

UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI HD CAR CARE PONTIANAK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Reinardo Chandra
NPM : 2016610160



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI HD CAR CARE PONTIANAK

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Reinardo Chandra
NPM : 2016610160



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2020**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Reinardo Chandra
NPM : 2016610160
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI
HD CAR CARE PONTIANAK

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2020

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**

(Romy Loice, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama

(Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T.)



PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Reinardo Chandra

NPM : 2016610160

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**UPAYA PENINGKATAN MINAT BELI KONSUMEN DI HD CAR CARE
PONTIANAK**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 12 Juni 2020

Reinardo Chandra

NPM : 2016610160

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan manusia terhadap kebutuhan dalam beraktivitas langsung dan tidak langsung terus meningkat. HD Car Care Pontianak merupakan salah satu salon mobil di Kota Pontianak yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen terkait dengan kendaraan dalam kondisi baik dan prima. Peningkatan jumlah kendaraan di Kota Pontianak setiap tahunnya menunjukkan peluang bisnis dari perusahaan dan persaingan antar salon mobil. HD Car Care hingga saat ini belum mampu mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan. Hal ini diduga terjadi karena rendahnya minat beli konsumen dalam menggunakan jasa di HD Car Care Pontianak. Pada penelitian ini akan dibahas mengenai perbaikan yang dapat dilakukan dalam meningkatkan minat beli konsumen di HD Car Care Pontianak.

Langkah perbaikan pertama merupakan penentuan model, variabel, dan atribut dari wawancara ataupun studi literatur yang dihipotesiskan peneliti memengaruhi minat beli konsumen, hal diatas dikemas dalam bentuk kuesioner dan disebarakan dan pengujian terhadap data dilakukan dengan metode PLS-SEM. Selain itu dilakukan wawancara secara mendalam terhadap responden mengenai kondisi HD Car Care saat ini, dan bertanya langsung dengan bagian pemasaran dan pemilik perusahaan.

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan, dilakukan pengujian validitas dan uji reliabilitas terhadap data. Dengan nilai *path coefficient*, variabel yang memengaruhi minat beli konsumen merupakan harga dan promosi. Variabel harga memiliki 4 atribut, dan promosi memiliki 6 atribut. Berdasarkan faktor yang memengaruhi tersebut, diberikan 8 usulan perbaikan yang telah disesuaikan juga dengan kondisi dari perusahaan.

ABSTRACT

Through the development of human civilization, humans' demand on direct and indirect activity constantly rises. HD Car Care Pontianak is one of car salons in Pontianak that strives to fulfill consumers' need related to vehicle in good and prime condition. The increasing number of vehicles in Pontianak each year shows business opportunities of these companies and competition between car salons. Until now, HD Car Care is still unable to reach the pre-determined target of the company. The low incentive of consumer to use the service in HD Car Care Pontianak is suspected as the source of the issue. This research will discuss the improvement that can be made to increase the incentive of consumers to use the service in HD Car Care Pontianak.

The first improvement step is model determination, variables and attributes from interviews or literature study that hypothesized by the researcher will influence consumers' incentives, those things will be packaged in form of questioner then will be distributed and examined using PLS_SEM method. In addition, in-depth interviews will be conducted towards respondents regarding current condition of HD Car Care, and asking directly to the marketing and company's owner.

Based on the examination that has been conducted, validity and reliability test of the data were done. With path coefficient scores, variables that affect the consumers' incentives are price and promotion. Variable of price has 4 attributes, and promotion has 6 attributes. Based on those factors, 8 improvements that have been adjusted to the company's condition were proposed.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat yang telah diberikan dan penyertaan-Nya sepanjang pengerjaan laporan skripsi ini, yang berjudul “Upaya Peningkatan Minat Beli Konsumen di HD Car Care Pontianak.” Penulis pada kesempatan kali ini ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi, yakni:

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing dengan sabar dan baik serta memberikan masukan dan saran terhadap penulis dalam penyusunan skripsi
2. Ibu Dr. Hotna Marina Rosaly Sitorus, S.T., M.M. dan Ibu Loren Pratiwi, S.T., M.T. selaku dosen penguji sidang proposal skripsi yang telah memberikan masukan terhadap penulis.
3. Pemilik usaha dan pekerja dari HD Car Care Pontianak yang mengizinkan penulis melakukan penelitian
4. Seluruh responden yang telah menyediakan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian.
5. Orang tua, adik penulis dan Farren Nichelle yang memberikan doa dan motivasi terhadap penulis untuk menyelesaikan skripsi.
6. Adi Krisna, Jonathan Dwiki Kurnia, Xander Widjaja, Yeremia Albert dan Samuel yang telah memberikan masukan dan candaan terhadap penulis semasa masa perkuliahan dan memberikan masukan yang membangun.
7. Teman-teman kelompok dari semester-semester sebelumnya, Eleonora Julianti, Hanoum Salsabila, Leotan Saputra, Devina Aprianti, Cindy Idelia dan Martin Sandyawana yang selalu memberikan bantuan dan rela berbagi ilmu.
8. Teman-teman kelas A Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan Angkatan 2016
9. Seluruh pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi yang tidak dapat disebutkan seluruhnya.

Dalam penyusunan laporan penelitian ini tentunya masih terdapat kekurangan dan kesalahan baik dalam pengetikan, penggunaan kata dan permasalahan yang diteliti. Penulis sangat terbuka untuk menerima segala bentuk kritik dan saran yang dapat membangun dan mengembangkan kemampuan penulis dimasa yang akan datang.

