

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan

PT X merupakan perusahaan nasional di Indonesia yang menjual berbagai jenis beton. PT X berdiri sejak tahun 1986, dengan fokus awal yaitu penjualan terhadap produk beton *readymix concrete* (beton cair) dengan pangsa pasar jabotabek. PT X merupakan lini bisnis atau unit premix dari PT Adhi Karya (Persero) Tbk. Terdapat berbagai perubahan yang terjadi di PT X ini, perubahan pertama yaitu pada tahun 1989 dimana Unit Premix diubah menjadi Divisi Non Jasa Konstruksi. Pada tahun 1994 Divisi Non Jasa Konstruksi tersebut berubah menjadi Unit X, kemudian pada tahun 1998 Unit X diubah lagi menjadi Divisi X *Precast*. Divisi X *Precast* fokus pada penjualan 2 jenis beton yaitu beton *readymix* (beton cair) dan beton *precast* (beton pracetak).

Sekitar tahun 2000 PT X mengalami kemunduran, maka dari itu pada tahun 2002, PT Adhi Karya (Persero) Tbk melakukan divestasi sehingga Divisi X *Precast* menjadi anak perusahaan. Selain dari hal tersebut proses *spin-off* yang terjadi juga bertujuan untuk memfokuskan PT X dalam bisnis industri beton. Para karyawan PT X ini diberikan saham perusahaan akibat dari proses terjadinya *spin-off* tersebut. Namun, tetap mayoritas saham dipegang oleh perusahaan inti, yaitu PT Adhi Karya. Pada tahun 2004 PT X resmi menjadi perusahaan swasta murni dengan keseluruhan sahamnya dimiliki oleh para jajaran direksi dan keseluruhan karyawannya. PT X juga melakukan restrukturisasi bisnisnya dengan mengubah logo dan nilai perusahaan. PT X berusaha tetap eksis dalam bisnisnya sebagai pemasok beton.

ICC merupakan akronim dari *Integrity, Commitment and Care* yang menjadi tiga kunci nilai perusahaan. ICC tersebut menjadi pedoman bagi para karyawan dan manajemen dalam menjalankan bisnis dan melayani para konsumen yang berharga. Kejujuran, kerja keras, disiplin, dedikasi dan integritas adalah nilai utama yang dikembangkan secara terus-menerus oleh PT X untuk meningkatkan

keterampilan dan pengetahuan sumber daya manusia dalam pencapaian produktivitas.

PT X tumbuh menjadi salah satu sumber yang paling dapat diandalkan untuk kelas nasional beton *readymix* dan *precast* di Indonesia. PT X merupakan *supplier* beton cair tanpa afiliasi dari perusahaan produsen semen ataupun perusahaan konstruksi. PT X mempersembahkan secara terus menerus kualitas produk yang tinggi dan pelayanan terbaik dengan standar internasional. Didukung oleh tim manajemen yang solid, sumber daya manusia yang berkualitas. PT X percaya diri dalam menghadapi tantangan dan dinamika bisnis di masa depan serta siap dalam persaingan komunitas ekonomi ASEAN dengan baik.

4.2 Visi dan Misi

4.2.1 Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam industri beton, konstruksi, investasi untuk memenuhi kepuasan konsumen, melalui pengembangan sumber daya manusia, orientasi terhadap teknologi, dan peningkatan proses bisnis internal untuk mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan.

4.2.2 Misi

1. Meningkatkan nilai tinggi bagi para pemegang saham.
2. Memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk dan layanan yang handal.
3. Menciptakan lingkungan kerja yang aman, meningkatkan kesejahteraan dan memberikan kesempatan berkembang bagi karyawan.
4. Mengembangkan proses bisnis yang efektif dan efisien untuk meningkatkan daya saing.
5. Meningkatkan *partnership* dengan mitra bisnis berdasarkan prinsip kesetaraan.

6. Menjaga lingkungan bisnis dengan menghindari persaingan yang tidak sehat.
7. Menjaga keseimbangan lingkungan dengan memperhatikan dampak lingkungan dan sosial.

4.3 Prestasi dan Penghargaan

PT X menciptakan solusi inovatif dan ide baru dengan peralatan teknologi untuk kepuasan konsumen. Kualitas terbaik dicapai melalui integrasi pengetahuan sumberdaya berkualitas dan teknologi terbaik. PT X melakukan pengendalian kualitas secara total mulai dari tahap awal perencanaan sampai dengan proses penyerahan produk ke tangan konsumen.

