

# Identifikasi Kebutuhan Konsumen Produk Mobil Etios Valco Di PT. TMMIN

Ainul Haq<sup>1</sup>, Joerike Joeliana Aditio<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Gunadarma  
Jl. Margonda Raya No. 100, Pondok Cina, Depok 16424

Penulis untuk Korespondensi/Email: [ainulhaq13@gmail.com](mailto:ainulhaq13@gmail.com)

**Abstrak** - Atribut kebutuhan konsumen merupakan hal yang penting dalam kesuksesan suatu produk. Atribut kebutuhan konsumen ini berguna untuk mengetahui apa saja keinginan dan harapan konsumen akan suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga kedepannya produk yang dihasilkan oleh perusahaan akan diminati oleh konsumen serta menarik konsumen untuk membelinya. Selain itu perusahaan akan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dan membuat produknya lebih unggul. PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Industri Otomotif. Berdasarkan latar belakang masalah, terdapat 33 atribut kebutuhan konsumen yang akan diidentifikasi, dengan terlebih dahulu dilakukan beberapa uji yaitu uji kecukupan data, uji validitas, dan uji reliabilitas, dengan menggunakan *software* SPSS 16.0. Berdasarkan hasil beberapa uji tersebut, atribut kebutuhan konsumen semuanya dapat lolos ke tahap selanjutnya. Kemudian akan dilanjutkan ke tingkat kepentingan konsumen dengan melihat dari skala *likert*-nya. Prioritas yang didapat dari hasil tingkat kepentingan konsumen dengan skala *likert* pada atribut kebutuhan konsumen adalah pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu yang lama (3 tahun), sistem pengereman *auto break system* dan tersedianya bengkel resmi di berbagai tempat. Sebaiknya untuk perbaikan yaitu perusahaan melakukan perkembangan sesuai dengan prioritas yang konsumen inginkan dan selanjutnya bisa merujuk ke perkembangan atribut-atribut kebutuhan konsumen yang lainnya.

**Abstract** - Consumer needs attributes are important in the success of a product. This consumer needs attribute is useful to find out what consumer desires and expectations for a product produced by the company. So that in the future the products produced by the company will be in demand by consumers and attract consumers to buy them. In addition, the company will be able to compete with other companies and make its products superior. PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) is a company engaged in the Automotive Industry. Based on the background of the problem, there are 33 attributes of consumer needs that will be identified, by first doing several tests, namely the data adequacy test, validity test, and reliability testing, using SPSS 16.0 software. Based on the results of several tests, the attributes of consumer needs can all pass to the next stage. Then it will continue to the level of consumer interest by looking at the likert scale. Priority obtained from the results of the level of consumer interest with a likert scale on the attributes of consumer needs is a guarantee of damage to the car in a long time (3 years), auto break system braking system and availability of official workshops in various places. It is better to improve that the company develops according to the priorities that consumers want and can then refer to the development of the attributes of other consumer needs.

**Keywords** - Consumer Needs Attributes, Priorities

## PENDAHULUAN

Persaingan di antara perusahaan akan semakin meningkat dilihat dari banyaknya produk-produk yang dihasilkan di pasaran. Fungsi utama

perusahaan manufaktur adalah proses produksi dan operasi untuk mencapai efisiensi, produktifitas dan keuntungan. Persaingan tidak hanya datang dari perusahaan lama tetapi juga datang dari perusahaan

baru. Salah satu industri yang sedang berkembang pesat saat ini adalah industri otomotif seperti mobil.

Mobil adalah salah satu alat transportasi yang banyak digunakan dalam mendukung aktivitas sehari-hari. Permintaan konsumen akan produk ini semakin lama semakin meningkat. Persaingan antara merk yang satu dengan merk yang lain juga semakin meningkat dilihat dari segi kualitas dan harga.

PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN) adalah salah satu perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang otomotif yang memproduksi kendaraan, mesin, komponen, dies dan jig. Salah satu produk keluaran PT. TMMIN adalah mobil etios valco. Mobil etios valco dipilih karena sekarang sedang gencar-gencarnya persaingan diantara perusahaan otomotif mengeluarkan mobil kecil yang harganya terjangkau sehingga dapat dibeli oleh masyarakat menengah hingga kebawah.