Pontianak, Juni 2020

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-10
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	II-1
II.1 Jasa.....	II-1
II.2 Perilaku Konsumen.....	II-2
II.3 Minat Beli.....	II-5
II.4 Salon Mobil.....	II-8
II.5 Metode Pengambilan Sampel	II-10
II.6 Penentuan Jumlah Sampel	II-11
II.7 Metode Pengumpulan Data	II-11
II.8 Structural Equation Modelling (SEM)	II-12
II.8.1 Model Struktural dan Model Pengukuran	II-12
II.8.2 Evaluasi Model Pengukuran.....	II-13
II.8.3 Evaluasi Model Struktural	II-14
BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN.....	III-1
III.1 Identifikasi dan Pendefinisian Konstruk.....	III-1
III.1.1 Minat Beli	III-1
III.1.2 Sikap.....	III-2
III.1.3 Produk	III-3

III.1.4	Harga	III-4
III.1.5	Tempat.....	III-5
III.1.6	Promosi.....	III-6
III.1.7	Media Sosial	III-7
III.2	Penentuan Variabel dan Atribut	III-7
III.3	Pengembangan Alat Ukur	III-12
III.4	Pengumpulan Data	III-18
III.5	Pengolahan Data Kuesioner	III-19
III.6	Pengujian Model dengan PLS-SEM	III-25
III.6.1	Tahap 1 : Pengujian <i>Measurement Model</i>	III-27
III.6.2	Tahap 2 : Pengujian <i>Structural Model</i>	III-31
III.7	Kondisi Salon Mobil HD Car Care	III-33
BAB IV	ANALISIS DAN USULAN PENINGKATAN MINAT BELI.....	IV-1
IV.1	Analisis Hasil Pengujian Hipotesis	IV-1
IV.2	Analisis Penentu Sikap	IV-4
IV.3	Evaluasi Terhadap HD Car Care Pontianak.....	IV-6
IV.3.1	Evaluasi Harga Saat ini	IV-7
IV.3.2	Evaluasi Promosi Saat ini	IV-9
IV.4	Prioritas Usulan Peningkatan Minat Beli	IV-14
IV.5	Analisis Usulan Perbaikan pada HD Car Care Pontianak.....	IV-14
IV.5.1	Analisis Usulan Perbaikan Promosi HD Car Care Pontianak	IV-15
IV.5.2	Analisis Usulan Perbaikan Harga HD Car Care Pontianak..	IV-19
IV.6	Evaluasi Usulan Peningkatan Minat Beli	IV-22
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1	Kesimpulan.....	V-1
V.2	Saran.....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Variabel dan Atribut.....	III-8
Tabel III.2 Rekap Pertanyaan bagian ketiga	III-15
Tabel III.3 Rekap Pertanyaan bagian keempat	III-17
Tabel III.4 Rekapitulasi Profil Responden	III-19
Tabel III.5 Cronbach Alpha dan Composite Reliability	III-27
Tabel III.6 Nilai <i>Outer Loading</i> Data	III-28
Tabel III.7 Nilai AVE.....	III-29
Tabel III.8 Nilai <i>Cross Loading</i>	III-29
Tabel III.9 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	III-30
Tabel III.10 Nilai HTMT	III-31
Tabel III.11 Nilai VIF	III-31
Tabel III.12 Hasil Path Coefficient Structural Model	III-32
Tabel III.13 Indirect Effect.....	III-33
Tabel III.14 Nilai R ² Variabel Independen	III-33
Tabel III.15 Perbandingan Harga Salon Mobil.....	III-35
Tabel IV.1 Urutan Prioritas Variabel.....	IV-14
Tabel IV.2 Usulan Perbaikan Promosi	IV-15
Tabel IV.3 Usulan Perbaikan Harga.....	IV-19
Tabel IV.4 Evaluasi Usulan	IV-23

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Total Penjualan.....	I-2
Gambar I.2 Grafik Jumlah Mobil	I-3
Gambar I.3 Persentase Keinginan Konsumen dalam Merawat Mobil.....	I-4
Gambar I.4 Persentase <i>Awareness</i> Konsumen terhadap Salon Mobil	I-5
Gambar I.5 Pilihan Konsumen yang Mengetahui HD Car Care.....	I-6
Gambar I.6 Prioritas Konsumen dalam Memilih Salon Mobil.....	I-8
Gambar I.7 Metodologi Penelitian.....	I-12
Gambar II.1 Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian.....	II-3
Gambar II.2 Model Penelitian Rachada	II-3
Gambar II.3 Model Penelitian Mehdi.....	II-3
Gambar II.4 Model PLS-SEM.....	II-3
Gambar III.1 Model penelitian terhadap minat beli salon mobil	III-2
Gambar III.2 Jenis Kelamin Responden.....	III-21
Gambar III.3 Umur Responden	III-21
Gambar III.4 Pekerjaan Responden.....	III-22
Gambar III.5 Perawatan Terakhir pada Kendaraan Responden.....	III-22
Gambar III.6 Frekuensi Responden ke Salon Mobil	III-23
Gambar III.7 Jenis Kendaraan Responden	III-23
Gambar III.8 Jenis Jasa yang Diketahui.....	III-24
Gambar III.9 Salon Mobil yang Diketahui.....	III-24
Gambar III.10 Salon Mobil yang Familiar dengan Responden	III-25
Gambar III.11 <i>Path Model</i> Penelitian	III-26
Gambar III.12 Tampak Depan HD Car Care	III-34
Gambar IV.1 Hasil Pengerjaan Agustus 2019.....	IV-8
Gambar IV.2 Hasil Pengerjaan Mei 2020.....	IV-9
Gambar IV.3 Contoh Promosi HD Car Care.....	IV-10
Gambar IV.4 Kartu Garansi HD Car Care	IV-11
Gambar IV.5 Katalog HD Car Care.....	IV-12
Gambar IV.6 Media Sosial HD Car Care.....	IV-12
Gambar IV.7 Inspirasi Diskon dari HD Car Care Cibubur.....	IV-18
Gambar IV.8 Contoh Layanan di Rumah Konsumen	IV-21

