

**HUBUNGAN ANTARA PELAYANAN, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI
DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR
MERK SUZUKI PADA PT. INDOJATENG MOTOR SEMARANG**


SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang



Oleh :

Nama : PHILEMON YUSUF
NIM : 93.30.1503
NIRM : 93.6 111.02016.50050
Jurusan : Manajemen

	TERPUBLIKASIKAN	
	No. 105	709
	Th. Angs.	TGL. 10-11-99
PARAP.		

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

1999

HALAMAN MOTTO

- " Sesulit apapun masalah yang anda hadapi, jangan takut Tuhan sanggup membuat segalanya indah pada waktunya".
- " Kasih yang murni adalah kasih yang tidak pernah menuntut balasan atau upah".
- " Orang bijaksana berpikir dahulu sebelum berkata-kata".



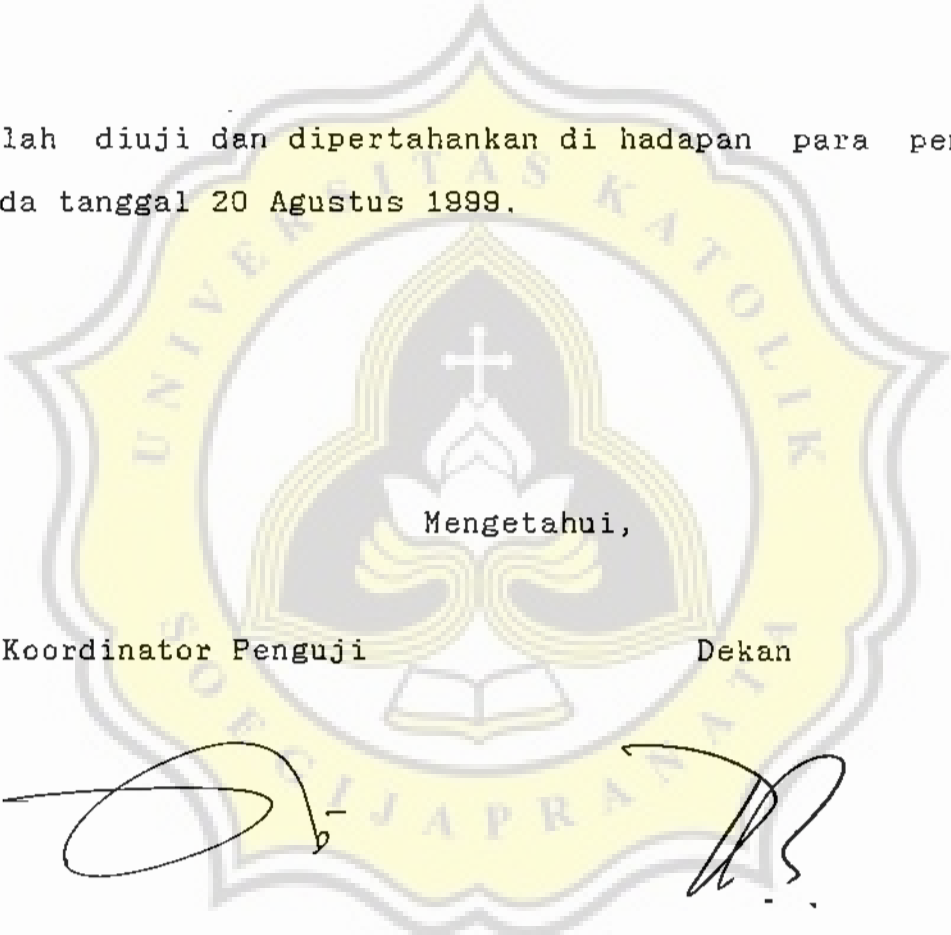
Kupersentahkan kepada:

- Bapak dan Ibu tercinta
- Bapak dan Ibu Dosen
- Teman-teman semua

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : HUBUNGAN ANTARA PELAYANAN, HARGA DAN SALURAN
DISTRIBUSI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK SUZUKI PADA PT. INDO-
JATENG MOTOR SEMARANG

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan para penguji
pada tanggal 20 Agustus 1999.



Mengetahui,

Koordinator Penguji

Dekan



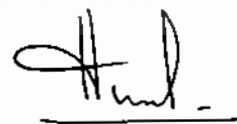
(Dra. Retno Yustini, MSI) (Komala Inggawati, SE., MM)

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA PENYUSUN : PHILEMON YUSUF
NOMOR INDUK MAHASISWA : 93.30.1503
N I R M : 93.6.111.02016.50050
FAKULTAS : EKONOMI
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA PELAYANAN,
HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI
DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM
MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK
SUZUKI PADA PT. INDOJATENG
MOTOR SEMARANG

Semarang, 20 Juli 1999

Dosen Pembimbing I



(Drs. Heru Sutantio)

A B S T R A K

Perkembangan dunia usaha akhir-akhir ini ditandai oleh semakin tajamnya persaingan yang ada, terutama persaingan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk yang sejenis. Oleh sebab itu keberhasilan dari suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan tersebut dalam mempertahankan dan memperluas pasar. Pada perusahaan pemasar sepeda motor merk Suzuki PT. Indojateng Motor. Pada perusahaan ini terdapat peningkatan jumlah pengaduan/ komplain dari konsumen selama enam bulan terakhir ini. Pada tahun 1998 terdapat 81 aduan dengan rata-rata aduan per bulan sebanyak 7 aduan. Jumlah aduan selama tahun 1998 mengalami kenaikan dan penurunan, kenaikan tertinggi terjadi bulan Juli (meningkat 7 aduan).