Beberapa sertifikat yang didapatkan oleh PT X diantaranya yaitu:

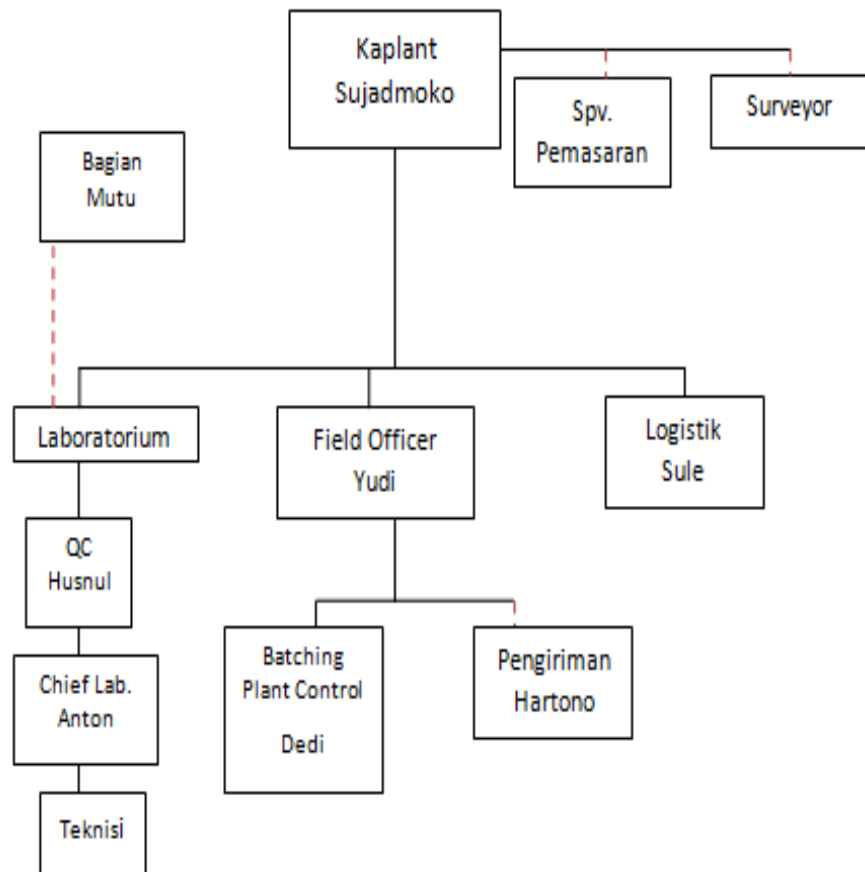
1. OHSAS 18001 : 2007
2. ISO 9001 : 2008
3. *Audit Certificate*

Sertifikat tersebut merupakan pengakuan atas komitmen dan pencapaian untuk melayani konsumen dengan lebih baik.

4.4 Struktur Organisasi

Proses operasional perusahaan tidak terlepas dari peran masing-masing karyawan di perusahaan tersebut. Sehingga, secara keseluruhan tiap lapisan karyawan saling keterkaitan satu sama lain. Masing-masing divisi dalam perusahaan memiliki fungsi dan spesifikasi pekerjaan yang berbeda dan saling berkesinambungan antar divisi. Dengan demikian dibuatlah suatu struktur dalam organisasi untuk dapat mempermudah mengetahui dan menjalankan rantai komando perusahaan tersebut.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT X - Plant Casablanca



Ket : --- = koordinasi

Sumber: Data Perusahaan

4.5 Unit Bisnis

Seiring dengan berjalannya waktu, PT X semakin berkembang, hal ini dapat dilihat dari unit bisnis yang bertambah. Unit bisnis PT X yaitu : beton *readymix*, beton *precast*, fabrikasi dan peralatan serta unit niaga.

1. *Readymix*

Beton *readymix* merupakan salah satu divisi bisnis utama. PT X menjadi *supplier* beton *readymix* untuk keperluan super blok, gedung bertingkat dan infrastruktur dari tahun 2002. Spesifikasi produk yang tinggi dan persyaratan pengiriman yang kompleks merupakan keahlian yang ditawarkan oleh PT X. Produk yang dijual disesuaikan dengan variasi persyaratan dari konstruksi mengenai ketahanan, finish dan manajemen melalui variabel rasio semen, air dan agregat dalam campuran. PT X memproduksi berbagai variasi mutu kekuatan beton mulai dari K100 – K800 (beton mutu tinggi).

Lokasi *batching plant* yang strategis, armada baru dan mesin yang dikelola oleh kru berpengalaman tinggi yang bekerja secara sinergis untuk memastikan jadwal pengiriman produk ke konsumen. Akan ada tim yang membantu konsumen untuk memilih produk, sampel, aplikasi dan pemecahan terhadap permasalahan untuk dapat memenuhi secara totalitas kepuasan konsumen.

