

338.52.

Ira.

P

198.

**Pengaruh Harga, Pameran dan Kunjungan Salesman
Mhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi
pada PT. SriKandi Diamond Motors
Jakarta**

SKRIPSI

Disusun guna melengkapi syarat untuk
menyelesaikan Program S1 Ekonomi
Jurusan Manajemen



Disusun Oleh :

Nama : **Endang Irawati**

NIM : 93.80.1455

NIRM : 94.6111.02016.50414

Jurusan : Manajemen



PERPUSTAKAAN

No. INV.

0291/E/C1.

Th. Angg.

Cat : **COM98**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1998

WAWAN. TGL. 14-5-1998.

MOTTO:

1. Without God's Direction We Cannot Do Anything.
2. The Truth is relative for everybody.

THIS PAPER IS DEDICATED TO:

1. My Lovely Parent .
2. My dearest Agung Ananta
3. My self



TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : **ENDANG IRAWATI**
NOMOR INDUK MAHASISWA : **93.30.1455**
NIR M : **94.6.111.02016.50414**
FAKULTAS : **EKONOMI**
JURUSAN : **MANAJEMEN**
JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH HARGA, PAMERAN DAN
KUNJUNGAN SALESMAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL
MITSUBISHI PADA PT. SRIKANDI
DIAMOND MOTORS JAKARTA**

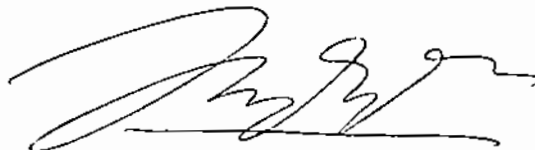
Semarang, Januari 1998

Dosen Pembimbing I



(Drs. Alex Emyll, MSP)

Dosen Pembimbing II



(Benedictus Karno BP, SE, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PENGARUH HARGA, PAMERAN DAN KUNJUNGAN SALESMAN


TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PADA PT.

SRIKANDI DIAMOND MOTORS JAKARTA

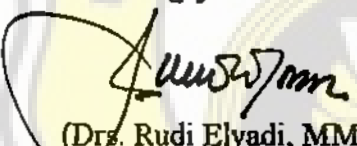
Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji pada tanggal 3 Maret 1998.

Semarang, 3 Maret 1998

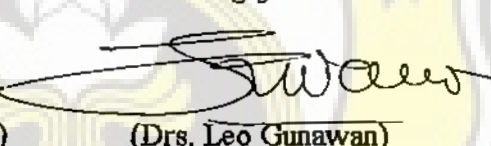
Penguji I


(Dra. Yoestini, Msi)

Penguji II


(Drs. Rudi Elyadi, MM)

Penguji III


(Drs. Leo Gunawan)

Mengetahui,

Dekan



(Komala Indarwati, SE., MM)

A B S T R A K

Usaha yang dijalankan perusahaan akan dipengaruhi oleh kondisi internal dan eksternal perusahaan. Kondisi internal meliputi semua sumber daya yang ada dan kondisi eksternal adalah kondisi ekonomi makro maupun global, tersebut sangat mempengaruhi pola strategik usaha perusahaan-perusahaan di Indonesia, terutama dalam hal ini adalah di bidang pemasaran mobil. Kunci utama untuk tetap bertahan dan berkembang adalah melalui penanganan kondisi internal perusahaan (mikro), yaitu bagaimana perusahaan mampu *me-manage* sumber daya (*resources*) yang ada secara produktif (efisien dan efektif).

Pentingnya mengelola sumber daya dalam rangka menghadapi iklim dunia usaha yang tidak saja kompetitif, tetapi juga penuh resiko tersebut sangat dirasakan penting bagi PT. Srikandi Diamond Motor (SDM) sebagai salah satu dealer penjualan mobil merk "Mitsubishi" untuk wilayah Jakarta. Permasalahan yang dihadapi perusahaan tersebut adalah adanya penurunan pangsa pasar penjualan mobilnya, terutama hal tersebut disebabkan volume penjualan mobil Galant yang mengalami penurunan cukup drastis. Hal tersebut diduga disebabkan karena masalah harga, penyelenggaraan pameran dan kunjungan salesman. Beranjak dari hal tersebut, timbul suatu gagasan untuk mengadakan penelitian yang mengkaji pengaruh harga, pameran dan kunjungan salesman terhadap keputusan pembelian mobil merk Mitsubishi pada perusahaan tersebut.