BAB I

PENDAHULUAN

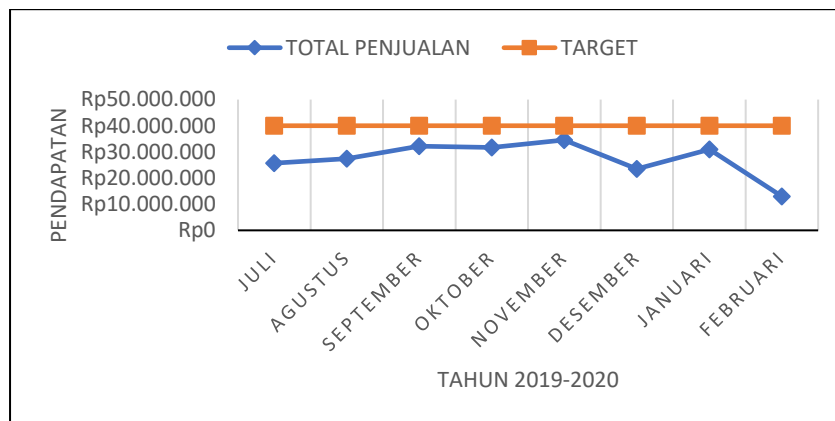
I.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, tuntutan manusia terhadap kebutuhan dalam beraktivitas secara tidak langsung terus meningkat. Kebutuhan tersebut dapat berupa kebutuhan primer yang wajib dipenuhi oleh manusia dengan tujuan untuk bertahan hidup, kebutuhan sekunder yang berguna untuk menunjang kebutuhan manusia dalam menjalani aktivitas seperti kendaraan, benda elektronik dan perabotan rumah tangga; sedangkan kebutuhan terakhir yakni tersier bertujuan untuk menaikkan status sosial dari manusia yang terkait dengan kemewahan dan pemuasan diri. Dari kebutuhan tersebut dapat diketahui bahwa alat transportasi merupakan salah satu penunjang kebutuhan manusia, pada tahun 2017 jumlah kendaraan di Kota Pontianak, Kalimantan Barat mencapai angka 585,033 dan akan terus meningkat seiring dengan bertambahnya populasi. Dari nilai tersebut, jumlah kendaraan berjenis mobil penumpang pribadi bernilai 49,200, mobil penumpang umum bernilai 707 dan mobil penumpang dinas bernilai 2004 (Syahrani, 2018). Berkembangnya jumlah transportasi menyebabkan kebutuhan terhadap perawatan kendaraan dan jasa layanan bengkel kendaraan terus meningkat.

Kebutuhan tersebut mendasari beberapa orang dalam mengambil keputusan untuk membuat tempat perawatan kendaraan yang dapat memenuhi kebutuhan dan ekspektasi dari konsumen. Jenis jasa yang dapat muncul dari kebutuhan tersebut merupakan salon mobil yang menawarkan jasa perawatan terhadap mobil dari interior, eksterior, cuci mobil, hingga membersihkan mesin mobil, kemudian terdapat bengkel mobil yang dapat memperbaiki kerusakan pada mobil, *maintenance* pada mobil dan pergantian alat dan mesin pada mobil. Dengan pertumbuhan usaha tersebut, akan timbul persaingan antar pelaku usaha dalam menarik konsumen, tentunya konsumen akan mencari pelaku usaha yang menyediakan pelayanan yang sesuai dengan ekspektasi dari konsumen yang dapat dilihat dari aspek pelayanan yang baik, menguntungkan dari aspek harga dan kualitas, serta fasilitas yang ditawarkan.

HD Car Care Pontianak merupakan salah satu *franchise* salon mobil yang menyediakan jasa perawatan mobil terkait interior mobil, mesin serta eksterior, yang disediakan oleh HD Car Care dalam paket *Nano Ceramic Coating*, *Nitroseal*, *Total Detailing* dan *carwash* seperti salon mobil pada umumnya. HD Car Care berdiri pada tahun 2019 pada bulan Juli dan telah mengerjakan lebih dari 80 mobil hingga Januari 2020. HD Car Care sendiri berlokasi di samping bengkel Kreasi Motor pada Jalan Letnan Jendral Sutoyo nomor 19A, HD Car Care dan Kreasi Motor dimiliki oleh *owner* yang sama. Terkait dengan karyawan yang bekerja pada HD Car Care, mereka menjalani *training* selama dua bulan di Jakarta yang merupakan pusat HD Car Care di Indonesia.

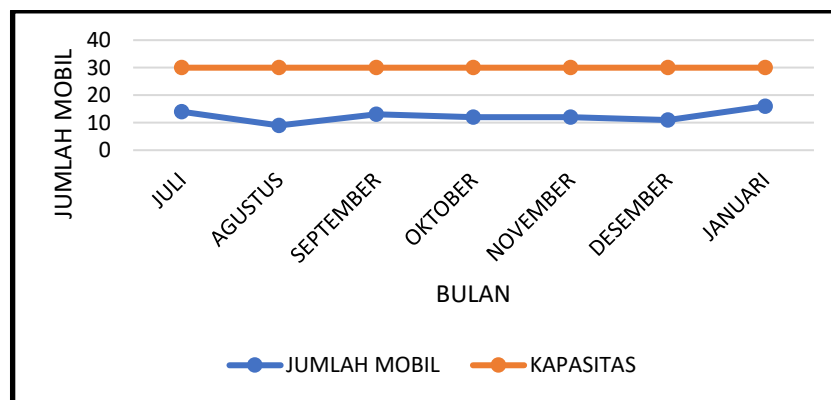
Paket utama yang ditawarkan oleh HD Car Care terbagi menjadi tiga jenis dan berfokus pada *Nano Ceramic Coating* pada mobil. Dengan pertumbuhan kebutuhan akan mobil yang berada pada kondisi prima tersebut, terdapat beberapa saingan salon mobil dengan paket ditawarkan yang berbeda-beda dengan harga dan fasilitas yang berbeda-beda. Persaingan ini membuat pelaku usaha untuk berlomba membuat penawaran menarik untuk konsumen, hal ini mengakibatkan terjadinya fluktuasi dari pendapatan setiap bulan pada HD Car Care yang dapat dilihat pada Gambar I.1 dibawah ini.



