



**ANALISIS PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN
DALAM MEMILIH MOBIL *LOW COST GREEN CAR* (LCGC)
PADA MEREK MOBIL HONDA BRIO**

TESIS

MUHAMMAD FRAYOGI

U N I N I M . 5 5 1 1 6 1 2 0 0 9 8 S

MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
TAHUN 2020**

ABSTRAK

Muhammad Frayogi. NIM. 55116120098. 2020. Tesis. Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) pada merek mobil Honda Brio. Program Magister Manajemen. Pascasarjana. Universitas Mercu Buana. Dosen Pembimbing, Dr. Sri Hartono, MM.

Kuatnya dominasi produk mobil buatan Jepang mencapai angka 98,82% dari keseluruhan penjualan mobil Indonesia. Selanjutnya, kategori produk LCGC menjadi yang paling cepat pertumbuhannya selama 5 tahun terakhir dengan pencapaian *market share* 15,35%. Brio sebagai merek LCGC buatan PT Honda Prospect Motor (HPM) menjadi merek mobil LCGC yang terus mengalami peningkatan penjualannya dari tahun ke tahun. Hal ini didukung oleh citra dan kesadaran merek dengan strategi bauran pemasaran serta pelayanan purna jual yang ditawarkannya. Oleh karenanya, peneliti akan menganalisa pengambilan keputusan pembelian mobil Honda Brio dengan teknik analisa kuantitatif. Metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, wawancara dan studi dokumentasi, kemudian dianalisa dengan melakukan uji validitas dan realibilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis untuk dapat menjawab rumusan masalah penelitian. Hasil olah data dari 400 responden penelitian menunjukkan hasil bahwa citra merek, kesadaran merek, produk, harga, tempat dan pelayanan purna jual baik secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mobil Honda Brio. Dan harga menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian mobil Honda Brio. Dengan demikian, HPM perlu mengatur strategi yang saling berkesinambungan secara kontinu meliputi aspek merek, bauran pemasaran dan pelayanan untuk terus memberikan pelayanan terbaik dan mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan mobil Honda Brio.

Kata Kunci : Merek, Bauran Pemasaran, & Layanan Purna Jual; Keputusan Pembelian; *Low Cost Green Car* (LCGC)

ABSTRACT

Muhammad Frayogi. NIM. 55116120098. 2020. Thesis. Consumer Decision Making Analysis in Choosing Low Cost Green Car (LCGC) of Honda Brio brand. Magister Management Program. Pascasarjana. Mercu Buana University. Advisor, Dr. Sri Hartono, MM.

The strong domination of Japanese car products reached 98,82% of total Indonesian market share of automobile market. Furthermore, one of category that have the fastest growth in the last 5 years is LCGC category that achieved 15,35% market share. Then, Brio as a LCGC brand of PT Honda Prospect Motor (HPM) became the only one brand of LCGC category that have significant increase year by year. This achievement related to strong brand image and awareness and its supported with marketing mix strategies and after-sales service it offers. Therefore, the researcher will analyze consumer decision making in choosing Honda Brio. The method of data collection will use questionnaire, interview, and documentation study. Then, the data will be analyzed by conducting validity and reliability test, classic assumption test, and hypothesis test to be able to answer the research problem formulation. Data processing result from 400 research respondents shows the result which stated brand image and awareness, product, price, place, and after-sales service both partially and simultaneously have a positive and significant effect on consumer decision making in choosing Honda Brio. Besides, the price became a dominant variable in effecting customer decision making in choosing Honda Brio. As refer to the research result, HPM need to set up a continuously and simultaneously strategies, including brand aspect, marketing mix and service to keep giving the best service and get customer's satisfaction and loyalty in Honda brand, especially Honda Brio.

