

BAB III

PERMASALAHAN

3.1. Gambaran Umum Perusahaan

Showroom Primadona Mobil didirikan pada tanggal 15 Juli 1988, berkantor di Jalan Gajah Mada 47 Jember. Saat ini showroom Primadona Mobil merupakan showroom yang terbesar di kota Jember, tetapi pihak pengusaha harus terus berusaha mempertahankan layanan dan kualitas yang ditawarkan kepada konsumen agar konsumen selalu setia kepada Primadona Mobil. Adanya persaingan yang semakin meningkat menyebabkan showroom Primadona Mobil harus terus melakukan pemantauan terhadap perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian mobil bekas agar pengusaha dapat menawarkan layanan yang berbeda dengan yang lain agar perusahaan dapat bertahan hidup.

Showroom Primadona Mobil harus mengetahui apakah ada hubungan antara faktor-faktor internal dan eksternal konsumen dengan penghasilan pembeli di Primadona Mobil. Dengan mengetahui pengaruhnya positif atau negatif maka pihak pengusaha akan dapat memusatkan perhatiannya pada faktor-faktor yang berpengaruh positif dan menerapkannya dalam memasarkan mobil bekas tersebut.

3.2. Perumusan Masalah

Beranjak dari latar belakang yang ada penulis ingin mengajukan perumusan permasalahan sebagai berikut :

1. MAYOR :

Apakah faktor internal dari konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?

MINOR :

- a. Apakah motivasi konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?
- b. Apakah persepsi konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?
- c. Apakah sikap konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?
- d. Apakah proses belajar konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?

2. MAYOR :

Apakah faktor eksternal dari konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?

MINOR :

- a. Apakah keluarga konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom

- b. Apakah proses kepemimpinan pendapat konsumen menunjukkan pengaruh yang positif di showroom Primadona Mobil?

3.3. Definisi Operasional

Secara operasional faktor internal tersebut adalah :

a. Motivasi

Motivasi adalah sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak. Secara operasional yaitu harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas produk, kualitas mobil bekas yang dijual baik, mobil bekas yang dijual bervariasi, layanan yang diberikan memuaskan, keabsahan surat-surat mobil dapat dipertanggungjawabkan, perolehan/pengurusan surat-surat mobil tidak rumit dan lokasi showroom mudah dicapai.

b. Persepsi

Persepsi adalah proses seorang individu memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna. Dalam penelitian ini persepsi terhadap showroom Primadona Mobil meliputi kualitas mobil bekas yang ditawarkan, layanan, proses kredit, tanggapan terhadap keluhan konsumen, ruang tunggu serta petugas showroom Primadona Mobil.

c. Sikap

Sikap adalah kecenderungan konsumen untuk bertindak berdasarkan persepsinya

yang diperoleh dari pengalaman atau dari proses belajar, dan mencerminkan rasa suka atau tidak suka, meliputi harga mobil bekas bersaing, penyampaian informasi sesuai kenyataan, ketepatan memenuhi janji, bunga kredit, layanan purna jual, perasaan konsumen setelah membeli di Primadona Mobil, kebiasaan konsumen serta kecenderungan konsumen.

d. Belajar

Belajar adalah kecenderungan konsumen di masa mendatang untuk tetap melakukan pembelian di showroom Primadona Mobil atau melakukan pembelian di tempat lain, meliputi kepuasan membeli, keamanan membeli serta kesetiaan konsumen kepada showroom Primadona Mobil.

Sedangkan faktor eksternal secara operasional adalah :

a. Keluarga

Keluarga adalah salah satu pihak yang mempengaruhi konsumen untuk membeli di showroom Primadona Mobil.

b. Proses Kepemimpinan Pendapat

Proses Kepemimpinan Pendapat merupakan salah satu proses yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang, dalam hal ini agar konsumen membeli di showroom Primadona Mobil.

3.4. Sumber Data

Dalam penelitian ini data dan informasi diperoleh penulis melalui wawancara

kepada pengusaha showroom Primadona Mobil di Jember yang berkantor di Jl. Gajah Mada. Data juga diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Data yang diperoleh ini diperlukan untuk membuktikan hipotesis yang diajukan penulis.

3.5. Target dan Kateristik Data

Dalam penelitian ini target populasinya adalah para konsumen yang pernah membeli mobil bekas di showroom Primadona Mobil. Dipilihnya konsumen yang pernah membeli mobil bekas bertujuan agar mereka dapat memberikan informasi berdasarkan pengalaman mereka dalam membeli mobil bekas di Primadona Mobil Jember.

3.7. Prosedur Pengumpulan Data

1. Pada tanggal 23 Agustus 1995, 16 kuesioner dibagikan pada konsumen showroom Primadona Mobil. Setelah peneliti menjelaskan cara pengisiannya, mereka mengisi kuesioner tersebut dengan dibimbing oleh peneliti. Kuesioner yang telah diisi dikembalikan kepada peneliti.
 2. Pada tanggal 24 Agustus 1995, 19 kuesioner dibagikan kepada responden. Setelah selesai diisi kuesioner tersebut dikembalikan kepada peneliti.
 3. Pada tanggal 25 Agustus 1995, 20 kuesioner dibagikan kepada responden Peneliti memberikan bimbingan kepada responden tentang cara pengisian kuesioner.
 4. Pada tanggal 26 Agustus 1995, 25 kuesioner dibagikan kepada responden.
-

Kuesioner yang dibagikan cukup banyak karena pada hari ini showroom Primadona Mobil cukup ramai.

5. Pada tanggal 27 Agustus 1995, 20 kuesioner kembali dibagikan kepada responden.
6. Peneliti mengumpulkan semua kuesioner yang telah diisi oleh responden, menyeleksi kuesioner dan segera melakukan analisis yang diperlukan.

STIKOM SURABAYA