Penelitian dilakukan di perusahaan PT. SDM Jakarta baik pusat maupun kantor cabang dimana populasinya adalah seluruh konsumen yang membeli mobil Mitsubishi. Sampel diambil sebanyak 60 responden dengan menggunakan teknik *purposive random sampling*. Metode analisis data yang digunakan meliputi analisis kualitatif dan kuantitatif, dimana data primer sebelumnya diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya data dianalisis melalui persamaan regresi berganda untuk mengetahui besarnya pengaruh serta uji hipotesis menggunakan uji t dan uji F .

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah besarnya pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motor yang ditunjukkan oleh koefisien regresi $b_1 = 0,066$ terbukti signifikan, di mana t -hitung $>$ t -tabel ($1,818 > 1,671$) pada taraf signifikan (α) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada pengaruh harga (X_1) terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motors Jakarta (Y) dapat diterima.

Besarnya pengaruh pameran terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motor yang ditunjukkan oleh koefisien regresi $b_2 = 0,128$ terbukti signifikan, di mana t -hitung $>$ t -tabel ($1,868 > 1,671$) pada taraf signifikan (α) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada pengaruh pameran (X_2) terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motors Jakarta (Y) dapat diterima.

Besarnya pengaruh kunjungan salesman terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motor yang ditunjukkan oleh koefisien regresi $b_3 = 0,766$ terbukti signifikan, di mana t -hitung $>$ t -tabel ($12,457 > 1,671$) pada taraf signifikan (α) = 5%. Berarti hipotesis yang menyatakan ada pengaruh kunjungan salesman (X_3) terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motors Jakarta (Y) dapat diterima.

Variabel yang mempunyai pengaruh paling besar secara berturut-turut adalah kunjungan salesman (X_3), Pameran (X_2) dan harga (X_1). Pengaruh ketiga variabel tersebut secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian mobil pada PT. Srikandi Diamond Motors (Y) ditunjukkan dengan besarnya R^2 (*R Squared* atau Koefisien determinasi) adalah 0,957 atau 95,7 persen, sedangkan sisanya sebesar 4,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Terbukti setelah diuji dengan uji F terbukti signifikan, yaitu F -hitung $>$ F -tabel $419,914 > 2,60$ pada taraf signifikan (α) = 5%.

Berdasarkan analisis kesimpulan, dapat diajukan saran-saran bahwa kunjungan salesman perlu tetap dipertahankan dan ditingkatkan, dalam arti semakin meningkatkan kunjungan dan efektifitas kunjungan (kuantitas dan kualitas penjualan salesman). Hal tersebut dapat terjadi apabila salesman dipersiapkan secara profesional baik pemahaman akan *product knowledge* dan *salesmanship*-nya, serta adanya monitoring dan pembinaan dari supervisor akan kegiatan kunjungan salesman. Hal ini juga perlu dukungan pihak manajemen perusahaan untuk memperhatikan pendapatan dan sistem karier yang baik bagi salesman, karena tingginya *turn over* tenaga kerja ini banyak disebabkan oleh kurang "terpeliharanya" salesman oleh hal-hal tersebut.

Saran dari kegiatan pameran adalah pameran *in door* perlu dibatasi pada produk yang benar-benar istimewa dan menarik saja, tetapi perusahaan perlu mengadakan pameran *out door* yang memberikan kesempatan bagi konsumen untuk melakukan *test drive* dan melihat langsung kehandalan dan kelebihan mobil Mitsubishi. Strategi harga yang sudah ditetapkan perusahaan perlu dipertahankan, untuk lebih menarik konsumen tidak dilakukan dengan penurunan harga karena akan menjatuhkan imagenya menjadi sekelas mobil Korea tetapi lebih baik dilakukan dengan memberikan bonus dan spesial diskon pada momen-momen tertentu.

KATA PENGANTAR

Penulis pertama-tama memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi menjadi kewajiban penulis yang berjudul: "PENGARUH HARGA, PAMERAN DAN KUNJUNGAN SALES-MAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MITSUBISHI PADA PT. SRIKANDI DIAMOND MOTORS JAKARTA" dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan baik moriil maupun materiil dari berbagai pihak, oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Alex Emyll, MSP. selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak Benedictus Karno BP, SE. MM, selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Bapak Antonius Toni, selaku Sales Manager PT. Srikan-di Diamond Motors yang telah bersedia memberikan izin penelitian dan data yang penulis perlukan.
3. Bapak/Ibu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan sehingga penulis mampu menyusun skripei ini.