Persaingan antar perusahaan tidak dapat dihindari tetapi dapat dikurangi dengan cara membuat produk sendiri lebih unggul. Hal yang dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan keinginan konsumen adalah dengan terus melakukan pengembangan sehingga produk dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya. Identifikasi kebutuhan konsumen dilakukan untuk mengumpulkan atribut kebutuhan konsumen. Selanjutnya mengidentifikasi atribut kebutuhan konsumen tersebut dengan melakukan penilaian berdasarkan skala *likert*. Kemudian menentukan prioritas yang dibutuhkan oleh konsumen yang akan dikembangkan. Apabila kebutuhan konsumen dapat terpenuhi maka kepuasan konsumen dapat tercipta serta dapat mempengaruhi pandangan konsumen terhadap perusahaan. Selain itu dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang dihasilkan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Produk Manufaktur

Produk manufaktur merupakan produk hasil suatu proses (manufaktur) yang dijual oleh produsen ke konsumen yang membutuhkan [1].

### Populasi dan Sampel

Menurut Sujarweni, populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi [2].

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas item digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur objeknya. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner [3].

### Identifikasi Kebutuhan Konsumen

Identifikasi kebutuhan konsumen merupakan langkah awal dalam proyek perancangan dan pengembangan produk manufaktur. Sebagai langkah awal, hasil identifikasi ini menentukan keberhasilan langkah pengembangan produk selanjutnya dan pada akhirnya ikut menentukan keberhasilan produk di pasaran [1].

## METODE PENELITIAN

### Data Penelitian

Data penelitian yang dibutuhkan berupa data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh melalui penyebaran kuisisioner yang berisi pernyataan yang berhubungan dengan kebutuhan konsumen berdasarkan kondisi produk sekarang dengan target perbaikan yang harus dipenuhi lebih lanjut. Data sekunder merupakan data primer yang sudah diolah lebih lanjut dan disajikan oleh pihak pengumpul data primer baik berupa dokumen ataupun observasi di lapangan.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner dan wawancara. Wawancara dilakukan dengan pihak pengembang produk PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia. Kuesioner berguna untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen. Populasi dari kuesioner tersebut diambil secara acak yang merupakan pengguna mobil etios valco. Sampel penelitian diambil 30 data untuk kuesioner pendahuluan sebagai minimum dalam pengambilan data. Sedangkan data untuk kuesioner keinginan konsumen berdasarkan data yang ada di *dealer* Toyota Karawang sebanyak 153 data dari 247 populasi yang ada.

### Uji Validitas

Instrumen yang valid adalah alat ukur untuk mendapatkan data yang valid dan dapat digunakan

untuk mengukur apa yang hendak diukur. Hasil penelitian yang valid bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Validitas suatu kuesioner dinyatakan dengan tingkat kemampuan atribut kebutuhan konsumen dalam kuesioner tersebut dengan menggunakan program SPSS 16.0 Kemudian menguji taraf signifikan korelasi yaitu menguji signifikan  $r$  yaitu sebagai berikut:

$r$  hasil  $\geq r$  tabel, maka pertanyaan valid

$r$  hasil  $\leq r$  tabel, maka pertanyaan tidak valid

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan dari hasil pengukuran kuisisioner. Keandalan disini dapat diartikan bahwa apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, jika aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah. Data bisa dikatakan reliabel apabila  $R_{alpha} > r$  tabel, sedangkan data dikatakan tidak reliabel apabila  $R_{alpha} < r$  tabel. Digunakan *software* program SPSS 16.0 dalam menguji reliabilitas pada penelitian ini.

