belief dan Evaluation</i>	74
D. Analisis Fishbein.....	92
E. Rentang Skala.....	104
BAB V Kesimpulan dan Saran.....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	111



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perkakas dengan varian <i>CNC</i>	8
Tabel 2. <i>Group machining Center</i>	9
Tabel 3. Perkakas dengan varian <i>CNC</i>	49
Tabel 4. Jumlah <i>engineering</i> dari tiap perusahaan yang menggunakan mesin <i>CNC</i> merek Enshu.....	54
Tabel 5. Jumlah <i>engineering</i> dari tiap perusahaan yang menjadi sampel.....	57
Tabel 6. Skala Likert.....	59
Tabel 7. Definisi variable operasional.....	61
Tabel 8. <i>History company</i>	66
Tabel 9. <i>Major Customer</i>	70
Tabel 10. Karakteristik atau profil responden berdasarkan jenis kelamin.....	71
Tabel 11. Karakteristik responden berdasarkan usia.....	72
Tabel 12. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	72
Tabel 13. Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu.....	73
Tabel 14. Karakteristik responden berdasarkan lokasi tempat bekerja.....	74
Tabel 15. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> sebagai alat untuk proses part otomotif.....	75
Tabel 16. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> sebagai alat untuk kecepatan proses finishing part otomotif.....	76
Tabel 17. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> untuk <i>softwares</i>	77
Tabel 18. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> untuk layar kontrol program.....	78
Tabel 19. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> untuk mengurangi tingkat kegagalan produksi.....	79
Tabel 20. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> berfungsi konsisten selama proses produksi.....	80
Tabel 21. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> untuk kecepatan dan keakuratan dalam proses produksi.....	81
Tabel 22. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> <i>conformance</i> dengan keakuratan 0,001mm atau 1 mikron.....	83
Tabel 23. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> untuk daya tahan.....	84
Tabel 24. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> tidak mudah berkarat.....	85
Tabel 25. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> dengan layanan konsumen 24jam.....	86
Tabel 26. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> dengan persediaan spare part (sukucadang).....	87
Tabel 27. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> dengan desain yang efisien.....	88
Tabel 28. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> dengan desain yang bisa disesuaikan oleh keinginan pelanggan.....	89
Tabel 29. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> yang ramah lingkungan.....	90
Tabel 30. Olah data <i>belief</i> dan <i>evaluation</i> dapat meningkatkan kualitas produksi.....	91
Tabel 31. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) performance</i>	92

Tabel 32. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) features</i>	93
Tabel 33. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) reliability</i>	94
Tabel 34. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) conformation to specifications</i>	94
Tabel 35. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) durability</i>	95
Tabel 36. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) serviceability</i>	96
Tabel 37. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) aesthetics</i>	96
Tabel 38. Olah data analisis <i>Fishbein (Ao) perceived quality</i>	97
Tabel 39. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu.....	97
Tabel 40. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu dengan keyakinan ideal sebesar 5.....	99
Tabel 41. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu dengan keyakinan ideal sebesar 4.....	100
Tabel 42. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu dengan keyakinan ideal sebesar 3.....	101
Tabel 43. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu dengan keyakinan ideal sebesar 2.....	102
Tabel 44. Mencari nilai perilaku konsumen mesin <i>Computer Numerical Control (CNC)</i> merek Enshu dengan keyakinan ideal sebesar 1.....	103
Tabel 45. Skala interval.....	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perbedaan konsep penjualan dan konsep pemasar.....	16
Gambar 2. Kerangka pikir penelitian.....	51
Gambar 3. Skor Sikap.....	111