Divisi *readymix* sendiri memiliki 21 plant, yaitu : Dawuan, Deltamas, Cibitung, Cakung, Pulogadung, Depo, Trembesi, Taman Anggrek, Tanah Abang, Casablanca, Dadap, Kebon Jeruk, Serpong, Lenteng Agung, Cikupa, Cibubur, Sentul, Palimanan, Kertajati, Bandung Timur, Bandung Barat.

2. *Precast*

Precast adalah salah satu unit bisnis yang bergerak dalam produksi beton pracetak, termasuk proses pemasangan (instalasi) pada proyek yang sedang dikerjakan.

Berikut adalah produk-produk dari beton *precast*, yaitu:

1. Girder
2. Diaphragm Wall
3. Spun Pile
4. Preslab
5. Halfslab
6. Sheet Pile

3. *Fabrication dan Equipment*

Fabrikasi dan peralatan adalah salah satu unit bisnis yang bergerak dibidang peminjaman (sewa), perbaikan dan fabrikasi. Unit peralatan menyediakan peminjaman alat-alat berupa:

1. Pompa beton

Berguna untuk memudahkan dan mempercepat kinerja beton. Kapasitas dari pompa beton stasioner ini berkisar 150 meter.

2. *Flat Bed Truck (Loss tub)*

Semua peralatan dapat diatur oleh konsumen dengan sistem jam, bulanan atau kubik. Unit Fabrikasi juga melayani peralatan terhadap perbaikan peralatan tersebut, seperti: Mesin *overhaul (truck mixer, generator, wheel loader)*, perbaikan *gear box mixer*, hidrolik. Dalam bidang manufaktur, unit peralatan melayani pembuatan alat-alat produksi komponen beton (*Readymix*), seperti: Membuat *drum mixer*, membuat aksesoris, peningkatan kabin.

4. *Trading (unit niaga)*

Saat ini bisnis utama Divisi Perdagangan adalah untuk mendukung kebutuhan internal. PT X menyediakan bahan bangunan seperti semen, kerikil dan pasir.

4.6 Produk Beton Cair (*Readymix Concrete*)

Beton cair merupakan bahan bangunan komposit yang terdiri dari campuran split (agregat kasar), pasir (agregat halus), semen, abu batu, air dll. Beton cair banyak digunakan dalam berbagai pembangunan karena dinilai memiliki banyak keunggulan yaitu memiliki daya tekan yang tinggi, mudah dibentuk, kuat dan juga pemeliharannya yang murah. Beton cair digunakan untuk melakukan kegiatan cor pada bagian dasar struktur bangunan, pengerasan jalan, fondasi dll. Istilah *readymix* ialah beton yang telah di *blend* dengan suatu formulasi khusus. Pengolahan formulasi khusus itu dilakukan di *batching plant* (alat untuk mencampur atau memproduksi beton *readymix*).

Klasifikasi Beton Berdasarkan Kegunaan

1. Beton Struktural

Adalah pekerjaan dalam pengecoran beton yang mengandung struktur unsur penulangan besi dalam pengadukan corannya.

2. Beton Non Struktural

Adalah pekerjaan dalam pengecoran beton yang tidak melibatkan penulangan besi dalam corannya.

3. Beton Prategang

Adalah perpaduan antara beton dan baja, dimana beton memiliki sifat daya tekan yang tinggi dan baja memiliki sifat daya tarik yang tinggi, sehingga perpaduan kedua bahan tersebut menghasilkan struktur yang kuat terhadap beban tekan maupun beban tarik.

Tabel 4.1
Klasifikasi Mutu Beton

Jenis Beton	Satuan Mutu Beton		Keterangan
	(kg/cm ²)	Fc (Mpa)	
Mutu Rendah	K 100	8.3	Umumnya untuk melakukan peng - cor an lantai dasar
	K 125	10.3	
	K 150	12.4	
	K175	14.5	Umumnya dipakai untuk konstruksi bangunan ringan
	K 200	16.6	
	K 225	18.6	Umunya dipakai untuk konstruksi bangunan bertingkat dua
	K 250	20.7	Umumnya digunakan untuk beton non struktural/ tanpa tulangan, contoh : trotoar
K 275	22.8		
Mutu Sedang	K 300	24.9	Umunya dipakai untuk konstruksi bangunan bertingkat 3 – 5
	K 325	26.9	
	K 350	29	Umumnya dipakai untuk lantai dasar bangunan pabrik
	K 375	31.1	
	K 400	33.2	Umumnya digunakan untuk beton strktural / bertulang, contoh: bangunan bawah jembatan, pelat lantai jembatan.
	K 425	35.2	
	K 450	37.3	Umunya dipakai untuk jalan-jalan besar (protokol), jalan tol
	Mutu Tinggi	K 500	41.5
K 800		66.4	