### Teknik Pengolahan dan Analisa Data

Teknik pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Skala

*likert* agar dapat diidentifikasi. Analisa data yang digunakan antara lain yaitu dengan:

1. Fase pertama (mengumpulkan suara pelanggan/*voice of customers*)
2. Fase kedua (penilaian berdasarkan skala *likert*)
3. Fase analisa dan interpretasi

## PEMBAHASAN

### Kuesioner Pendahuluan

Kuesioner pendahuluan merupakan kuesioner tahap awal dalam melakukan suatu penelitian. Data yang dikumpulkan dalam riset ini berupa data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 30 orang dalam hal ini adalah pengguna mobil etios valco. Kuesioner juga memuat pertanyaan yang bersifat terbuka. Pertanyaan terbuka bertujuan untuk memperdalam mengenai kelemahan dari mobil etios valco, dan juga dilakukan *interview* baik dengan konsumen maupun dengan manajemen perusahaan untuk memperjelas informasi-informasi yang didapat dari kuesioner. Data sekunder didapat dari data-data eksternal yang sudah dipublikasikan yang diperoleh dari penelitian terdahulu dan literatur. Penelitian secara eksploratif ini bertujuan untuk memahami permasalahan secara lebih mendalam.

Tabel 1. Variabel Berdasarkan Kuisisioner Pendahuluan [4]

No.	Variabel	Keterangan
1.	<i>Performance</i>	Berhubungan dengan karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli, misalnya konsumsi bahan bakar, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan lain sebagainya
2.	<i>Features</i>	Berhubungan dengan karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti dashboard, AC, <i>sound system</i> , <i>power steering</i> , <i>door lock system</i> , dan sebagainya
3.	<i>Reliability</i>	Berhubungan dengan kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai macet, rusak
4.	<i>Conformance</i>	Berhubungan dengan sejauh karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ada sebelumnya
5.	<i>Durability</i>	Berhubungan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan
6.	<i>Serviceability</i>	Berhubungan dengan kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan
7.	Estetika	Berhubungan dengan daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk <i>body</i> mobil, warna, dan sebagainya
8.	<i>Perceived</i>	Berhubungan dengan ciri dari reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya

### Kuesioner Penelitian I

Kuesioner penelitian I merupakan kuisisioner tertutup yaitu kuesioner yang telah dibatasi oleh peneliti sesuai atribut kebutuhan konsumen yang didapat dari kuesioner pendahuluan dan ditentukan

dengan skala *likert*. Data dari konsumen secara umum digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen akan mobil etios valco. Kebutuhan konsumen akan mobil etios valco tersebut dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Data Keinginan Pelanggan Terhadap Kualitas Mobil Etios Valco

Variabel Primer	Variabel Sekunder	Variabel Tersier
Kualitas Mobil Etios Valco	<i>Performance</i>	Bobot mobil yang ringan
		Rangka mobil yang kuat
		Kestabilan mobil dalam kecepatan tinggi
	<i>Features</i>	Pemakaian bahan bakar yang hemat
		Sistem kemudi EPS ( <i>Electronic Power Steering</i> )
		Sistem keamanan <i>dual SRS airbags</i>
		Kaca spion elektrik
		Kamera belakang
	<i>Reliability</i>	<i>Audio steering switch</i>
		Sensor hujan
<i>Auto lock system</i>		
<i>Conformance</i>	Mampu mencapai kecepatan tinggi (km/jam)	
	Memiliki mesin dengan tenaga yang maksimum	
<i>Durability</i>	Dapat digunakan untuk berbagai kondisi jalan	
	Sistem pengereman otomatis	
<i>Serviceability</i>	Kualitas ban yang baik	
	Kondisi lampu depan terang dan baik dalam kondisi apapun ( <i>volt/watt</i> )	
	Pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu lama (3 tahun)	
<i>Estetika</i>	Umur mesin tahan lama	
	Mesin tahan karat	
	Kemudahan memperoleh suku cadang	
	Tersedianya bengkel resmi di berbagai tempat	
	Kemudahan dalam perawatan mesin	
<i>Perceived</i>	Kemudahan dalam mengganti atau menambah fitur-fitur tambahan	
	Variasi warna yang menarik	
	Desain <i>body</i> mobil agresif dan <i>sporty</i>	
<i>Perceived</i>	<i>Headlamp</i> yang tampil <i>stylish</i>	
	Aksen <i>body kit</i> yang aerodinamis	
	Desain lampu belakang yang menarik	
<i>Perceived</i>	Velg yang semakin menarik	
	Harga terjangkau	
	Harga suku cadang yang murah	
<i>Perceived</i>	Harga jual kembali yang tinggi	

(Sumber: Olah Data, 2012)

**Populasi dan Sampel**

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna mobil etios valco yang membelinya di dealer Toyota Karawang yang berjumlah 247 orang. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh responden sebanyak 247 orang dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik *Slovin*.