Keyword : Brand, Marketing Mix, & After-Sales Service; Customer Decision Making; Low Cost Green Car (LCGC)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini:

Judul : Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Mobil
Low Cost Green Car (LCGC) pada merek mobil Honda Brio
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Muhammad Frayogi
NIM : 55116120098
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 29 Februari 2020

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di Perguruan Tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahan data yang disajikan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 29 Februari 2020



Muhammad Frayogi

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Mobil
Low Cost Green Car (LCGC) pada merek mobil Honda Brio
Bentuk Tesis : Penelitian/Kajian Masalah Perusahaan
Nama : Muhammad Frayogi
NIM : 55116120098
Program Studi : Magister Manajemen
Tanggal : 29 Februari 2020

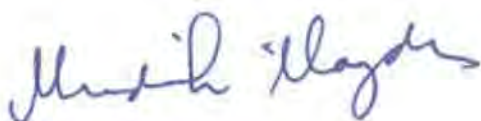
Mengesahkan,
Pembimbing


Dr. Sri Hartono, MM.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Direktur Program Pasca Sarjana

Ketua Program Studi Magister Manajemen



Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus



Dudi Permana, Ph.D.

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Frayogi
NIM : 55116120098
Program Studi : Magister Manajemen

dengan judul

“Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Mobil *Low Cost Green Car* (LCGC) pada merek mobil Honda Brio”,

telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 13 Februari 2020, didapatkan nilai persentase sebesar 25%.

Jakarta, 13 Februari 2020

Administrator Turnitin

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Arie Pangudi, A.Md.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Allah SWT serta atas segala rahmat dan karunia-Nya pada penulis, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tesis yang berjudul “*Analisis Pengambilan Keputusan Konsumen dalam Memilih Mobil Low Cost Green Car (LCGC) pada merek mobil Honda Brio*”. Penulisan Tesis ini ditulis dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen di Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan dengan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang secara langsung dan tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian karya ilmiah ini, baik secara moril maupun materil. Maka pada kesempatan yang luar biasa ini, peneliti ingin menyampaikan ungkapan terima kasih yang tak terhingga kepada berbagai pihak, sebagai berikut:

1. Dr. Sri Hartono, MM, sebagai dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti selama penyusunan Tesis ini dari awal hingga Tesis ini dapat diselesaikan;
2. Penulis juga berterimakasih kepada Dr. Mochammad Mukti Ali., ST., MM sebagai Penguji Seminar Proposal, Dr. Mirza, MM sebagai Penguji Seminar Hasil, Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE, MM, Ph.D. sebagai Ketua Penguji Sidang Akhir serta Dr. Zulfitri, MP, MM sebagai Penguji Sidang Akhir yang telah banyak memberikan saran, kritik dan masukkannya demi kesempurnaan penyelesaian Tesis ini;
3. Direktur Program Pascasarjana Prof. Dr.-Ing. Mudrik Alaydrus, Ketua Program Studi Dudi Permana, Ph.D. beserta seluruh jajaran dosen dan staf administrasi Program Studi Magister Manajemen yang banyak memberikan sudut pandang baru dalam meode pembelajaran selama masa perkuliahan, membimbing dalam pengurusan syarat-syarat administratif serta telah berupaya meningkatkan situasi kondusif di Fakultas.

4. Tak lupa penulis berterimakasih kepada rekan-rekan mahasiswa yang telah menaruh simpati, bantuan, diskusi serta motivasinya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tesis ini.
5. Selanjutnya, peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Kedua Orang Tua Peneliti, Lentari Indah Purnamasari sebagai istri peneliti, Ira Purnamasari dan Yudi Syahputra sebagai saudara kandung peneliti dan seluruh anggota keluarga, yang dengan penuh kasih sayang dan kesabarannya mendorong peneliti untuk menyelesaikan Tesis ini;
6. Dan tentunya tidak lupa peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada para responden penelitian atas partisipasinya yang mana hal ini memiliki kontribusi yang besar dalam penyelesaian Tesis ini.