Sumber: Data diolah

Gambar 4.2
Beton Cair (*Readymix Concrete*)



Sumber: Data Perusahaan

4.7 Analisis Kuesioner Penelitian Citra Merek PT X – Plant Casablanca

Berikut akan dijabarkan mengenai hasil kuesioner penelitian Persepsi Konsumen Mengenai Citra Merek PT X – Plant Casablanca dengan jumlah responden sebanyak 14 perusahaan (Proyek). Penyebaran kuesioner dilakukan pada awal bulan Maret 2018 sampai dengan akhir April 2018.

1. Informasi Umum

Tabel 4.2
Daftar *List* Konsumen (Konsumen – TW 1 2018)

NO	KONTRAKTOR	PROYEK
1	Total Bangun Persada Tbk	Verde II Condominium
2	Adhi Persada Gedung	Gayanti City
3	Adhi Giwin	DDT Manggarai – Jatinegara
4	Hutama – Modern – Mitra	Pembangunan Double-Double Track

		Jatinegara – Manggarai
5	Total Bangun Persada Tbk	Graha Gatsu
6	Adhi Karya, PT	LRT
7	Acset Indonusa, PT	LRT
8	Totalindo Eka Persada, PT	South Hilss Struktur
9	Adhi Karya, PT	Underpass Mampang Kuningan
10	Pembangunan Perumahan – Divisi Operasi II	SS Tower
11	Pembangunan Perumahan – Divisi Operasi II	Menara BRI
12	Wijaya Karya – DSU I	DDT Manggarai
13	Brantas Abipraya	Pembangunan Pengendalian Banjir Fasilitas GWT
14	Indonesia Pondasi Raya	Daswin Tower

Sumber: Data Perusahaan

Tabel 4.3

Jobdesk Responden (Jabatan)

No	Jabatan	Tugas
1	<i>Project Manager</i>	Membuat rencana kerja & anggaran konstruksi, Melakukan koordinasi dengan semua pihak terkait, Membangun komunikasi internal & eksternal, Menunjuk <i>supplier</i> dan subkontraktor, Terkoordinasinya semua pihak terkait
2	<i>Manager Procurement</i>	Memilih <i>supplier</i> , Melakukan proses pembelian, mengevaluasi kinerja <i>supplier</i> , memelihara data item yang dibutuhkan dan data <i>supplier</i> , memilih dan mengimplementasikan teknologi yang cocok
3	<i>Quality Control</i>	Merancang prosedur pemeriksaan terhadap kualitas, memahami spesifikasi dan standar produksi yang diinginkan, menjamin kualitas

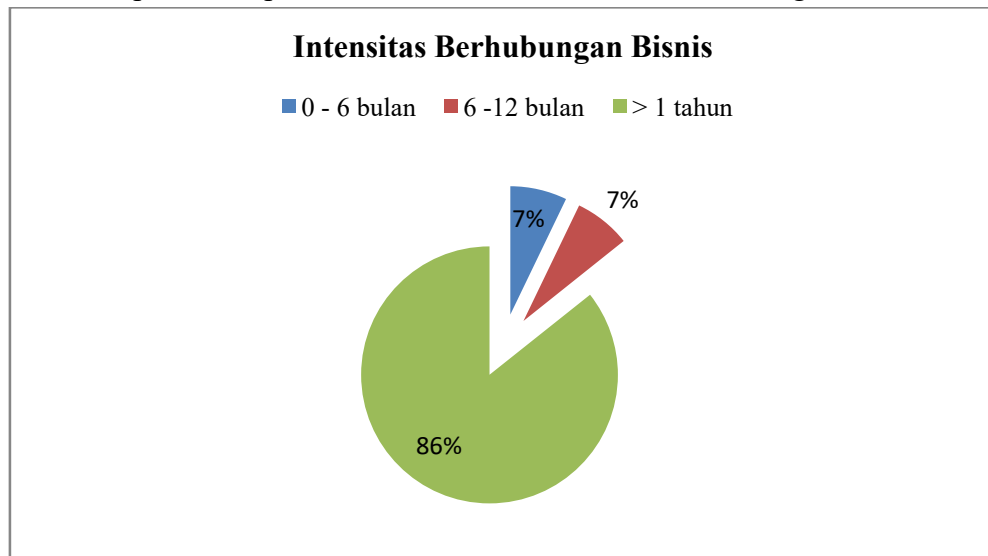
		dan konsistensi hasil produksi
--	--	--------------------------------