Sampel bertujuan untuk mewakili keadaan populasi yang sebenarnya. Pengujian ini dilakukan pada masing-masing atribut pertanyaan dengan tingkat keyakinan 95% dan tingkat ketelitian 5%.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \tag{1}$$

$$n = \frac{247}{(1 + 247 \times 0,05^2)} = 152,70 \approx 153 \text{ sampel}$$

Setelah dilakukan perhitungan maka didapatkan nilai n = 153 dari 247 data yang sebenarnya. Artinya 153 data dianggap telah mewakili populasi yang sebenarnya dan dapat dilakukan pengolahan data selanjutnya.

**Uji Validitas**

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (*content*) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian. Tujuan uji validitas adalah untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Data yang telah di dapat dari kuisisioner, selanjutnya di uji ke validitasannya. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 16.0 menggunakan korelasi *bivariate/product*

*momen pearson* dengan taraf kepercayaan 95% dan tingkat ketelitian ( $\alpha$ ) sebesar 5%. Korelasi *bivariate* digunakan untuk mengukur keeratan hubungan di antara hasil pengamatan dari populasi yang mempunyai dua variansi. Tingkat signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 5%. Syarat suatu atribut dikatakan valid apabila r hitung  $\geq$  r tabel (0,1577). Berikut ini adalah hasil uji validitas kuisisioner yang disebarakan kepada pengguna mobil etios valco di dealer Toyota Karawang.

Tabel 3. Uji Validitas Kuisisioner Keinginan Konsumen

Korelasi Antara	Nilai Korelasi ( <i>Pearson Correlation</i> )	Probabilitas Korelasi [ <i>Sign.(2-tailed)</i> ]	Nilai r tabel	Kesimpulan
<i>Performance 1</i>	0,668	0,000	0,1577	Valid
<i>Performance 2</i>	0,670	0,000	0,1577	Valid
<i>Performnace 3</i>	0,745	0,000	0,1577	Valid
<i>Performance 4</i>	0,725	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 1</i>	0,613	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 2</i>	0,424	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 3</i>	0,633	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 4</i>	0,541	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 5</i>	0,428	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 6</i>	0,454	0,000	0,1577	Valid
<i>Features 7</i>	0,402	0,000	0,1577	Valid
<i>Reliability 1</i>	0,667	0,000	0,1577	Valid
<i>Reliability 2</i>	0,686	0,000	0,1577	Valid
<i>Reliability 3</i>	0,646	0,000	0,1577	Valid
<i>Reliability 4</i>	0,552	0,000	0,1577	Valid
<i>Conformance 1</i>	0,787	0,000	0,1577	Valid
<i>Conformance 2</i>	0,704	0,000	0,1577	Valid
<i>Conformance 3</i>	0,668	0,000	0,1577	Valid
<i>Durability 1</i>	0,821	0,000	0,1577	Valid
<i>Durability 2</i>	0,756	0,000	0,1577	Valid
<i>Serviceability 1</i>	0,580	0,000	0,1577	Valid

Korelasi Antara	Nilai Korelasi ( <i>Pearson Correlation</i> )	Probabilitas Korelasi [ <i>Sign.(2- tailed</i> )]	Nilai r tabel	Kesimpulan
<i>Serviceability 2</i>	0,494	0,000	0,1577	Valid
<i>Serviceability 3</i>	0,757	0,000	0,1577	Valid
<i>Serviceability 4</i>	0,672	0,000	0,1577	Valid
Estetika 1	0,716	0,000	0,1577	Valid
Estetika 2	0,829	0,000	0,1577	Valid
Estetika 3	0,845	0,000	0,1577	Valid
Estetika 4	0,790	0,000	0,1577	Valid
Estetika 5	0,513	0,000	0,1577	Valid
<i>Perceived 1</i>	0,561	0,000	0,1577	Valid
<i>Perceived 2</i>	0,857	0,000	0,1577	Valid
<i>Perceived 3</i>	0,873	0,000	0,1577	Valid

(Sumber: Olah Data, 2012)

Dari Tabel 3 terlihat bahwa terdapat semua atribut pertanyaan dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan nilai probabilitas korelasi lebih kecil dari tingkat ketelitian 0,05. Dimana uji validitas pada kuesioner keinginan konsumen ini digunakan taraf signifikan 0,05, sehingga hasil yang diperoleh pada *output* SPSS adalah valid.