Kunci pemenuhan keputusan pembelian konsumen dapat dipenuhi melalui pelayanan yang baik, harga yang bersaing (termasuk kebijakan penjualan kredit yang bersaing), promosi yang menarik serta pembukaan perwakilan (saluran distribusi) yang semakin memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian. Faktor-faktor tersebut apabila dapat memenuhi harapan maka akan menimbulkan kepuasan konsumen. Hal ini sangat menarik untuk diteliti untuk mengetahui faktor manakah yang menyebabkan timbulnya ketidakpuasan konsumen dalam menggunakan pemasar sepeda motor merk Suzuki.

Pada penelitian ini, masalah yang dibahas mengenai penilaian konsumen berkenaan pelayanan, harga dan saluran distribusi dalam hubungannya dengan keputusan pembelian konsumen. Objek penelitian ini adalah PT. Indojateng Motor yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman 303 Semarang. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang berdomisili di Kota Semarang dan telah membeli sepeda motor "Suzuki". Teknik pengambilan sampel menggunakan *Simple Random Sampling*, dengan diambil sebanyak 15% dari populasinya (100 responden).

Data yang diperlukan meliputi data primer, yang diperoleh dengan penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara interview dan angket/ kuesioner. Sebelum dilakukan analisis, data yang dikumpulkan sebelumnya diuji validitas dan reliabilitasnya. Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui setiap instrumen dari masing-masing variabel adalah valid (sahih) karena r -hitung lebih besar dari r -kritisnya (0,195), dan reliabel (dapat dipercaya) karena r_{11} hitung (0,9093) lebih besar dari r -kritisnya (0,195). Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis kuantitatif, melalui perhitungan Korelasi Rank Spearman. Pengujian hipotesis digunakan uji t .

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Ada hubungan cukup kuat antara pelayanan dengan keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Suzuki pada PT. Indojateng Motor Semarang ($r_{X_1Y} = 0,592$ dan terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($7,272 > 1,984$)).
2. Ada hubungan yang kuat dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Suzuki pada PT. Indojateng Motor Semarang ($r_{X_2Y} = 0,791$ dan terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($12,799 > 1,984$)).
3. Ada hubungan yang cukup kuat antara saluran distribusi dengan keputusan pembelian konsumen dalam membeli sepeda motor Suzuki pada PT. Indojateng Motor Semarang ($r_{X_3Y} = 0,524$ dan terbukti signifikan, yaitu $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($6,090 > 1,984$)).
4. Hubungan yang paling tinggi secara berturut-turut adalah harga, pelayanan dan saluran distribusi. Keputusan pembelian konsumen paling disebabkan oleh harga yang menurut penilaian konsumen adalah baik atau sesuai dengan keinginannya. Selanjutnya adalah pelayanan yang baik dan yang terakhir adalah saluran distribusinya.

Saran yang diajukan dari hasil penelitian ini adalah perusahaan perlu meningkatkan pelayanannya, hal ini dapat dilaksanakan dengan mencanangkan motto kerja bagi karyawan, seperti "kepuasan pelanggan adalah yang utama" atau "kualitas mutu pelayanan adalah kepuasan pelanggan" atau yang lainnya (motto yang agak kuno dan dianggap klise adalah "pembeli adalah raja"), sehingga tertanam semangat/ jiwa untuk melayani pelanggan sebaik mungkin. Kebijakan tentang harga perlu dikoreksi kembali, hal ini penting sekali mengingat karakteristik konsumen akan semakin puas apabila mendapatkan harga yang lebih murah. Perusahaan dapat pula mengadakan bulan promosi berhadiah dengan memberikan diskon. Saluran distribusi juga perlu ditingkatkan, walaupun perusahaan telah berusaha mendirikan kantor perwakilan dan kebanyakan terdapat di Semarang Kota, sedangkan di daerah pemekaran baru tidak terdapat seperti di Semarang Atas (Candi-Banyumanik), maupun Ngaliyan - Mangkang tidak ada.

KATA PENGANTAR

Skripsi yang berjudul "HUBUNGAN ANTARA PELAYANAN, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI DENGAN KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI SEPEDA MOTOR MERK SUZUKI PADA PT. INDOJATENG MOTOR SEMARANG", ini berhasil disusun sebagai kewajiban penulis dalam rangka menyelesaikan program Sarjana (S1), oleh karena itu pertama-tama penulis panjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya.