Sumber: Data diolah

2. Pertanyaan Umum

Diagram 4.1

Komposisi Responden Berdasarkan Intensitas Berhubungan

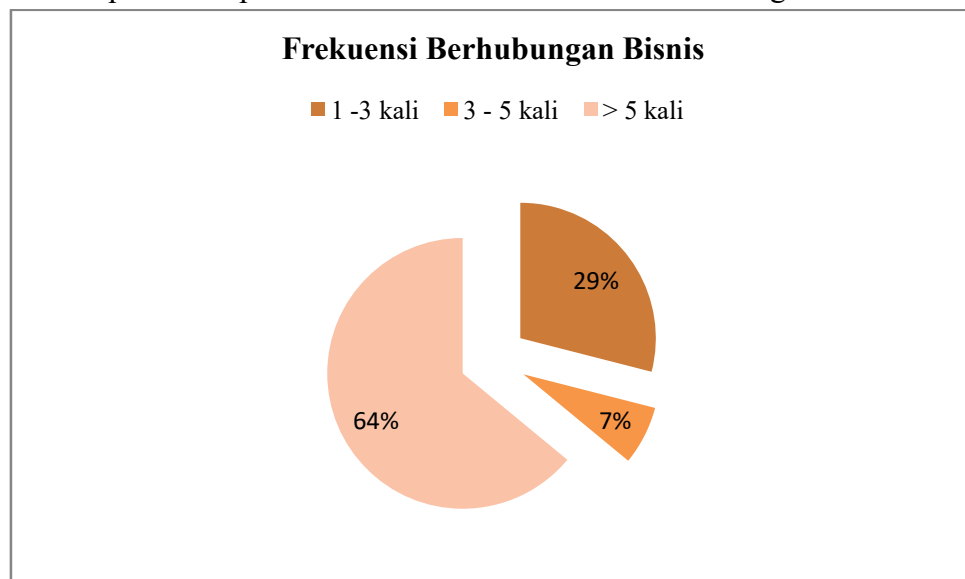


Sumber: Data diolah

Tersedia tigapilihanjawaban dalam pertanyaan ini meliputi pilihan dari 0-6 bulan, 6-12 bulan dan lebih dari 1 tahun. Berdasarkan data hasil perhitungan kuesioner mengenai intensitas hubungan bisnis tersebut, sebanyak 12 responden memilih waktu lebih dari 1 tahun dengan persentase 86 % , 1 responden memilih waktu 6-12 bulan dengan persentase 7% dan 1 responden memilih 0-6 bulan dengan persentase 7%. Dengan demikian dinyatakan para responden yang merupakan perwakilan dari perusahaan konsumen telah berhubungan bisnis lebih dari 6 bulan dengan jumlah

responden yang memilih sebanyak 13 responden (93%). Jumlah responden tersebut mendominasi dari keseluruhan total responden yang dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini. Dengan demikian, hasil data intensitas hubungan bisnis ini bisa dianggap merupakan representasi dari sikap konsumen terhadap citra merek PT X – Plant Casablanca.

