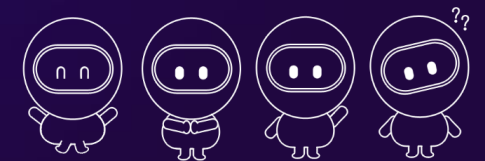




Brand & Market Research
Marketing Department
PT Chitose Internasional Tbk



Karakteristik Survey

Kuesioner disebarikan dengan target seluruh pengunjung booth Chitose pada acara Customer Gathering Sumatera Barat, Harja IFPI Kota Batam, APEKSI Surabaya dan GPFE Yogyakarta 2025.

Target dan Karakteristik Responden merupakan konsumen Chitose, pengguna produk Chitose dan yang mengetahui tentang Chitose.



Bukittinggi



Batam

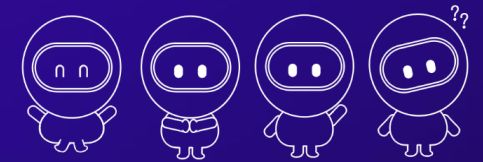


Surabaya



Yogyakarta

Skala yang digunakan dalam survey kepuasan pelanggan



4	•	_____	Sangat Setuju
3	•	_____	Setuju
2	•	_____	Tidak Setuju
1	•	_____	Sangat Tidak Setuju

*Pernyataan yang diberikan berdasarkan pengalaman yang dirasakan oleh responden.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan pada survey ini mengacu kepada, Indonesia memiliki 38 Provinsi, 98 Kota dan 416 Kabupaten, yang artinya terdapat 1 pemerintahan sentral di masing-masing daerah dengan jumlah 552 instansi pemerintahan.

Sampel mengacu pada rumus $n = N / (1 + Ne^2)$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi – 552 (jumlah pemerintah provinsi + kota + kabupaten)

e = Margin of error (tingkat kesalahan yang ditoleransi) – 5%

$$n = 552 / (1 + 552 \times 0.005^2)$$

$$n = 552 / 2.38$$

$$n = 231,9 = 232$$

Sehingga sampel yang digunakan adalah 232

Responden

Ukuran sampel yang tepat untuk kebanyakan penelitian adalah lebih dari 30 dan kurang dari 500. Bergantung pada jumlah populasi yang ada.

Jumlah minimal 150 responden dalam sebuah penelitian, khususnya survei, seringkali menjadi titik acuan karena beberapa alasan. Secara statistik, ukuran sampel ini dianggap cukup untuk memberikan hasil yang representatif dari populasi yang lebih besar, serta memiliki daya statistik yang memadai untuk analisis data.

Meskipun ukuran sampel ideal bisa berbeda-beda, 150 responden seringkali dianggap sebagai titik kompromi yang baik antara kebutuhan untuk representasi statistik dan keterbatasan sumber daya (waktu, biaya, dll.) dalam penelitian.

Realisasi Responden

232

Target Respondent

166

Total Respondent

66

Missing Respondent

86

Male

80

Female

HAMBATAN

Dalam pelaksanaan survei kepuasan pelanggan ini ditemukan beberapa hambatan seperti adanya responden yang **enggan mengisi survei** karena merasa sudah cukup dengan mengisi barcode kehadiran, **souvenir yang ditawarkan telah habis** sehingga mengurangi minat responden, serta sebagian responden **tidak bersedia mengisi survei** secara tertulis.

Survey Section

Survey menggunakan 4 variabel, 8 dimensi dan 10 indikator. 4 Variabel yang digunakan berdasarkan dengan Marketing Mix 4-P.