Kiranya hasil penulisan ini dapat memberikan sumbangsih dalam masalah pengembangan bisnis otomotif bagi para pelaku bisnis, serta menambahkan sumber referensi dalam penelitian serupa yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta memiliki implikasi yang praktis kepada pihak manajemen PT Honda Prospect Motor dalam meningkatkan penjualan kendaraan melalui peningkatan standar kepuasan pelanggan secara kontinu dan berkesinambungan dengan menggabungkan aspek merek, bauran pemasaran, dan pelayanan yang terbaik kepada para konsumennya.

Peneliti menyadari dalam penulisan Tesis ini masih banyak hal yang kiranya belum sempurna dan terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi kesempurnaan penulisan Tesis ini. Peneliti juga berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat, khususnya bagi peneliti sendiri, PT Honda Prospect Motor sebagai obyek penelitian dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Februari 2020

Muhammad Frayogi

NIM. 55116120098

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian	22
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	22
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian	24
1.2.3 Perumusan Penelitian Penelitian	25
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	26
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	26
1.3.2 Manfaat Penelitian	27
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Teori.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	64
2.3 Kerangka Pemikiran	72
2.4 Hipotesis Penelitian	75
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	77
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	80

3.3	Populasi dan Sample	88
3.4	Metode Pengumpulan Data	90
3.5	Metode Analisis Data	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Perusahaan	107
4.2	Hasil Penelitian	114
4.2.1	Uji Instrumen Penelitian.....	114
4.2.2	Karakteristik Responden	117
4.2.3	Statistik Deskriptif	120
4.2.4	Uji Asumsi Klasik	132
4.2.5	Uji Hipotesis.....	137
4.2.6	Uji Korelasi Antar Dimensi	154
4.3	Pembahasan	155
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	170
5.2	Saran	174
DAFTAR PUSTAKA.....		178
LAMPIRAN.....		185



DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 Penjualan Mobil menurut Negara Produsen Mobil	2
1.2 Spesifikasi dan Fitur Produk Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC)	11
1.3 Harga Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC)	13
1.4 Distribusi Berdasarkan Produsen Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC) ...	15
1.5 Perbandingan Biaya Jasa Layanan dan Suku Cadang Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC) (dalam ribu rupiah)	16
1.6 Promosi Pembelian Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC)	18
2.1. Dimensi dan Atribut SERVQUAL	57
2.2. Penelitian Terdahulu	65
3.1 Definisi Operasional Penelitian	85
3.2 Jumlah Populasi Penelitian Periode Tahun 2014 sampai 2017	89
3.3 Skor Jawaban Item Skala <i>Likert</i> dalam Instrumen Penelitian	92
3.4 Konversi Nilai <i>Mean</i>	96
3.5 Matriks Korelasi Antar Dimensi	104
4.1. Profil Perusahaan PT Honda Prospect Motor	109
4.2. Penghargaan pada Mobil Honda Brio	113
4.3. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian	114
4.4. Karakteristik Responden Penelitian	118
4.5. Distribusi Data Penelitian	121
4.6. Hasil Uji Multikolinieritas	134
4.7. Hasil Uji Autokorelasi	135
4.8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	137
4.9. Hasil Uji Koefisien Determinasi	138
4.10. Hasil Uji f (ANOVA)	142
4.11. Hasil Uji t	145
4.12. Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi	148

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1.1 Grafik Penjualan Mobil menurut Jenis Kendaraan dalam persen menurut Gaikindo (2018).....	3
1.2 Grafik Penjualan Mobil <i>Low Cost Green Car</i> (LCGC) menurut Gaikindo (2018).....	6
2.1. Saluran Pemasaran	52
2.2. Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian	60
2.3. Kerangka Berpikir Penelitian.....	73
3.1 Desain Penelitian	79
3.2 Variabel Penelitian	80
4.1. Grafik Histogram Hasil Uji Normalitas	132
4.2. Grafik P-P Plot Hasil Uji Normalitas	133
4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	136



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Data Responden	185
Lampiran II	Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian dengan <i>Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)</i>	186
Lampiran III	Hasil Uji Penelitian dengan <i>Statistical Package for the Social Sciences (SPSS)</i>	189
Lampiran IV	Kuesioner Penelitian	201



UNIVERSITAS
MERCU BUANA