#### Uji Reliabilitas

Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas kuisisioner dilakukan dengan metode *Alfa Cronbach* ( $\alpha$ ). Metode ini digunakan untuk menguji keandalan atribut yang menggunakan skala *likert*. Atribut memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh lebih besar dari 0,60 [5]. Pengujian reliabilitas kuisisioner persepsi pengguna dilakukan pada masing-masing bagian kuisisioner yaitu kuisisioner keinginan konsumen dan kuisisioner kepuasan konsumen. Adapun atribut pertanyaan yang dapat diolah pada uji reliabilitas ini adalah data yang valid, atau dengan kata lain telah memenuhi kriteria. Berikut adalah hasil uji reliabilitas kuisisioner yang disebarkan kepada beberapa pengguna mobil etios valco dari dealer Toyota Karawang. Hasil kuisisioner keinginan konsumen diperoleh nilai *Alfa Cronbach* untuk *performance* sebesar 0,778, *features* sebesar 0,693, *reliability* sebesar 0,761, *conformance* sebesar 0,850, *durability* sebesar 0,825, *serviceability*

sebesar 0,741, estetika sebesar 0,773, dan *perceived* sebesar 0,813 hal ini menandakan bahwa data yang diolah *reliabel*. *Alfa Cronbach* adalah nilai koefisien keandalan yang berkisar antara 0 sampai 1. Dari hasil yang diperoleh bahwa kedua bagian kuisisioner persepsi pengguna telah dikatakan *reliable*, karena nilai *Alfa Cronbach* lebih besar dari 0,6.

#### Kuisisioner Penelitian II

Kuisisioner penelitian II adalah kuisisioner yang bersifat tertutup. Bertujuan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen dari kuisisioner pendahuluan dan kuisisioner penelitian I. Berdasarkan kuisisioner yang disebarkan kepada 153 responden yang merupakan sampel sesungguhnya dari objek penelitian. Bobot kepentingan kebutuhan konsumen disusun dengan skala *likert* dan skala yang digunakan adalah 1 – 5. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kepentingan dari tiap-tiap kriteria. Keterangan: (1) Sangat Tidak Penting; (2) Tidak Penting; (3) Cukup Penting; (4) Penting; (5) Sangat Penting. Tingkat kepentingan konsumen digunakan untuk memposisikan setiap keinginan ataupun kebutuhan pelanggan dalam bentuk data kuantitatif dengan tujuan untuk memprioritaskan keinginan konsumen. Pemberian bobot dimulai dari atribut yang sangat penting dengan nilai 5 sampai pada atribut yang sangat tidak penting dengan nilai 1.

Tabel 4. Tingkat Kepentingan Konsumen

No.	Atribut Kebutuhan Konsumen	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Tingkat Kepentingan
<i>Performance</i>							
1.	Bobot mobil yang ringan			6	65	82	4,496
2.	Rangka mobil yang kuat			12	85	56	4,287
3.	Kestabilan mobil dalam kecepatan tinggi			5	56	92	4,568
4.	Pemakaian bahan bakar yang hemat			11	37	105	4,614
<i>Features</i>							
5.	Sistem kemudi EPS ( <i>Electric Power Steering</i> )			12	109	32	4,13
6.	Sistem keamanan dual SRS <i>airbags</i>			1	80	72	4,464
7.	Kaca spion elektrik	1		24	103	25	3,993
8.	Kamera belakang			10	102	41	4,202
9.	<i>Audio steering switch</i>			6	103	44	4,248
10.	Sensor hujan	1		22	101	29	4,032
11.	<i>Auto lock system</i>				69	84	4,549
<i>Reliability</i>							
12.	Mampu mencapai kecepatan tinggi (km/jam)			11	48	94	4,542
13.	Memiliki mesin dengan tenaga yang maksimum			13	71	69	4,366
14.	Dapat digunakan untuk berbagai kondisi jalan			4	39	110	4,692
15.	Sistem pengereman otomatis			3	28	122	4,778
<i>Conformance</i>							
16.	Kualitas ban yang baik			11	48	94	4,542
17.	Kondisi lampu depan terang dan baik			4	39	110	4,692
18.	Dalam kondisi apapun ( <i>volt/watt</i> ) Pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu yang lama (3 tahun)			3	26	124	4,79
19.	Umur mesin tahan lama			8	51	94	4,562
20.	Mesin tahan karat			9	102	42	4,215
<i>Serviceability</i>							
21.	Kemudahan memperoleh suku cadang			9	93	51	4,274
22.	Tersedianya bengkel resmi di berbagai tempat			3	33	117	4,745
23.	Kemudahan dalam perawatan mesin			5	46	102	4,633
24.	Kemudahan dalam mengganti atau menambah fitur-fitur tambahan			2	60	91	4,581