Gambar I.1 Grafik Total Penjualan

Berdasarkan Gambar I.1 dapat dilihat bahwa pendapatan berada dibawah nilai Rp. 40,000,000 sedangkan target dari perusahaan dengan kapasitas 30 mobil dalam satu bulan dapat menghasilkan omzet bernilai Rp. 40.000.000. Terdapat peningkatan pada Bulan Januari dan Juli karena pada bulan tersebut HD Car Care memberikan promo diskon serta mengadakan *flashsale*. Pada Gambar I.2 dapat

dilihat grafik mengenai jumlah mobil yang masuk kedalam HD Car Care setiap bulan. Dapat dilihat bahwa nilai tertinggi berada pada bulan November 2019 dengan omzet mencapai Rp. 34,550,000 dan nilai terendah pada bulan Desember 2019 dengan nilai Rp. 23,500,000. Pada bulan Desember pemilik usaha berharap omzet akan meningkat karena kebiasaan sebagian orang Indonesia yang mudik pada saat Hari Raya Natal dan menginginkan mobilnya dalam keadaan bersih.

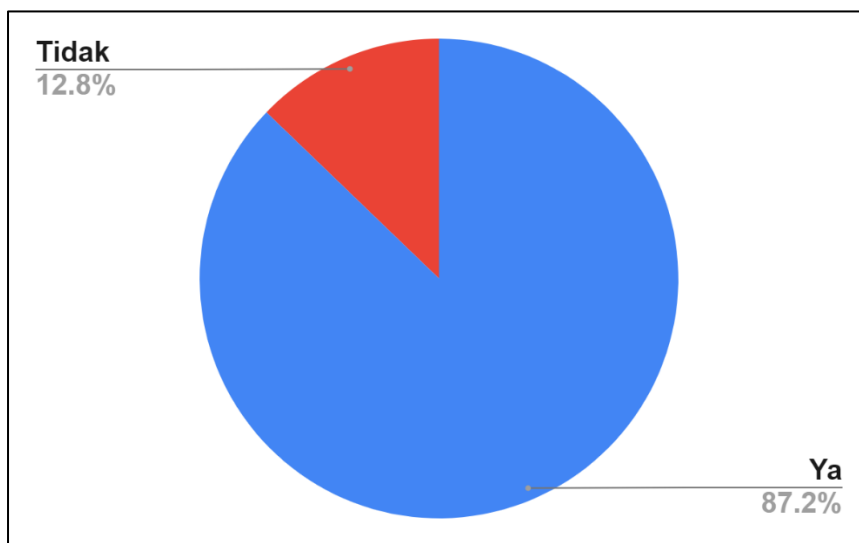


Gambar I.2 Grafik Jumlah Mobil

Berdasarkan Gambar I.2 dapat dilihat bahwa jumlah mobil setiap bulan yang datang berada jauh dari kapasitas perusahaan yakni 30 mobil dalam sebulan dengan empat orang pekerja dan 2 hari pengerjaan untuk satu mobil yang masuk. Pengerjaan yang dimasukkan ke dalam grafik merupakan jumlah dari seluruh jasa yang ada di HD Car Care. Diluar ketiga paket yang disediakan, HD Car Care juga melayani kebutuhan konsumen apabila hanya ingin membersihkan interior, eksterior dan *glass coating*. Dengan kondisi tersebut, dimana kapasitas yang digunakan berada jauh dari kapasitas yang tersedia, akan menyebabkan pekerja menganggur namun perusahaan tetap memberi gaji pada pekerja. Selain itu, fasilitas yang dibeli oleh perusahaan seperti *vacuum cleaner*, mesin poles, *water spray* dan lain-lain akan mengalami depresiasi, hal tersebut secara tidak langsung akan menyebabkan kerugian bagi perusahaan.

