

**TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN  
PENGRAJIN GITAR DAN BASS LOKAL K2 DI YOGYAKARTA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh:**

**Ignatius Yanniar Afriandari**

**NPM: 06 03 16545**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
JANUARI 2016**

**Skripsi**

**TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN  
PENGRAJIN GITAR DAN BASS LOKAL K2 DI YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**IGNATIUS YANNIAR AFRIENDARI**

**NPM: 06 03 16545**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**



**J. Sudarsono, Drs., MS.**

**15 November 2015**

**Skripsi**

**TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN  
PENGRAJIN GITAR DAN BASS LOKAL K2 DI YOGYAKARTA**

**Yang dipersiapkan dan disusun oleh**

**Ignatius Yanniar Afriandari**

**NPM: 06 03 16545**

**Telah dipertahankan di diepan Panitia Penguji pada tanggal 15 Januari 2016  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu  
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) Program Studi  
Manajemen**

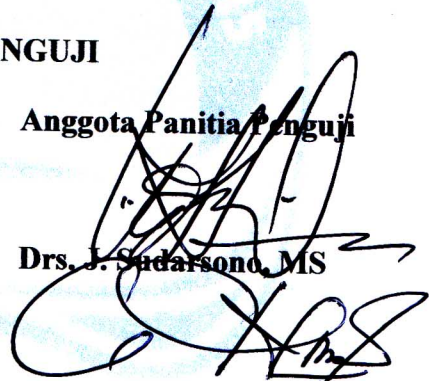
**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

**Ketua Panitia Penguji**



**Dr. C. Handoyo W., MM**

**Anggota Panitia Penguji**



**Drs. J. Sudarsono, MS**

**Drs. D. Koeshartono, MM**

**Yogyakarta, 15 Januari 2016**

**Dekan Fakultas Ekonomi**

**Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph.D.**

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### **TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN PENGRAJIN GITAR DAN BASS LOKAL K2 DI YOGYAKARTA**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 15 November 2015

Yang menyatakan



Ignatius Yanniar Afriandari

## **KATA PENGANTAR**

Skripsi ini adalah bentuk penutupan yang indah dari Tuhan yang Maha Esa sebagai bagian akhir dari kegiatan perkuliahan penulis dalam meraih jenjang strata satu. Terima kasih Tuhan, penulis bisa menemukan topik yang penulis minati. Tentu saja dalam pengerjaan skripsi ini, penulis kerap menemukan hambatan seperti peneliti–peneliti lainnya, namun semesta selalu saja membantu dengan cara–cara yang indah dan kadang–kadang mengejutkan.

Penulis sangat berterima kasih kepada Bapak J. Sudarsono, Drs., MS., yang bersedia membimbing penulis, berdiskusi, dan mengarahkan dengan cara yang menarik dan menyenangkan sehingga tidak hanya skripsi ini bisa selesai namun juga menambah pemahaman, pengetahuan dan memperluas wawasan penulis.

Terima kasih kepada keluarga penulis. Kedua orang tua penulis A. Wardana Hadi dan H.V. Astuti, orang tua yang selalu berdoa untuk kesuksesan penulis, mendukung baik dengan ketegasan dan kelemah lembutan serta mempunyai kebesaran hati yang luar biasa menghadapi sifat penulis. Kakakku Merry Via Arikarini yang selalu bijak dan menenangkan dengan cara tersendiri. Adiku Benedikta Thia yang lucu namun mempunyai sifat bijak yang kadang melampaui usianya. Kalian luar biasa.

Terimakasih kepada Bang Keke yang dengan terbuka telah memperbolehkan menjadikan K2 Guitar/Bass Custom sebagai objek penelitian

yang asik bagi penulis dan bersedia membantu memberikan informasi–informasi berharga.

Kepada kepada teman–teman narasumber yang bersedia berbagi pengalaman, bercerita dan menjadi teman yang seru untuk diajak ngobrol. Terima kasih.

Kepada teman-teman Manajemen angkatan 2006 Kere Hore, juga kepada teman-teman Manajemen baik angkatan senior maupun junior. Beruntung bisa bertemu kalian.