Diagram 4.2
Komposisi Responden Berdasarkan Frekuensi Berhubungan

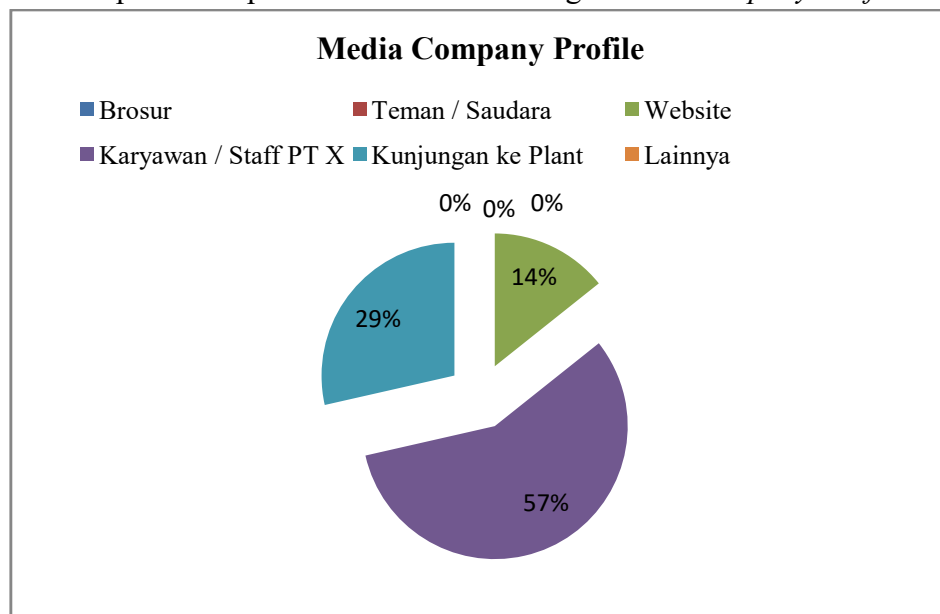


Sumber: Data diolah

Tersedia tiga pilihan jawaban dalam pertanyaan ini meliputi pilihan dari 1-3 kali, 3-5 kali dan lebih dari 5 kali. Berdasarkan hasil perhitungan kuesioner mengenai frekuensi hubungan bisnis tersebut, sebanyak 9 responden memilih telah melakukan frekuensi hubungan bisnis lebih dari 5 kali dengan persentase 64%, 4 responden memilih 1-3 kali dengan persentase 29%, dan 1 responden memilih 3-5 kali dengan persentase 7%. Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 10 responden atau 71% telah melakukan frekuensi hubungan bisnis lebih dari 3 kali. Dilihat dari data tersebut seharusnya para konsumen sudah mengetahui serta memahami

Citra Merek (*Brand Image*) PT X – Plant Casablanca yang mencakup citra perusahaan, citra pengguna dan citra produk.

Diagram 4.3
Komposisi Responden Berdasarkan Pengetahuan *Company Profile*



Sumber: Data diolah

Tersedia beberapa pilihan jawaban dalam pertanyaan mengenai pengetahuan responden terhadap *company profile* PT X melalui berbagai media, diantaranya melalui karyawan atau staff PT X – Plant Casablanca, kunjungan ke plant, website, brosur, teman atau saudara. Diketahui dari tabel tersebut bahwa pada umumnya para responden telah mengetahui *company profile* PT X. Responden mengetahui *company profile* PT X melalui karyawan atau staff PT X sebanyak 8 orang (57%), kunjungan ke plant sebanyak 4 orang (29%) dan melalui web sebanyak 2 orang (14%). Dapat disimpulkan bahwa para responden sudah mengetahui *company profile* PT X dengan baik.

4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.8.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner tersebut, yang berarti bahwa kuesioner tersebut dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *product momen*. Hasil uji validitas menggunakan rumus *Product Moment* dengan tingkat signifikansi 5% yang diolah melalui perangkat software statistika diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.4
Uji Validitas dengan *Correlate Bivariate*

Pernyataan	Korelasi		
	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0.802	0.5324	Valid
Pernyataan 2	0.227	0.5324	Tidak Valid
Pernyataan 3	0.737	0.5324	Valid
Pernyataan 4	0.921	0.5324	Valid
Pernyataan 5	0.921	0.5324	Valid
Pernyataan 6	0.828	0.5324	Valid
Pernyataan 7	0.868	0.5324	Valid
Pernyataan 8	0.921	0.5324	Valid
Pernyataan 9	0.921	0.5324	Valid
Pernyataan 10	0.881	0.5324	Valid

Sumber: Data diolah

Diketahui bahwa umumnya r hitung yang didapat dari pengolahan data tersebut jumlahnya lebih besar ($>$) dari pada nilai dari r tabel (0.5324), maka dari itu dapat dikatakan item pernyataan dari kuesioner tersebut bernilai Valid.

4.8.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keandalan, hal tersebut dimaksud untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan mempunyai kestabilan atau konsistensi dalam mengukur secara berulang. Hasil uji reliabilitas yang diolah melalui perangkat *software* statistika diketahui sebagai berikut:

Tabel 4.5
Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Taraf Signifikasi	Keterangan
Citra Merek	0.947	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah

Diketahui bahwa angka *Cronbach Alpha* yang didapat dari perhitungan tersebut sebesar 0.947, nilai tersebut lebih besar ($>$) dari taraf signifikasi sebesar 0.60, maka dari itu dapat dikatakan item pernyataan dari kuesioner tersebut Reliabel.