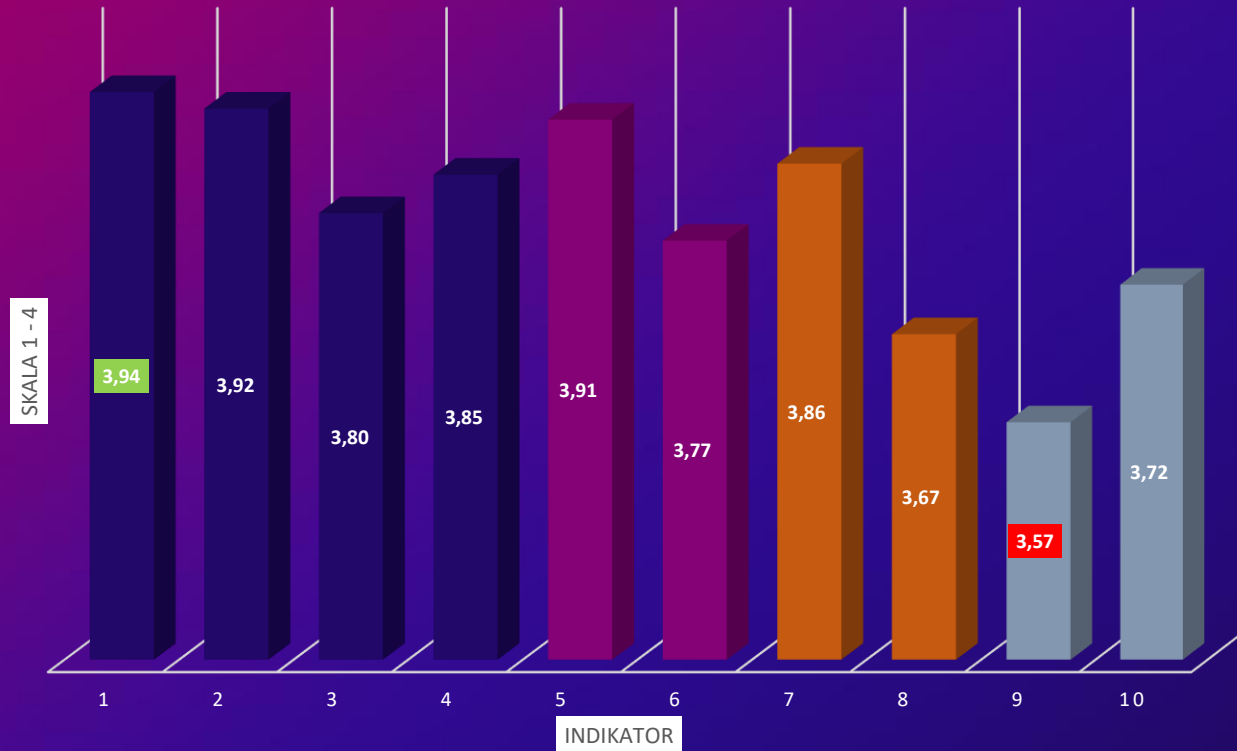
Product

Price

Promotion

Place

Hasil Survey Kepuasan Pelanggan



1. Kualitas Produk
2. Kenyamanan & Ketahanan
3. Varian Produk
4. Desain & Ergonomi
5. Kesesuaian Harga
6. Kemudahan dalam Membeli
7. Pelayanan
8. Media Promosi
9. Lokasi Kantor/ Showroom/ Distributor
10. Pengiriman Produk