Teman-teman Ketapang yang sama-sama merantau di Yogyakarta (Bedayong & IKPMKK), banyak cerita bersama kalian.

Kepada Fiorentina yang selalu bisa menjadi pengalih rasa penat saat kejenuhan datang dalam proses mengerjakan skripsi ini.

Akhir kata, skripsi ini masih jauh dari sempurna, penulis selalu terbuka untuk mendiskusikan skripsi ini lebih lanjut. Namun dengan segala kekurangan yang ada semoga skripsi bisa berguna bagi pihak manapun yang membaca ataupun menggunakan skripsi ini untuk penelitian lebih mendalam.

Yogyakarta, 14 Desember 2015

Penulis

**Ignatius Yanniar Afriandari**

**HALAMAN MOTO**



*This Will All Make*

*Perfect Sense Someday*



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN MOTO .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR.....	xi
INTISARI.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Introduksi .....	1
1.2. Latar Belakang Masalah.....	1
1.3. Rumusan Masalah .....	5
1.4. Batasan Masalah.....	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.7. Sistematika Penulisan.....	7



BAB II.....	9
LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Pelanggan .....	9
2.2. Tanggapan Pelanggan.....	9
2.3. Bauran Pemasaran .....	9
2.3.1. Produk ( <i>product</i> ) .....	10
2.3.2. Harga ( <i>Price</i> ).....	15
2.3.3. Distribusi ( <i>place</i> ).....	18
2.3.4. Promosi ( <i>Promotion</i> ).....	19
2.4. <i>The Strategic Triangle</i> (Segitiga Strategi).....	20
2.5. Pasar Oligopoli .....	21
2.6. <i>Red Ocean Strategy</i> dan <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	24
BAB III .....	29
GAMBARAN UMUM DAN STRATEGI PEMASARAN K2.....	29
3.1. Produk Gitar dan Bass Lokal K2.....	29
3.1.1. Biodata Pemilik K2 .....	30
3.1.2. Latar Belakang K2 .....	30

3.1.3. Produk K2 .....	33
3.1.4. Harga K2 .....	38
3.1.5. Lokasi K2 .....	39
3.1.6. Promosi K2.....	41
3.1.7. Rencana K2 ke Depan .....	43
BAB IV .....	50
PEMBAHASAN DAN PENELITIAN .....	50
4.1. Sintesis Data .....	50
4.1.1. Tujuan Membeli Gitar/Bass .....	50
4.1.2. Pembelian Gitar/Bass .....	54
4.1.3. Produk K2 .....	62
4.1.4. Harga Produk K2.....	71
4.1.5. Lokasi K2 .....	78
4.1.6. Promosi K2.....	80
4.1.7. Pasca Pembelian K2 .....	89
4.1.8. Ikatan Emosional.....	93
4.1.9. Kekurangan K2 .....	98

4.2. Hasil Temuan dan Pengerucutan .....	99
4.2.1. Pasar yang disasar .....	99
4.2.2. Bauran Pemasaran/ <i>Marketing Mix</i> .....	102
4.2.3. Keluhan Pelanggan.....	106
4.2.4. <i>Blue Ocean Strategy</i> K2 Guitar Custom .....	108
4.3. Tanggapan Pelanggan Terhadap K2.....	112
BAB V.....	118
PENUTUP.....	118
5.1. Kesimpulan.....	118
5.2. Saran .....	121
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	123
LAMPIRAN.....	125
Lampiran 1. Transkrip wawancara pengrajin K2.....	125
Lampiran 2. Transkrip wawancara pelanggan K2 .....	135