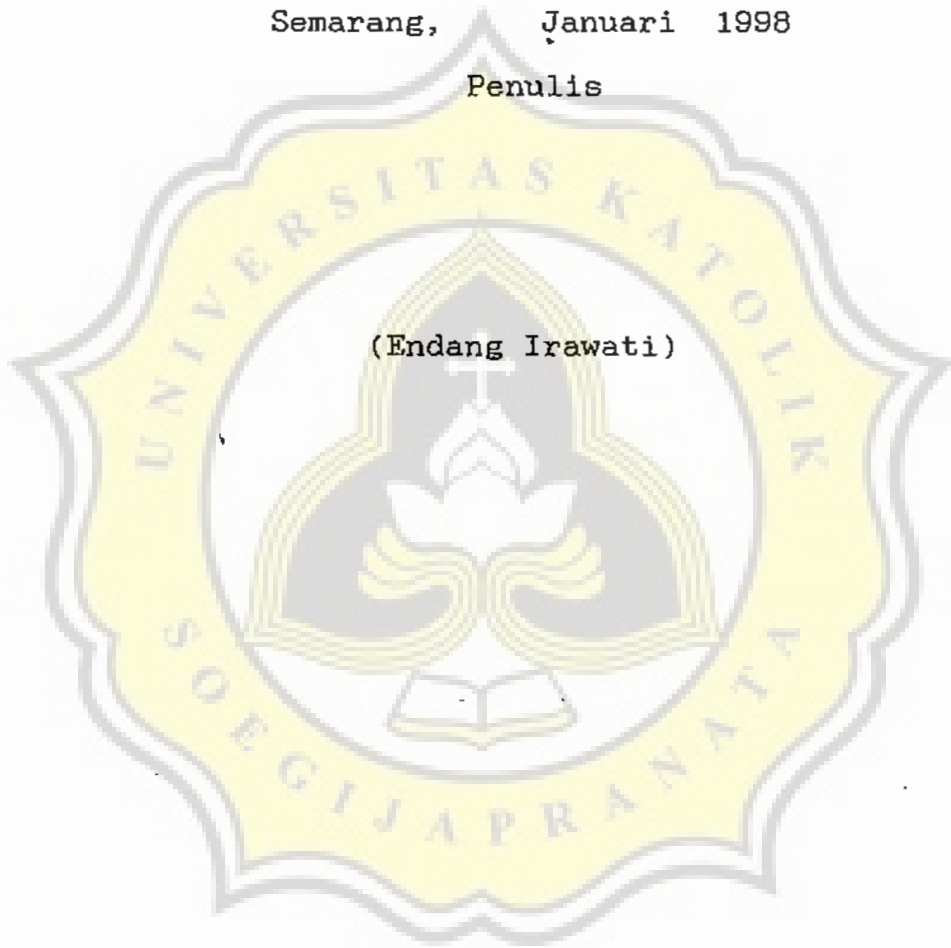
4. Agung Ananta serta rekan-rekan lainnya yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran serta dorongan semangat bagi terselesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada pembaca yang berminat.

Semarang, Januari 1998

Penulis

(Endang Irawati)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	12
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
1.4. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Harga	16
2.1.2. Promosi	22
2.1.3. Pameran	26
2.1.4. Kunjungan Salesman	30
2.1.5. Keputusan Pembelian	35

2.2. Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Objek Penelitian	42
3.2. Teknik Sampling	42
3.3. Jenis dan Metode Pengumpulan Data	43
3.4. Metode Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Uji Validitas	50
4.2. Identitas Responden	53
4.3. Penyajian Data Tanggapan Responden ...	57
4.3.1. Tanggapan Responden Terhadap Harga	57
4.3.2. Tanggapan Responden Terhadap Pameran	61
4.3.3. Tanggapan Responden Terhadap Kunjungan Salesman	63
4.3.4. Keputusan Pembelian	66
4.4. Pengaruh Harga, Pameran dan Kunjungan Salesman terhadap Keputusan Pembelian	68
4.4.1. Pengaruh Harga terhadap Keputu- sanan Pembelian Mobil	69
4.4.2. Pengaruh Pameran terhadap Ke- putusan Pembelian Mobil	70
4.4.3. Pengaruh Kunjungan Salesman terhadap Penjualan Mobil	72

4.4.4. Pengaruh Harga, Pameran dan Kunjungan Salesman terhadap Keputusan Pembelian Mobil	73
BAB V P E N U T U P	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran-saran	76