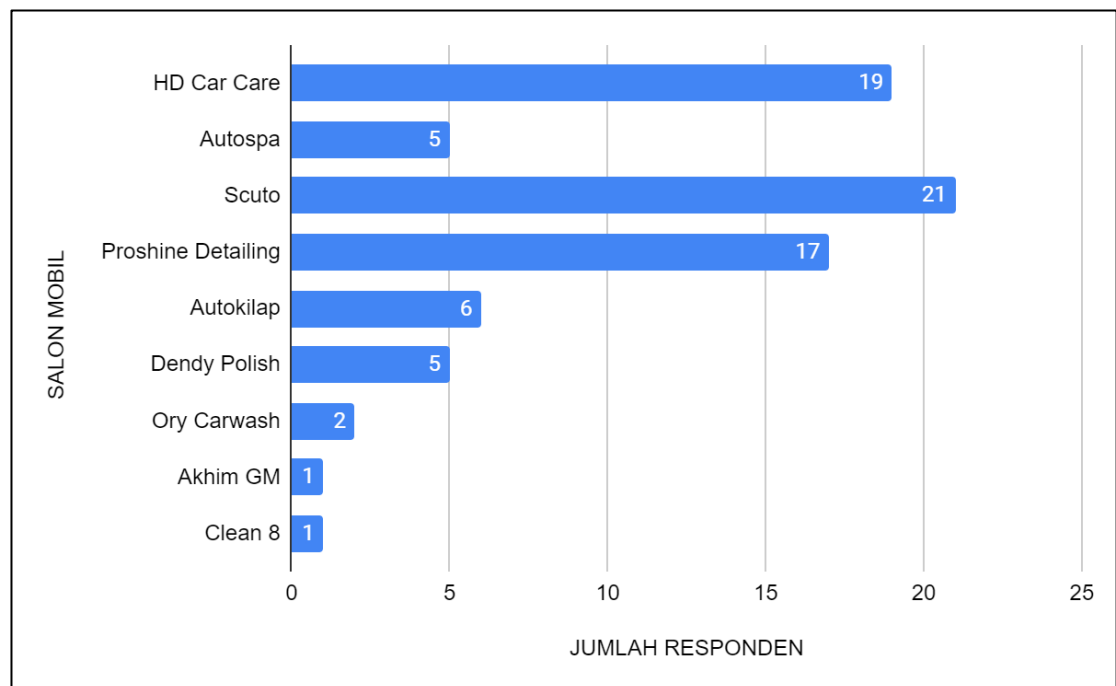
Langkah selanjutnya bertujuan untuk melihat minat dari konsumen di Kota Pontianak terhadap salon mobil telah dilakukan penelitian pendahuluan, dapat dilihat pada Gambar I.3 bahwa sebanyak 87,2% dari 39 responden menginginkan perawatan pada mobilnya terkait dengan membersihkan interior, eksterior dan mesin dari mobil serta mencuci mobil. Dengan nilai 33 responden yang menjawab

berkeinginan dibandingkan dengan 5 responden yang menjawab tidak menginginkan melakukan perawatan pada mobil, merupakan perbedaan yang signifikan dengan umur responden yang bervariasi dan salah satu syarat mengisi kuesioner ini merupakan responden memiliki kendaraan. Dengan melihat pertumbuhan dari jumlah mobil pada Kota Pontianak dan jumlah dari konsumen pada pasar potensial, pemilik mengharapkan dapat meningkatkan jumlah mobil yang masuk ke HD Car Care.



Gambar 1.3 Persentase Keinginan Konsumen dalam Merawat Mobil

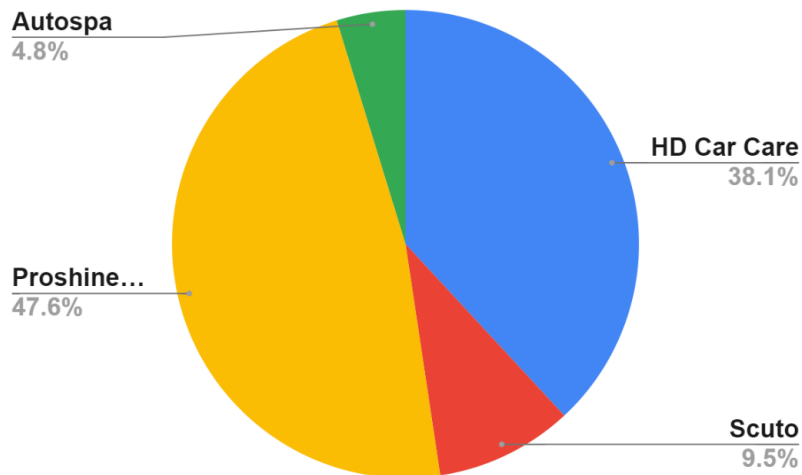
Dengan melihat jumlah mobil penumpang di Kota Pontianak yang tinggi serta minat dari responden sebagai konsumen yang sangat besar, yakni nilai 87,2% sebagai pasar potensial yang dapat dimanfaatkan untuk menarik konsumen menuju HD Car Care belum dilakukan secara maksimal, dapat dilihat berdasarkan kapasitas tersedia yakni 30 mobil, nilai tertinggi hanya berada pada jumlah 16 kendaraan; hal ini berdampak pada pendapatan HD Car Care yang tidak dapat memenuhi target setiap bulannya yakni Rp. 40.000.000. Langkah selanjutnya bertujuan untuk melihat tingkat *awareness* dari responden terhadap salon mobil di Kota Pontianak, hal tersebut bertujuan untuk mengetahui apakah responden di Kota Pontianak mengetahui mengenai salon mobil HD Car Care; hasil dari kuesioner dapat diisi oleh 38 responden yang berada di Kota Pontianak dan memiliki ketertarikan dalam merawat mobil dapat dilihat pada Gambar 1.4.



Gambar I.4 Persentase *Awareness* Konsumen terhadap Salon Mobil

Dari hasil tersebut dapat dilihat salon mobil Scuto mendapatkan persentase paling banyak, dari 37 responden sebanyak 21 orang mengetahui keberadaan Scuto, disusul oleh HD Car Care Pontianak yang diketahui oleh 19 responden dan disusul oleh Proshine Detailing dengan nilai 17 responden. Dengan nilai diatas, secara *awareness* HD Car Care tidak termasuk dalam kategori salon mobil yang tingkat *awareness*-nya rendah berdasarkan nilai HD Car Care, hanya berbeda 2 responden dengan nilai dengan Scuto yang memiliki tingkat *awareness* tertinggi pada kuesioner kali ini dengan nilai 21.

Pertanyaan ini dilanjutkan dengan pilihan konsumen yang mengetahui HD Car Care dalam memilih salon mobil untuk merawat mobilnya, didapatkan hasil dari responden yang sama, namun jumlah responden yang dimasukkan kedalam penilaian merupakan responden yang tertarik untuk melakukan perawatan pada kendaraan atau dengan kata lain, responden yang tidak tertarik untuk melakukan perawatan mobil tidak dimasukkan pada responden selanjutnya. Persentase dari responden yang mengetahui salon mobil HD Car Care dapat dilihat pada Gambar I.5 dibawah ini.