4.9 Hasil Analisis Uji Tabulasi Sederhana

Berikut merupakan hasil dari data kuesioner mengenai Citra Merek PT X-Plant Casablanca, yang mencakup didalamnya berupa citra perusahaan (*corporate image*), citra pengguna (*corporate user*) dan citra produk (*corporate*

product) dengan jumlah responden sebanyak 14 orang. Analisis uji tabulasi sederhana yang dilakukan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{fi}{\Sigma fi} \times 100\%$$

Keterangan:

P : Persentase responden yang memiliki kategori tertentu

fi : Jumlah responden yang memiliki kategori tertentu

Σfi : Banyaknya jumlah responden

Bobot nilai yang diberikan dalam penilaian kuesioner ini menggunakan Skala *Likert* dengan rentang nilai sebagai berikut:

- A. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1
- B. Tidak Setuju (TS) : 2
- C. Kurang Setuju (KS) : 3
- D. Setuju (S) : 4
- E. Sangat Setuju (SS) : 5

4.9.1 Analisis Jawaban Per Variabel

Tabel 4.6
Variabel Citra Perusahaan

Citra Perusahaan	Jawaban					Kategori
	STS	TS	KS	S	SS	
1. Merek PT X mudah diucapkan				8	6	S = 57 %
3. Merek PT X melekat kuat pada benak kami				11	3	S = 78 %

4. Merek PT X merupakan perusahaan yang terpercaya (<i>credible</i>)				11	3	S = 78 %
--	--	--	--	----	---	----------

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.6 variabel citra perusahaan diatas, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menjawab mengenai pernyataan “Merek PT X mudah diucapkan” sebanyak 8 responden menyatakan setuju (57%), pernyataan “Merek PT X melekat kuat pada benak kami” sebanyak 11 responden menyatakan setuju (78%) dan pernyataan “Merek PT X merupakan perusahaan yang terpercaya (*credible*)” sebanyak 11 responden menyatakan setuju (78%).

Tabel 4.7
Variabel Citra Pengguna

Citra Pengguna	Jawaban					Kategori
	STS	TS	KS	S	SS	
5. Spesifikasi Beton yang dijual PT X sesuai dengan apa yang kami butuhkan				11	3	S = 78 %
6. Merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa		1	2	8	3	S = 57 %

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.7 variabel citra pengguna diatas, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menjawab mengenai pernyataan “Spesifikasi beton yang dijual PT X sesuai dengan apa yang kami

butuhkan” sebanyak 11 responden menyatakan setuju (78%), dan pernyataan “Merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa” sebanyak 8 responden menyatakan setuju (57%).

Tabel 4.8
Variabel Citra Produk

Citra Produk	Jawaban					Kategori
	STS	TS	KS	S	SS	
7. PT X menjual berbagai variasi mutu beton sesuai dengan kebutuhan proyek				9	5	S = 64 %
8. Kualitas mutu beton PT X sesuai dengan spesifikasi standar proyek				11	3	S = 78 %
9. Harga beton yang ditawarkan sesuai dengan kualitas				11	3	S = 78 %
10. Jaminan produk beton yang dihasilkan oleh PT X memenuhi harapan konsumen			1	9	4	S = 64 %

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.8 variabel citra produk diatas, menunjukkan bahwa responden yang paling banyak menjawab mengenai pernyataan “PT X menjual berbagai variasi mutu beton sesuai dengan kebutuhan proyek” sebanyak 9 responden menyatakan setuju (64%), pernyataan “Kualitas mutu beton PT X sesuai dengan spesifikasi standar proyek” sebanyak 11 responden menyatakan setuju (78%), pernyataan “Harga beton yang

ditawarkan sesuai dengan kualitas” sebanyak 11 responden menyatakan setuju (78%), dan “ Jaminan produk beton yang dihasilkan oleh PT X memenuhi harapan konsumen” sebanyak 9 responden menyatakan setuju (64%).

4.10 Analisis jawaban responden secara keseluruhan

Setelah dilakukan analisis pada tiap-tiap variabel, maka dilakukan analisis secara keseluruhan (semua variabel). Selanjutnya ialah dicari rata-rata dari setiap jawaban, maka digunakan rumus skala interval yang dapat dilihat sebagai berikut :

$$\frac{(\text{Nilai tertinggi} - \text{nilai terendah})}{\text{banyaknyakelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Setelah didapatkan interval tersebut, maka dapat ditentukan ke dalam kriteria kategori sebagai berikut:

Tabel 4.9
Pembagian Kelas

Kategori Batasan	Kategori
Sangat Tidak Baik	1,00 - 1,80
Tidak Baik	1,81 - 2,60
Cukup Baik	2,61 - 3,40
Baik	3,41 - 4,20
Sangat Baik	4,21 - 5,00

Analisis secara keseluruhan (semua variabel) ini diperoleh untuk mendapatkan jawaban penilaian atas Persepsi Konsumen Mengenai Citra Merek PT X – Plant Casablanca Jakarta.