No.	Atribut Kebutuhan Konsumen	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Tingkat Kepentingan
<i>Estetika</i>							
25.	Variasi warna yang menarik			32	55	66	4,222
26.	Desain <i>body</i> mobil agresif dan <i>sporty</i>			14	50	89	4,49
27.	<i>Headlamp</i> yang tampil <i>stylish</i>			10	56	87	4,503
28.	Aksen <i>body kit</i> yang aerodinamis			7	62	84	4,503
29.	Desain lampu belakang yang semakin menarik			16	53	84	4,444
30.	Velg yang semakin menarik			27	91	34	4,032
<i>Perceived</i>							
31.	Harga terjangkau			7	62	84	4,503
32.	Harga suku cadang yang murah			16	53	84	4,444
33.	Harga jual kembali yang tinggi			14	50	89	4,49

(Sumber: Olah Data, 2012)

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan, maka dapat dihitung tingkat kepentingan konsumen dengan cara melihat jumlah skala terbanyak dari responden yang diambil untuk tiap kebutuhan konsumen. Berdasarkan data tingkat kepentingan konsumen yang paling utama adalah pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam

waktu yang lama (3 tahun) yaitu dengan nilai 4,790. Sedangkan data tingkat kepentingan konsumen yang paling rendah adalah kaca spion elektrik yaitu dengan nilai 3,993 dan ada beberapa tingkat kepentingan konsumen dengan nilai yang sama.

$$\begin{aligned}
 \text{Tingkat Kepentingan} &= \frac{\sum(\text{Number of Respondents at Performance Value})}{\text{Total Number of Respondents}} \\
 &= \frac{[(6 \times 3) + (65 \times 4) + (82 \times 5)]}{153} \\
 &= \frac{688}{153} = 4,496
 \end{aligned}$$

**Penentuan Prioritas**

Berdasarkan keinginan konsumen selanjutnya dilakukan penentuan prioritas untuk menentukan sasaran utama pada pengembangan kualitas mobil etios valco. Selain itu strategi prioritas ini juga di tunjukkan agar PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia mampu memberikan kepuasan konsumen di masa depan. Hasil dari tingkat kepentingan konsumen dengan skor tertinggi dan merupakan prioritas adalah pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu yang lama (3 tahun). Langkah yang harus diambil oleh perusahaan adalah melakukan pengembangan pada atribut yang merupakan prioritas kemudian melakukan pengembangan pada atribut-atribut lainnya.

elektrik. Mungkin konsumen tidak terlalu mementingkan atribut ini, karena dianggap atribut lain yang sebaiknya dikembangkan terlebih dahulu. Pada tabel 6 dapat dilihat bahwa terdapat nilai yang sama pada tingkat kepentingannya karena hasil perhitungan dari skala kepentingannya serta pengambilan 3 angka di belakang koma. Nilai yang sama pada tingkat kepentingan tersebut dapat dilakukan penelitian lanjutan dengan bantuan AHP (*Analytical Hierarchy Process*). AHP pada dasarnya didesain untuk menangkap secara rasional persepsi orang yang berhubungan erat dengan permasalahan tertentu melalui prosedur yang didesain untuk sampai pada skala preferensi diantara berbagai set alternatif [6].