Gambar I.5 Pilihan Konsumen yang Mengetahui HD Car Care

Berdasarkan persentase tersebut, dapat dilihat responden yang mengetahui dan memilih HD Car Care berada pada persentase 38,1% sedangkan pilihan paling banyak didominasi oleh Proshine Detailing dengan nilai 47,6%. Melihat tingkat *awareness* terhadap HD Car Care, serta pasar potensial yang memiliki potensi yang besar, HD Car Care perlu mengetahui apa faktor yang menyebabkan rendahnya minat beli terhadap jasa yang disediakan oleh HD Car Care. Selain mengetahui faktor penyebab rendahnya minat beli, HD Car Care perlu mengimplementasikan solusi-solusi sesuai faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli dari konsumen pada salon mobil.

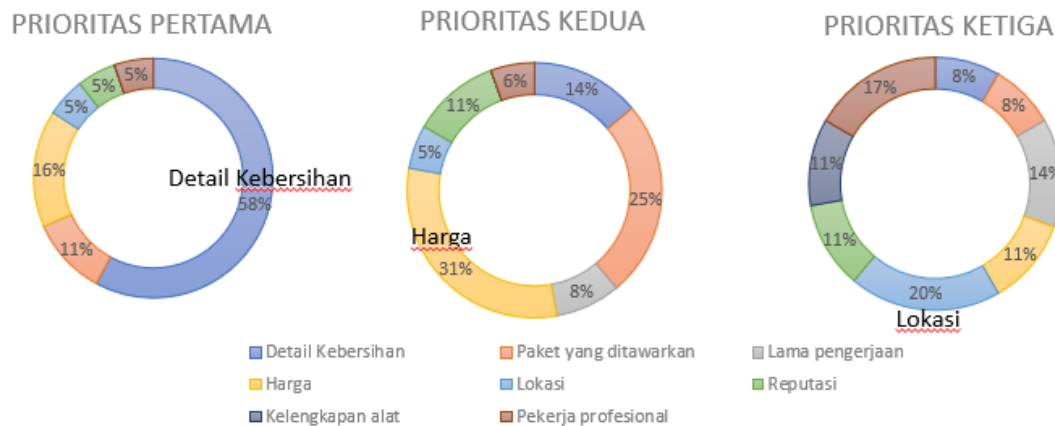
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, diperlukan identifikasi mendalam terhadap layanan dari HD Car Care Pontianak mengenai penyebab dari banyak kendaraan yang tidak memilih untuk menggunakan jasa HD Car Care; maka dilakukan wawancara terhadap pemilik usaha dan konsumen dari salon mobil. Dari pemilik usaha terdapat komplain mengenai hasil akhir dari salon mobil yang kurang maksimal pada jenis jasa *Nano Ceramic Coating*, komplain yang masuk terdiri dari belang pada mobil, masih terdapat goresan halus, hasil *coating* kaca tidak signifikan dan mobil yang kurang mengkilap, kemudian tempat dari HD Car Care yang tidak tertutup menyebabkan debu rentan menempel terhadap *body* dari mobil dan yang terakhir terdapat konsumen yang mengatakan bahwa harga di HD Car Care mahal.

Dilanjutkan dengan kapasitas dari HD Car Care, dari kapasitas 30 mobil, dengan kondisi pemasaran dan pengerjaan saat ini, hanya dapat mendapatkan nilai tertinggi pada nilai 16, hal ini menyebabkan banyaknya waktu mengganggu oleh operator, kebanyakan mobil yang harusnya dikerjakan oleh dua operator dalam dua hari pengerjaan dilakukan dengan empat operator. Hal ini secara langsung menyebabkan target omzet Rp. 40.000.000 tidak tercapai, dan menyebabkan kerugian terhadap perusahaan. Pemilik usaha juga mengeluhkan mengenai sistem pemasaran saat ini yang dapat dikatakan belum maksimal baik dari sosial media Instagram, kerjasama dengan *dealer* mobil dan *salesman* mobil yang masih minim serta kurang serius; dan yang terakhir penyebaran *voucher* atau promosi pada hari raya dinilai tidak sesuai dengan yang konsumen inginkan.

Contoh ketidakefektifan dapat dilihat pada promosi menyambut Hari Raya Imlek, diadakan *flashsale* dengan diskon 25% terhadap 10 mobil pertama, namun hanya didapatkan 5 mobil yang mengikuti promo tersebut padahal promo sendiri jarang diadakan pada HD Car Care, hal ini dapat disebabkan oleh beberapa kemungkinan seperti kurangnya *exposure*, promo yang diberikan tidak sesuai dengan yang konsumen inginkan, atau layanan dari HD Car Care yang tidak sesuai dengan yang konsumen dapatkan terkait paket yang ditawarkan, harga dan hasil akhir.

Melalui identifikasi awal, banyak konsumen yang memilih Proshine disebabkan oleh detail kebersihan dari Proshine Detailing, Proshine Detailing merupakan perusahaan pribadi yang dikerjakan oleh pemiliknya sendiri tanpa karyawan, hal ini diduga menjadi penyebab faktor kebersihan dari Proshine Detailing yang maksimal. Untuk mengetahui lebih lanjut mengapa konsumen memilih salon mobil lainnya dibandingkan HD, konsumen diminta untuk mengurutkan faktor yang dipertimbangkan dalam memilih salon mobil. Berdasarkan penyebaran kuesioner, terdapat delapan faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih salon mobil yakni kebersihan yang mendetail, paket yang ditawarkan, lama pengerjaan, harga, lokasi, reputasi, kelengkapan alat dan pekerja profesional. Pada prioritas pertama hasil yang didapatkan dapat dilihat pada Gambar I.6 dibawah ini.