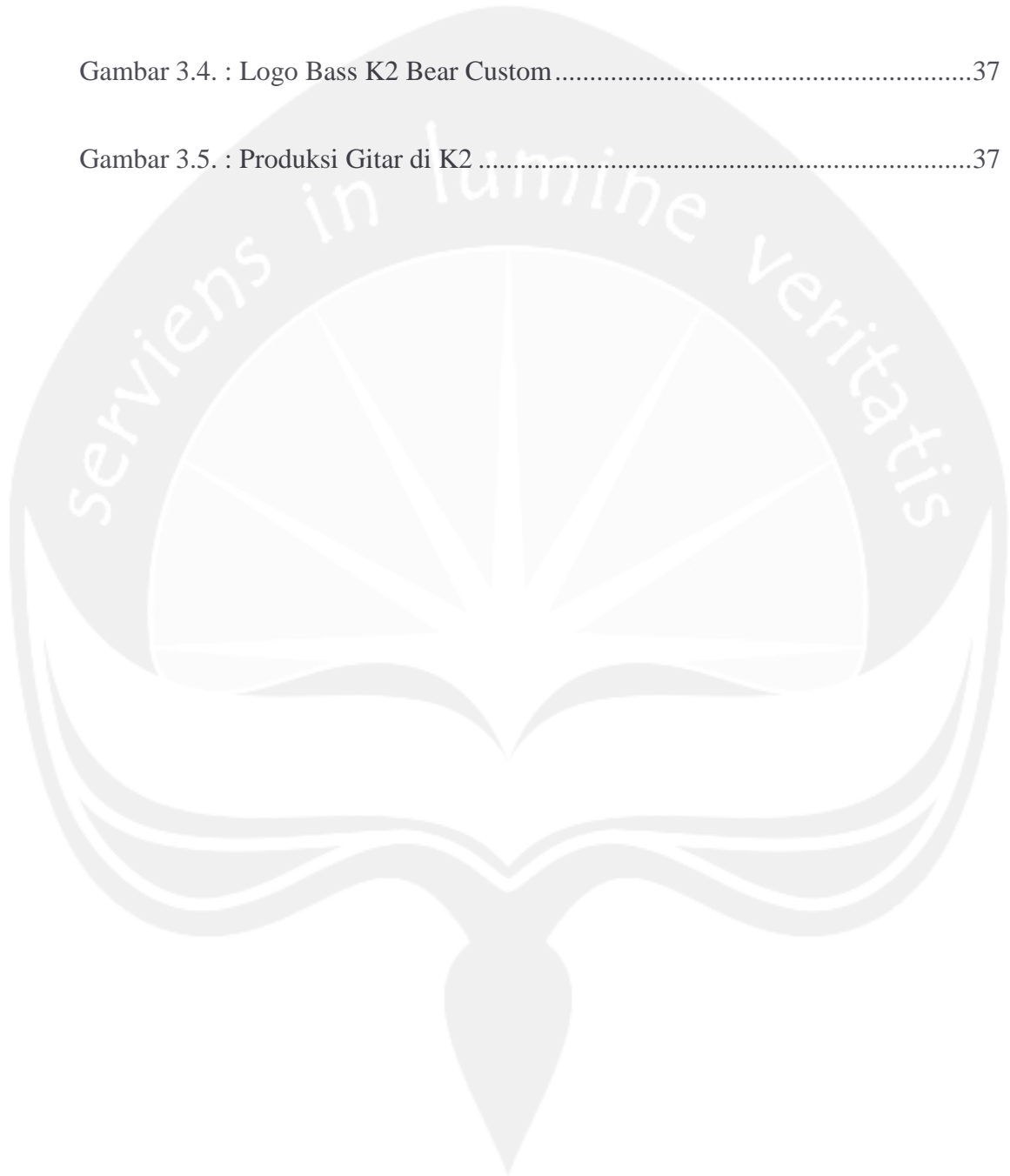
## TABEL DAN GAMBAR

Tabel 2.1. : Perbandingan <i>Red Ocean Strategy</i> dan <i>Blue Ocean Strategy</i> .....	25
Tabel 3.1. : Latar Belakang K2 .....	30
Tabel 3.2. : Faktor Produk K2.....	33
Tabel 3.3. : Faktor Harga K2 .....	38
Tabel 3.4. : Faktor Lokasi K2 .....	39
Tabel 3.5. : Faktor Promosi K2.....	41
Tabel 3.7. : Rencana ke Depan.....	43
Tabel 3.8. : Bauran Pemasaran K2.....	48
Tabel 4.1. : Ketertarikan Pelanggan Terhadap Bass/Gitar.....	50
Tabel 4.2. : Alat Musik yang Bisa dimainkan Pelanggan .....	52
Tabel 4.3. : Tujuan Penggunaan Bass/Gitar.....	53
Tabel 4.4. : Frekuensi Pembelian Bass/Gitar .....	55
Tabel 4.5. : Pencarian Informasi .....	56
Tabel 4.6. : Informasi yang Pertama dicari .....	57
Tabel 4.7. : Faktor Merk .....	59



Tabel 4.24. : Pandangan Terhadap Produk Lokal Sebelumnya .....	82
Tabel 4.25. : Merk Lokal yang diketahui Selain K2 .....	83
Tabel 4.26. : Mengetahui Produk K2 .....	84
Tabel 4.27. : Teman yang menggunakan K2 .....	85
Tabel 4.28. : Membuat Pertama Kali Tertarik .....	86
Tabel 4.29. : Langsung Membeli Saat Pertama Kali .....	88
Tabel 4.30. : Masalah dengan produk K2 .....	89
Tabel 4.31. : Mengatasi Masalah produk K2 .....	91
Tabel 4.32. : Masalah Tersebut Membuat Ingin Berhenti Menjadi Konsumen K2 .....	92
Tabel 4.33. : Hubungan produsen dan konsumen di K2 .....	94
Tabel 4.34. : Menyarankan Kepada Teman Produk K2 .....	95
Tabel 4.35. : Kepuasan Teman yang disarankan .....	96
Tabel 4.36. : Kekurangan K2 .....	98
Tabel 4.37. : Perbandingan Bauran Pemasaran Produk K2 dan Tanggapan Pelanggan Pengguna Produk K2 .....	113
Gambar 2.1. : <i>The Triangle Strategy</i> .....	20