Atribut kebutuhan konsumen dengan nilai terendah atau prioritas paling akhir adalah kaca spion

Tabel 5. Prioritas Tingkat Kepentingan Konsumen

No.	Atribut Kebutuhan Konsumen	STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)	Tingkat Kepentingan	Rang -king
1.	Pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu yang lama (3 tahun)			3	26	124	4,79	1
2.	Sistem pengereman otomatis			3	28	122	4,778	2
3.	Tersedianya bengkel resmi di berbagai tempat			3	33	117	4,745	3
4.	Dapat digunakan untuk berbagai kondisi jalan			4	39	110	4,692	4
5.	Kondisi lampu depan terang dan baik dalam kondisi apapun ( <i>volt/watt</i> )			4	39	110	4,692	4
6.	Kemudahan dalam perawatan mesin			5	46	102	4,633	5
7.	Pemakaian bahan bakar yang hemat			11	37	105	4,614	6
8.	Kemudahan dalam mengganti atau menambah fitur-fitur tambahan			2	60	91	4,581	7
9.	Kestabilan mobil dalam kecepatan tinggi			5	56	92	4,568	8
10.	Umur mesin tahan lama			8	51	94	4,562	9
11.	<i>Auto lock system</i>				69	84	4,549	10
12.	Mampu mencapai kecepatan tinggi (km/jam)			11	48	94	4,542	11
13.	Kualitas ban yang baik			11	48	94	4,542	11
14.	<i>Headlamp</i> yang tampil <i>stylish</i>			10	56	87	4,503	12
15.	Aksen <i>body kit</i> yang aerodinamis			7	62	84	4,503	12
16.	Harga terjangkau			7	62	84	4,503	12
17.	Bobot mobil yang ringan			6	65	82	4,496	13
18.	Desain <i>body</i> mobil agresif dan <i>sporty</i>			14	50	89	4,49	14
19.	Harga jual kembali yang tinggi			14	50	89	4,49	14
20.	Sistem keamanan dual SRS <i>airbags</i>			1	80	72	4,464	15
21.	Desain lampu belakang yang semakin menarik			16	53	84	4,444	16
22.	Harga suku cadang yang murah			16	53	84	4,444	16
23.	Memiliki mesin dengan tenaga yang maksimum			13	71	69	4,366	17
24.	Rangka mobil yang kuat			12	85	56	4,287	18
25.	Kemudahan memperoleh suku cadang			9	93	51	4,274	19
26.	<i>Audio steering switch</i>			6	103	44	4,248	20
27.	Variasi warna yang menarik			32	55	66	4,222	21
28.	Mesin tahan karat			9	102	42	4,215	22
29.	Kamera belakang			10	102	41	4,202	23
30.	Sistem kemudi EPS ( <i>Electric Power Steering</i> )			12	109	32	4,13	24
31.	Sensor hujan		1	22	101	29	4,032	25
32.	Velg yang semakin menarik			27	91	34	4,032	25
33.	Kaca spion elektrik		1	24	103	25	3,993	26

(Sumber: Olah Data, 2012)

## KESIMPULAN

Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian ini:

1. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel primer, sekunder, dan tersier. Sedangkan atribut yang mempengaruhi kualitas mobil etios valco terdiri atas 8 item yaitu *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *estetika*, dan *perceived*. Selanjutnya dilakukan uji kecukupan data, uji validitas, dan uji reliabilitas, untuk mengetahui kevalidan dan kelayakan data tersebut.
2. Prioritas berdasarkan hasil dari tingkat kepentingan konsumen adalah pemberian garansi terhadap kerusakan mobil dalam waktu yang lama (3 tahun), sistem pengereman otomatis dan tersedianya bengkel resmi di berbagai tempat.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian dapat terselenggara atas kerjasama dengan PT. Toyota Motor Manufacturing Indonesia – Karawang

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. P. Irawan. Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur. Jakarta: ANDI. 2017.
- [2] V. W. Sujarweni, Statistika untuk Penelitian, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012.
- [3] D. Priyatno, 2012, Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS, Jakarta: ANDI, 2012.
- [4] J. Luhulima, Sejarah Mobil & Kisah Kehadiran Mobil di Negeri ini, Jakarta: Kompas Media Nusantara, 2012.
- [5] I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4<sup>th</sup> ed.), Semarang: Badan Penerbit-Undip, 2002.
- [6] A. F. Falatehan, *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, Yogyakarta: Indomedia Pustaka, 2016.