Gambar 1.6 Prioritas Konsumen dalam Memilih Salon Mobil

Pada prioritas pertama, hasil dari 38 responden memilih kebersihan sebagai prioritas utama dengan persentase 58% dimana hal ini sesuai dengan tingkat detail kebersihan pada Proshine Detailing yang tinggi. Diikuti dengan harga dengan persentase 31% pada prioritas kedua, pada bagian harga, secara harga Proshine Detailing memiliki harga yang paling tinggi diantara salon mobil lainnya, untuk kategori *Large*, Proshine Detailing memberi harga Rp. 6.500.000; sedangkan HD Car Care Rp. 4.250.000 dan Scuto Rp. 4.500.000. Lokasi pada prioritas ketiga dengan persentase 20%, keberadaan Proshine Detailing berada di Pontianak Kota, HD Car Care dan Scuto berada pada Pontianak Selatan. Faktor prioritas ini menjadi prioritas pilihan responden dalam memilih salon mobil, melihat hal tersebut HD Car Care harus memikirkan cara yang tepat dalam meningkatkan minat beli pada perusahaan.

Angelina Rares dan Rotinsulu Jopie Jorie (2015) dalam jurnalnya mengatakan bahwa manajemen yang handal dan perusahaan yang mampu mengantisipasi persaingan serta menjalankan perusahaan dengan cara yang efektif dan efisien, sehingga perusahaan dapat menghasilkan pengembalian yang maksimal. Pada penelitian yang dilakukan oleh Pisitsankkhakarn dan Vassanadumrongdee (2020) terdapat empat faktor yang memengaruhi minat beli terhadap produk remanufaktur otomotif di Thailand yakni harga, promosi, lokasi dan tempat. Selain penelitian Pisitsankkhakarn dan Vassanadumrongdee, terdapat penelitian dari Mehdi et al. (2014) didapatkan bahwa media sosial juga memengaruhi minat beli dari konsumen pada Iran Khodro Company yakni perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif. Penelitian tersebut sesuai

dengan kondisi HD Car Care saat ini yang bertujuan untuk meningkatkan minat beli dari konsumen; dengan mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi minat beli konsumen, dapat diberikan saran dan usulan-usulan yang membantu pemilik usaha dalam memperbaiki kondisi HD Car Care saat ini.

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan, dapat disimpulkan berdasarkan permasalahan diatas dalam rumusan masalah pada penelitian ini. Rumusan masalah tersebut adalah:

1. Bagaimana tingkat minat beli konsumen terhadap jasa yang ditawarkan salon mobil HD Car Care?
2. Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi minat beli konsumen dalam memilih salon mobil?
3. Apa usulan perbaikan yang diberikan pada salon mobil HD Car Care sesuai dengan atribut kualitas jasa yang berdampak pada kepuasan pelanggan?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Terdapat beberapa batasan masalah dalam penelitian yang dilakukan, yang dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pengamatan hanya dilakukan kepada responden yang memiliki kendaraan, yang merupakan target penjualan dari HD Car Care
2. Penelitian hanya dilakukan hingga tahap pemberian usulan.

Selain batasan masalah, penelitian ini menggunakan asumsi dalam mempermudah penelitian merupakan kondisi usaha HD Car Care secara umum tidak mengalami perubahan yang signifikan, sehingga metode serta hasil dari penelitian yang telah dilakukan tidak dipengaruhi.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi dan perumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui tingkat minat beli konsumen terhadap jasa yang ditawarkan salon mobil HD Car Care.
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang memengaruhi niat beli konsumen dalam memilih salon mobil.
3. Memberikan usulan perbaikan pada salon mobil HD Car Care.

I.5 Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian, diharapkan bahwa hasil dari penelitian ini memiliki manfaat bagi pihak yang berhubungan baik langsung dan tidak langsung dengan penelitian ini. Manfaat-manfaat yang diharapkan tersebut adalah sebagai berikut.

1. HD Car Care dapat mengetahui bagaimana tingkat minat beli dari konsumen terhadap jasa yang ditawarkan.
2. HD Car Care dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat beli dari konsumen dalam memilih salon mobil.
3. HD Car Care dapat meningkatkan jumlah pengunjung dengan memperbaiki atribut-atribut kualitas jasa yang berdampak pada kepuasan pelanggan berdasarkan usulan perbaikan yang diteliti pada penelitian ini.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian berisi mengenai langkah-langkah atau metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada penelitian ini. Metodologi penelitian dimulai dengan studi pendahuluan dan diakhiri dengan kesimpulan dan saran. Dibawah ini merupakan uraian dari metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian ini.

1. **Penentuan Topik dan Objek Penelitian**
Pada bagian ini dilakukan penentuan objek penelitian yang akan diteliti, dilanjutkan dengan penentuan topik berdasarkan masalah yang diidentifikasi pada objek penelitian.
2. **Penelitian Awal**
Pada bagian ini dilakukan observasi dengan menggunakan wawancara, untuk mengetahui permasalahan yang terjadi pada objek penelitian. Wawancara dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan wawancara langsung terhadap pemilik HD Car Care Pontianak, hal tersebut didukung oleh studi literatur yang berhubungan dengan permasalahan.
3. **Identifikasi dan Perumusan Masalah**
Identifikasi masalah dilakukan dengan mengumpulkan data pendahuluan yang diperoleh dari data penjualan HD Car Care dan kapasitas yang digunakan pada perusahaan. Dilanjutkan dengan wawancara terhadap

konsumen untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam memilih salon mobil di Pontianak.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Penentuan batasan masalah dan asumsi penelitian dilakukan dengan tujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian yang dilakukan agar usulan yang diberikan secara spesifik sesuai dengan kondisi HD Car Care.