Gambar 3.1. : Artikel Tentang K2 di Koran Merapi .....	32

Gambar 3.2. : Logo K2 .....	32
Gambar 3.3. : Produk Bass K2 Bear Custom.....	37
Gambar 3.4. : Logo Bass K2 Bear Custom.....	37
Gambar 3.5. : Produksi Gitar di K2 .....	37





**TANGGAPAN PELANGGAN TERHADAP STRATEGI PEMASARAN  
PENGRAJIN GITAR DAN BASS LOKAL K2 DI YOGYAKARTA**

**Disusun oleh:**

**Ignatius Yanniar Afriandari**

**NPM: 060316545**

**Dosen Pembimbing:**

**J. Sudarsono, Drs., MS.**

**Intisari**

Pasar produk alat musik adalah pasar yang besar dan penuh persaingan, tidak terkecuali alat musik gitar dan bass. Hal lumrah yang terjadi dalam persaingan bisnis yang sengit adalah adanya produk yang bisa berhasil bertahan dan sukses, ada produk yang tidak. Perlu strategi khusus untuk bisa bertahan dan sukses dalam industri ini. K2 adalah produk gitar dan bass lokal yang berdiri dari tahun 1998 dan bertahan sampai sekarang. Di dalam penelitian ini akan dibahas mengenai tanggapan pelanggan terhadap strategi pemasaran pengrajin gitar dan bass lokal K2 di Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan metode observasi dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada pengrajin K2 maupun pelanggan K2. Penelitian dilakukan mulai dari bulan Oktober 2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa faktor – faktor keunggulan bersaing yang lumrah ditonjolkan dalam pasar yang memiliki persaingan ketat tidak berlaku di dalam strategi produk K2, namun pelanggan tetap memberikan tanggapan yang positif terhadap produk K2. Pelanggan gitar/bass K2 menginginkan produk dan pelayanan yang eksklusif dan K2 hadir menyediakan layanan tersebut.

**Kata Kunci : Tanggapan Pelanggan, Produk Gitar dan Bass K2, Strategi Pemasaran**