

ABSTRAK

Pada saat ini persaingan antar dealer mobil semakin meningkat, PT. Bumen Redja Abadi sebagai salah satu dealer mobil Mitsubishi Kuda sedang menghadapi permasalahan yaitu penurunan jumlah penjualan mobil Mitsubishi Kuda. Oleh sebab itu PT. Bumen Redja Abadi meminta kepada penulis untuk meneliti penyebab terjadinya penurunan penjualan Mobil Mitsubishi Kuda. PT. Bumen Redja Abadi ingin mengetahui penyebab terjadinya penurunan penjualan mobil Mitsubishi Kuda dengan melakukan pengukuran terhadap kinerja dealernya. Untuk itu PT. Bumen Redja Abadi pertama-tama perlu mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih dealer mobil.

Pada penelitian ini data diambil dengan menggunakan wawancara dan kuesioner. Kuesioner diberikan kepada konsumen yang datang ke PT. Bumen Redja Abadi untuk membeli mobil Mitsubishi Kuda. Model penelitian yang digunakan adalah *marketing mix* (7P : *Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process*). Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Kuesioner yang telah dibuat kemudian diuji validitas konstruk, validitas isi dan reliabilitas. Uji validitas isi dan reliabilitas ini menggunakan *software SPSS 12.0*. Data mentah yang diperoleh melalui kuesioner diolah dengan menggunakan metode analisis faktor

Dari pengolahan dan analisis data maka 20 variabel yang diperoleh melalui wawancara, oleh analisis faktor diperoleh 15 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih dealer mobil. Faktor-faktor tersebut adalah kerapian pegawai, keramahan pegawai, kejujuran pegawai, adanya ruang tunggu yang nyaman, adanya parkir yang luas, adanya toilet/WC yang bersih, seringnya promosi di koran, seringnya promosi di majalah, nama baik dari dealer mobil, bonus yang diberikan, referensi proses kredit, referensi syarat kredit, banyaknya cabang yang dimiliki oleh dealer, dealer yang terletak di jalan raya, dan potongan harga yang diberikan.

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1-2
1.3 Pembatasan Masalah.....	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-2
1.5 Tujuan Penelitian.	1-3
1.6 Sistematika Penelitian.	1-3

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemasaran	2-1
2.2 Definisi Jasa	2-2
2.2.1 Klasifikasi Jasa.....	2-2
2.2.2 Karakteristik Jasa	2-3
2.3 Marketing Mix	2-3
2.4 Kualitas Jasa.....	2-5
2.4.1 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	2-6
2.4.2 Teknik Mengukur Kepuasan.....	2-7
2.5 Teknik Pengumpulan Data.....	2-9
2.6 Skala Pengukuran.....	2-11
2.6.1 Macam Skala Pengukuran.....	2-11
2.6.2 Jenis Skala Pengukuran.....	2-13
2.7 Populasi Dan Sampel	2-14
2.7.1 Populasi.....	2-14
2.7.2 Sampel	2-14

2.8 Teknik Sampling	2-14
2.8.1 Jenis-jenis Sampling	2-14
2.9 Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	2-18
2.9.1 Validitas. Instrumen	2-19
2.9.2 Reliabilitas Instrumen	2-19
2.10 Analisis Faktor	2-20
2.10.1 Fungsi Analisis Faktor	2-21
2.10.2 Model Matematis Analisis Faktor	2-22
2.10.3 Tahapan Analisis Faktor	2-24
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Identifikasi Masalah	3-4
3.2 Pembatasan Masalah dan Asumsi	3-4
3.3 Perumusan Masalah	3-4
3.4 Tujuan Penelitian	3-4
3.5 Studi Pendahuluan	3-5
3.6 Studi Literatur	3-5
3.7 Identifikasi Variabel Penelitian	3-5
3.8 Penentuan Alat dan Teknik Pengumpulan Data	3-7
3.9 Penyusunan Kuesioner	3-8
3.10 Uji Validitas Konstruk	3-8
3.11 Penyebaran Kuesioner	3-9
3.12 Pengumpulan dan Pemeriksaan Data	3-9
3.13 Uji Validitas	3-9
3.14 Uji Reliabel	3-9
3.15 Penentuan Metode dan Jumlah Sampel	3-10
3.16 Penyebaran Kuesioner	3-11
3.17 Pengumpulan dan Pemeriksaan Data	3-11
3.18 Uji Reliabel	3-11
3.19 Pengolahan Data	3-12
3.19.1 Analisa Faktor	3-12
3.19.2 Analisa	3-12

3.20 Kesimpulan dan Saran	3-12
BAB 4 PENGUMPULAN DATA	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-2
4.1.3 Uraian Jabatan.....	4-3
4.2 Pengumpulan Data Awal	4-8
4.3 Pengumpulan Data Kuesioner Awal	4-9
4.4 Pengumpulan Data Kuesioner Akhir	4-10
4.4.1 Teknik Sampel	4-10
4.4.2 Skala Pengukuran.....	4-10
4.4.3 Ukuran Sampel.....	4-10
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISA	
5.1 Pengolahan Data	5-1
5.1.1 Uji Validitas Data	5-1
5.1.2 Uji Reliabilitas Kuesioner Awal	5-3
5.1.3 Uji Reliabilitas Kuesioner Akhir	5-4
5.1.4 Pengolahan Data dengan Analisis Faktor	5-4
5.2 Analisis Hasil Pengolahan Data dengan Analisis Faktor.....	5-11
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN	
6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-2
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
KOMENTAR DOSEN PENGUJI	
DATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
3.1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Dealer Mobil	3-7
5.1	Matriks Komponen Terotasi	5-7
5.2	Pembebanan Faktor-faktor Terotasi	5-7
5.3	Penafsiran Faktor	5-11

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.1	Sistematika Penelitian	3-2
4.1	Struktur Organisasi PT. Bumen Redja Abadi-Semarang	4-2

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Memilih Dealer Mobil	L1.1
2	Petunjuk Umum Pengisian Kuesioner	L2.1
	Kuesioner isi (pertanyaan 1 s/d 10)	L2.2
	Kuesioner isi (pertanyaan 11 s/d 20)	L2.3
3	Data Mentah Kuesioner (1 s/d 43)	L3.1
	Data Mentah Kuesioner (44 s/d 90)	L3.2
	Data Mentah Kuesioner (91 s/d 130) dan nilai rata-rata	L3.3
4	Uji Validitas dan Reliabilitas	L4.1
5	Uji Reliabilitas	L5.1
6	Hasil Pengolahan Analisis Faktor	L6
	KMO and Bartlett's Test	L6.1
	Anti-Image Matrices	L6.2
	Lanjutan Anti-Image Matrices	L6.3
	Lanjutan Anti-Image Matrices	L6.4
	Lanjutan Anti-Image Matrices	L6.5
	Lanjutan Anti-Image Matrices	L6.6
	Communalities dan Total Variance Explained	L6.7
	Lanjutan Total Variance Explained	L6.8
	Lanjutan Total Variance Explained	L6.9
	Component Matrix (a)	L6.10
	Rotated Component Matrix(a)	L6.11
	Component Transformation Matrix	L6.11