Hasil Nilai Indikator Survey

Tertinggi dan Terendah Secara Keseluruhan

3,94

Kualitas produk-produk Chitose



3,57

Lokasi kantor/ showroom/ distributor Chitose



Hasil Survey 4 Variabel

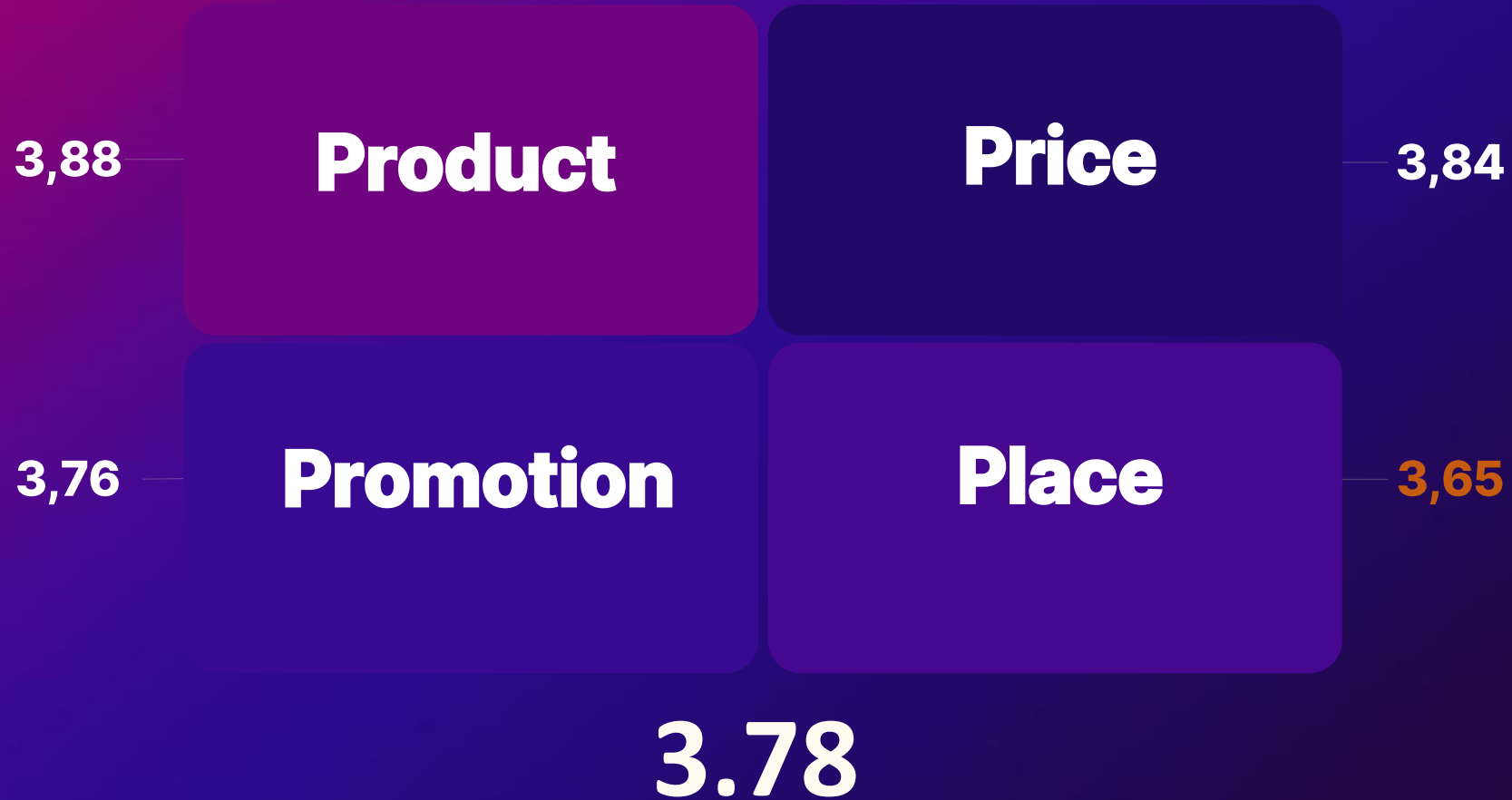
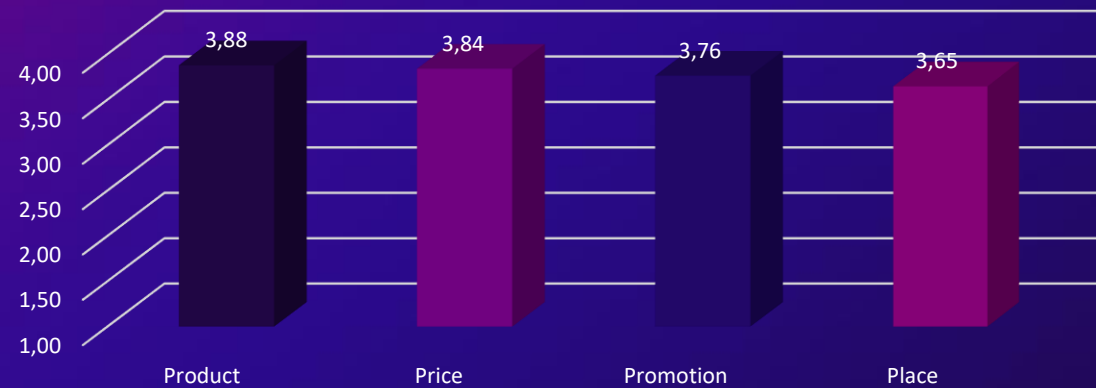


Diagram Hasil Survey 4 Variabel

Survey Kepuasan Pelanggan



Nilai Variabel Tertinggi

3,88 **Product**



Hasil survey menunjukkan jika variable product memiliki nilai tertinggi dengan indikator

1. Kualitas Produk
2. Kenyamanan & Ketahanan Produk
3. Varian Produk
4. Desain & Ergonomi Produk

Nilai Variabel Terendah

3,65

Place



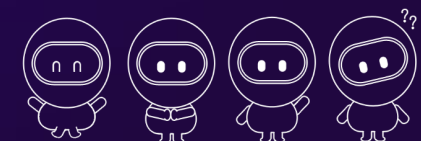
Hasil survey menunjukkan jika variable place memiliki nilai terendah dengan indikator

1. Lokasi Kantor/ Showroom/ Distributor
2. Pengiriman Produk

Kesimpulan

Responden sangat puas dengan kualitas produk-produk Chitose, ketahanan produk yang kuat serta hadirnya produk Chitose sejak puluhan tahun yang lalu membuat banyak responden memberikan nilai tertinggi (4) pada survei ini. Nilai tertinggi secara variabel yaitu variable product dengan skor **3.77** dari 4. Selain itu nilai secara keseluruhan, responden sangat puas dengan kualitas produk Chitose yang memiliki skor **3.83** (skala 1-4) dari keseluruhan indikator yang diberikan saat survei kepuasan pelanggan.

Responden merasa kurang puas dengan ketersediaan kantor/showroom/distributor Chitose, karena memiliki nilai terendah baik secara variabel (place) dengan skor 3,53 dari 4 dan nilai terendah secara keseluruhan indikator pertanyaan pengiriman produk Chitose dengan skor 3.46 (skala 1-4). Hal ini disebabkan mayoritas responden jarang sekali melihat bahkan tidak pernah melihat kantor/ showroom/ distributor Chitose di kota responden berasal.



TERIMA KASIH