Penulis sangat menyadari adanya keterbatasan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga memerlukan bantuan dari berbagai pihak, untuk itu sudah sepantasnya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Heru Sutantio selaku dosen pembimbing pertama dan Bapak BEN Karno, SE. MM., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis.
2. Bapak Benny Sutoyo, ST., selaku Manager Personalia PT. Indojateng Motor Semarang 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 skripsi ini.

4. Staf Bagian Pemasaran PT. Indojateng Motor Semarang yang telah meluangkan waktunya sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.
5. Rekan-rekan mahasiswa senasib sepenanggungan, serta beberapa pihak lainnya yang telah banyak memberikan sumbangan pemikiran serta dorongan semangat bagi terselesainya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan untuk itu kritik dan saran dari pembaca akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para pembaca.

Semarang,

Juli 1999

Penulis

(PHILEMON YUSUF)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN MOTTO	ii
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	6
1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
BAB II TINJAUAN TEORI	8
2.1. Landasan Teori	8
2.1.1. Pemasaran	8
2.1.2. Pelayanan	11
2.1.3. Harga	13
2.1.4. Saluran Distribusi.....	16
2.1.5. Keputusan Pembelian Konsumen.	18
2.2. Kerangka Pemikiran	24
2.3. Definisi Operasional.....	25
2.4. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Objek Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampling	28
3.3. Sumber Data	29
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
3.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	32
3.7. Teknik Analisis Data	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS	37
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	37
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Sing- kat	37
4.1.2. Struktur Organisasi	38
4.1.3. Ketenagakerjaan	43
4.1.4. Pemasaran	45
4.2. Identitas Responden	47
4.3. Tanggapan Responden	50
4.3.1. Tanggapan Responden terhadap Pelayanan	50
4.3.2. Tanggapan Responden terhadap Harga	53
4.3.3. Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi	58
4.3.4. Keputusan Pembelian Konsumen.	63

4.4. Analisis Hubungan antara Pelayanan, Harga dan Saluran Distribusi dengan Keputusan Konsumen	67
4.4.1. Hubungan antara Pelayanan dengan Keputusan Konsumen ...	68
4.4.2. Hubungan antara Harga dengan Keputusan Konsumen	69
4.4.3. Hubungan antara Saluran Distribusi dengan Keputusan Konsumen	69
BAB V PENUTUP	72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Saran-Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Aduan Konsumen Pada PT. Indo- jateng Motor Semarang Tahun 1998.....	3
Tabel 1.2. Perkembangan Penjualan pada PT. Indo- jateng Motor Semarang Tahun 1994-1998.	4
Tabel 3.1 Validitas Instrumen variabel Pelayanan, Harga, Saluran Distribusi dan Keputusan Pembelian konsumen	33
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	47
Tabel 4.2 Umur dan Pendidikan Responden	48
Tabel 4.3 Pekerjaan dan Pendapatan Responden....	49
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Pelayanan dalam hal Keramahan dan Kesopanan Pe- tugas	51
Tabel 4.5 Tanggapan Responden tergadap Pelayanan dalam hal Kecepatan Proses Pembelian..	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Kelayakan Harga dilihat dari Kualitasnya.....	54
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Kelayakan Harga dilihat dari Perbandingan dengan Merk Lain yang Sejenis	55
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Harga Motor Suzuki di PT. Indojateng Motor	

	Masih Dapat dinegosiasikan sehingga dapat Lebih Murah	56
Tabel 4.9	Tanggapan Responden tentang Harga Sepeda Motor Merk Suzuki di PT. Indo-jateng Motor Lebih Murah dengan Rata-rata Harga di Tempat Lain	57
Tabel 4.10	Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi dilihat dari Banyaknya Kantor Perwakilan	58
Tabel 4.11	Tanggapan Responden terhadap Saluran Distribusi dilihat dari Keberadaan Kantor Perwakilan dimanapun Konsumen Berada	60
Tabel 4.12	Tanggapan Responden terhadap Kecepatan Pemesanan Barang Apabila Persediaan Sepeda Motor Merk Suzuki Sedang Kosong	61
Tabel 4.13	Tanggapan Responden tentang Kemudahan Pemesanan Barang Dibanding di Tempat (dealer) Lain	62
Tabel 4.14	Tanggapan Responden tentang Pembelian Kembali di masa yang akan datang di PT. Indo-jateng Motor Semarang	64
Tabel 4.15	Tanggapan Responden tentang ada tidaknya aduan/ komplain berkenaan dengan Pembelian Sepeda Motor Merk Suzuki di PT. Indo-jateng Motor Semarang	65

Tabel 4.16 Tanggapan Responden tentang Tanggapan
Petugas terhadap Pengaduan/ Komplain
Konsumen.....



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Indojateng Motor Semarang	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

Lampiran 1 : Quisioner

Lampiran 2 : Tabulasi Data Hasil Penelitian

Lampiran 3 : Perhitungan Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 : Hasil Korelasi Rank Spearman

Lampiran 5 : Perhitungan t-hitung

Lampiran 6 : Perhitungan Katagori Skor

Lampiran 7 : Tabel t-hitung dan r-kritis