Tabel 4.10
Analisis Persepsi Konsumen Mengenai Citra Merek
PT X – Plant Casablanca Jakarta

Variabel	Jawaban					Total Skor	Rata-Rata	Kategori
	STS	TS	KS	S	SS			
Citra Perusahaan								
1. Merek PT X mudah diucapkan				8	6	62	4.42	Sangat Baik
3. Merek PT X melekat kuat pada benak kami				11	3	59	4.21	Sangat Baik
4. Merek PT X merupakan perusahaan yang terpercaya (<i>credible</i>)				11	3	59	4.21	Sangat Baik
Citra Pengguna								
5. Spesifikasi Beton yang dijual PT X sesuai dengan apa yang kami butuhkan				11	3	59	4.21	Sangat Baik
6. Merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa		1	2	8	3	55	3.92	Baik

Citra Produk								
7. PT X menjual berbagai variasi mutu beton sesuai dengan kebutuhan proyek				9	5	61	4.35	Sangat Baik
8. Kualitas mutu beton PT X sesuai dengan spesifikasi standar proyek				11	3	59	4.21	Sangat Baik
9. Harga beton yang ditawarkan sesuai dengan kualitas				11	3	59	4.21	Sangat Baik
10. Jaminan produk beton yang dihasilkan oleh PT X memenuhi harapan konsumen			1	9	4	59	4.21	Sangat Baik
Total							37.95	
Total Nilai Rata-Rata							4.21	
Kategori							Sangat Baik	

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.10 Analisis Persepsi Konsumen Mengenai Citra Merek PT X – Plant Casablanca Jakarta di atas, berdasarkan data tersebut hampir keseluruhan pernyataan kuesioner mendapatkan kategori “Sangat Baik”, dan pernyataan dengan kategori tersebut merata diseluruh dimensi , yaitu dimensi citra perusahaan, citra pengguna dan juga citra produk.

Dari seluruh pernyataan kuesioner yang berjumlah 9 pernyataan, terdapat 1 (pernyataan nomor enam) pernyataan yang kategorinya bernilai “Baik”,

pernyataan tersebut yaitu “Merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa. Pernyataan tersebut terletak pada dimensi citra pengguna.

Pernyataan nomor 1,3,4,5,7,8,9 dan 10 mendapatkan kategori nilai “Sangat Baik”, dimana pernyataan-pernyataan kuesioner tersebut tersebar keseluruhan dimensi, yaitu dimensi perusahaan, dimensi pengguna dan juga dimensi produk. Berdasarkan analisis secara keseluruhan total skor dari 9 pernyataan ini mendapatkan jumlah total sebesar 37.95 , dengan total nilai rata-rata yaitu 4.21 berdasarkan penilaian dari rumus rentang skala atau interval nilai tersebut masuk kedalam kategori “Sangat Baik” (4,21 – 5,00).

4.11 Pembahasan Mengenai Tanggapan Responden

Berdasarkan dimensi citra perusahaan (*corporate image*) dengan pernyataan kuesioner yaitu merek PT X mudah diucapkan, merek PT X melekat kuat pada benak kami dan merek PT X merupakan perusahaan yang terpercaya (*credible*) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,28 dengan kategori “Sangat Baik”, dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap PT X – Plant Casablanca yaitu memiliki merek yang mudah diucapkan, merek yang sudah diingat dalam benak para konsumen dan juga diakui sebagai perusahaan yang terpercaya (*credible*).

Berdasarkan dimensi citra pengguna (*user image*) dengan pernyataan kuesioner yaitu spesifikasi beton yang dijual PT X sesuai dengan apa yang kami butuhkan, merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,06 dengan kategori “Baik”, dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kesan yang dirasakan oleh para responden mengenai PT X – Plant Casablanca yaitu produk-produk beton PT X yang dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen dan juga secara umum merek PT X lebih unggul dibandingkan dengan perusahaan yang menjual produk serupa, hal ini terjadi karena persaingan semakin ketat antar perusahaan yang menjual produk beton cair (*readymix concrete*) dan juga PT X sendiri juga telah masuk kedalam peringkat top brand supplier beton cair secara lima tahun berturut-turut mulai dari tahun 2012-2017 (peringkat kedua).

Berdasarkan dimensi citra produk (*product image*) dengan pernyataan kuesioner yaitu PT X menjual berbagai variasi mutu beton sesuai dengan kebutuhan proyek, kualitas mutu beton PT X sesuai dengan spesifikasi standar proyek, harga beton yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan jaminan produk beton yang dihasilkan oleh PT X memenuhi harapan konsumen mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4.24 dengan kategori “Sangat Baik”, dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa kesan yang dirasakan oleh para responden mengenai PT X – Plant Casablanca yaitu perusahaan menjual variasi mutu beton , beton yang berkualitas, harga yang sesuai dan jaminan produk beton yang dihasilkan PT X memenuhi harapan konsumen yang keseluruhannya produk tersebut sesuai dengan standar kebutuhan proyek.