DAFTAR PUSTAKA

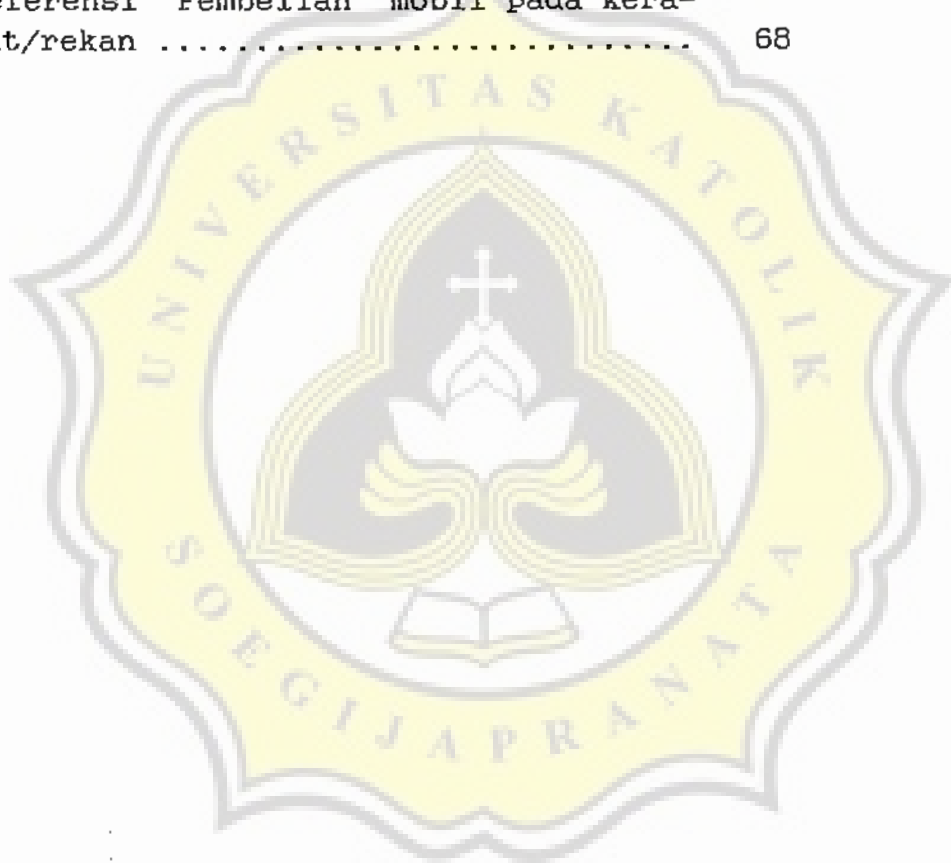
LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Perbandingan Market Share dan Penjualan Mobile Diamond Motors pada Semester I Tahun 1995 - 1997	4
Tabel 1.2 Perbandingan harga, kunjungan salesman pameran serta Penjualan Mobil PT. Srikandi Motors pada Semester I Tahun 1995-1997	8
Tabel 1.3 Target dan Realisasi Penjualan Mobil PT. Srikandi Diamond Motors pada Semester I Tahun 1997 (dalam Unit)	10
Tabel 4.1 Validitas Indikator	51
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.3 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.4 Umur Responden	54
Tabel 4.5 Pendidikan Responden	54
Tabel 4.6 Pekerjaan Responden	56
Tabel 4.7 Pendapatan Responden (dalam jutaan rupiah)	57
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap kelayakan harga mobil yang ditawarkan perusahaan dibandingkan dengan kualitas produk ..	58
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap harga jual kembali lebih tinggi dari mobil lain yang sejenis	60
Tabel 4.10 Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Melihat Pameran	61
Tabel 4.11 Tanggapan Responden terhadap Pameran dapat memberikan daya tarik yang menonjol pembimbing	62

Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap Frekuensi Kunjungan Saleman	64
Tabel 4.13	Tanggapan Responden terhadap Persiapan Kunjungan yang dilaksanakan	65
Tabel 4.14	Tanggapan Responden terhadap Merk Mitsubishi merupakan Pilihan Utama Pembelian Mobil	66
Tabel 4.15	Tanggapan Responden terhadap Pemberian Referensi Pembelian mobil pada kerabat/rekan	68



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Perbandingan Market Share dan Penjualan Mobil PT. Srikandi Diamond Motors Semester I pada Tahun 1995 - 1996 (dalam Unit)	5
Gambar 1.2 Latar Belakang Masalah Penelitian tentang Pengaruh Harga, Pameran dan Kunjungan Salesman terhadap Keputusan pembelian Mobil Mitsubishi pada PT. kandi Diamond Motors Jakarta	12
Gambar 1.3 Proses Kunjungan Salesman	33
Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran	39