5. Penentuan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Pada bagian ini akan ditetapkan tujuan dan manfaat dari penelitian berdasarkan identifikasi yang telah dipaparkan sebelumnya. Manfaat penelitian dapat diperoleh bagi penulis dan pemilik usaha.

6. Pengembangan Model Penelitian

Pada bagian pengembangan model penelitian dilakukan studi literatur melalui jurnal atau penelitian pendahulu untuk mencari model penelitian yang dapat mempresentasikan permasalahan pada penelitian yang dilakukan. Model penelitian yang digunakan merupakan model penelitian kualitas jasa pada bengkel. Berdasarkan model tersebut, ingin diketahui variabel serta butir pengukuran yang sesuai dengan penelitian ini.

7. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bagian ini akan dilakukan pengumpulan data yang disebarkan melalui kuesioner *online* melalui sosial media dan secara langsung pada lokasi objek pengamatan. Data yang telah dikumpulkan tersebut kemudian diolah menggunakan *software* sehingga dapat menginterpretasikan data yang berhasil dikumpulkan.

8. Pengujian Model Pengukuran

Pengujian model pengukuran dilakukan dengan menggunakan *software* SmartPLS yang sesuai dengan metode perhitungan dari PLS-SEM. Untuk mengetahui reliabilitas dan validitas dari atribut yang digunakan dalam pengukuran.

9. Pengujian Model Struktural

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pengujian hubungan antar variabel untuk mengetahui apakah hipotesis yang telah didefinisikan diawal ditolak ataupun diterima. Hal ini akan menjadi acuan dalam memberi masukan pada objek penelitian.

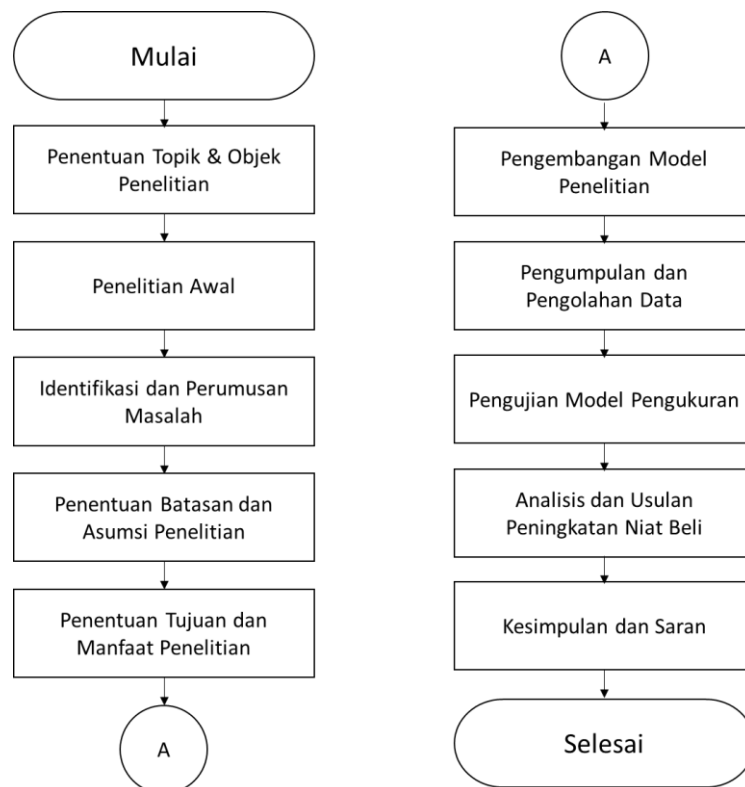
10. Analisis dan Usulan Peningkatan Minat Beli

Pada bagian analisis, akan dilakukan analisis terhadap data yang telah didapatkan, dan pemberian usulan terkait dengan variabel yang berpengaruh, sehingga saran yang diberikan dapat digunakan dan memberikan perubahan yang baik pada objek penelitian.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada bagian kesimpulan dan saran, akan dirangkum secara singkat hasil dari penelitian yang dilakukan beserta rekomendasi terhadap objek penelitian. Kemudian terdapat saran bagi objek penelitian ataupun peneliti lain yang ingin menggunakan penelitian ini sebagai referensi dalam penelitian.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, pada Gambar I.10 dapat dilihat mengenai metodologi penelitian yang disajikan dalam bentuk flowchart.



Gambar I.7 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian sistematika penulisan, akan dijabarkan mengenai sistematika dalam menulis skripsi pada penelitian kali ini. Penelitian ini terdiri dari

5 bab dengan urutan sebagai berikut, pendahuluan, tinjauan pustaka, model penelitian dan pengujian, analisis & usulan perbaikan, dan kesimpulan & saran.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijabarkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang mendukung pengerjaan penelitian ini, seperti dalam metode penelitian yang digunakan, pengumpulan data, pengolahan data, dan analisis yang digunakan untuk memberikan usulan perbaikan pada objek penelitian.

BAB III MODEL PENELITIAN DAN PENGUJIAN

Pada bab ini, akan diuraikan mengenai metode pengumpulan data yang digunakan, dan pengolahan data berdasarkan teori dari tinjauan pustaka. Data yang diolah tersebut diharapkan memberikan kemudahan bagi peneliti untuk menginterpretasikan data.

BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN

Pada bab ini akan berisikan mengenai analisis berdasarkan variabel yang berpengaruh, yang nantinya akan dibuatkan usulan perbaikan untuk mengatasi permasalahan yang ada pada objek penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini akan dipaparkan secara singkat mengenai keseluruhan hasil penelitian dan saran yang dapat diberikan bagi pihak perusahaan.