

**USULAN PENINGKATAN PENJUALAN DI BENGKEL  
DEPOT BAN BERDASARKAN FAKTOR YANG  
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH  
BENGKEL MOTOR**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Margaretha Angeline Tjoe

NPM : 2017610125



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2021**

**USULAN PENINGKATAN PENJUALAN DI BENGKEL  
DEPOT BAN BERDASARKAN FAKTOR YANG  
DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH  
BENGKEL MOTOR**

**SKRIPSI**

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

Disusun oleh:

Nama : Margaretha Angeline Tjoe

NPM : 2017610125



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Margaretha Angeline Tjoe  
NPM : 2017610125  
Program Studi: Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : *USULAN PENINGKATAN PENJUALAN DI BENGKEL DEPOT  
BAN BERDASARKAN FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN  
KONSUMEN DALAM MEMILIH BENGKEL MOTOR*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2021

**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

6 Sept 2021

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Tunggal

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



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
*Bakuning Hyang Mrih Guna Santyaya Bhakti*

## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Margaretha Angeline Tjoe

NPM : 2017610125

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

***“USULAN PENINGKATAN PENJUALAN DI BENGKEL DEPOT BAN  
BERDASARKAN FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN  
DALAM MEMILIH BENGKEL MOTOR”***

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, 2 Agustus 2021

Margaretha Angeline Tjoe  
NPM : 2017610125

## ABSTRAK

Bengkel Depot Ban merupakan bengkel yang menyediakan layanan berupa *service* penggantian ban motor. Depot Ban cabang Bekasi berdiri pada tahun 2019 dimana hasil penjualan menunjukkan penjualan yang stagnan dan tidak mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Pemilik telah melakukan beberapa upaya untuk meningkatkan niat beli konsumen dengan memberikan promosi dan juga menyediakan beberapa fasilitas namun dirasa masih kurang efektif. Berdasarkan wawancara, diketahui bahwa niat beli orang untuk memilih bengkel Depot Ban masih cukup rendah. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi untuk mengetahui faktor yang dapat mempengaruhi niat beli pada bengkel Depot Ban.

Penelitian dilakukan dengan membuat model penelitian berdasarkan identifikasi faktor dan studi literatur dimana didapatkan model penelitian dengan variabel produk, harga, promosi, tempat, proses, orang, dan lingkungan fisik berpengaruh terhadap niat beli. Kemudian dilanjutkan dengan penyusunan kuesioner dan penyebaran kuesioner. Hasil kuesioner akan dilanjutkan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan analisis faktor dan *cronbach's alpha*. Selanjutnya dilakukan pengujian regresi linear berganda menggunakan koefisien determinasi, Uji F, dan Uji T untuk mengetahui hubungan variabel independen dengan niat beli konsumen bengkel Depot Ban.

Berdasarkan pengolahan data, variabel independen yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel produk, harga, promosi, tempat, dan lingkungan fisik. Maka dari itu didapatkan persamaan regresi sebagai berikut  $Y = -1,118 + 0,208 X_{\text{Produk}} + 0,231 X_{\text{Harga}} + 0,104 X_{\text{Promosi}} + 0,245 X_{\text{Tempat}} + 0,214 X_{\text{Lingkungan Fisik}}$ . Dilakukan perhitungan nilai rata-rata niat beli pada Depot Ban yaitu 5,29 dan bengkel lain yaitu 5,81 yang menunjukkan niat beli Depot Ban lebih rendah. Dari hasil tersebut dilakukan analisis dan juga usulan perbaikan untuk variabel yang berpengaruh signifikan. Terdapat 15 usulan perbaikan yang diberikan. Usulan dibagi menjadi 5 kategori yaitu usulan untuk variabel produk, variabel harga, variabel promosi, variabel tempat, dan variabel lingkungan fisik. Beberapa usulan untuk setiap variabel yaitu mengubah bentuk kemasan produk menjadi dibuka sebagian, memperbanyak produk pada rentang harga Rp 100.000 – Rp. 200.000, Membuat *social media* seperti *Instagram* dan *facebook*, menggunakan *neon box*, dan membuat jadwal pembersihan.

## **ABSTRACT**

*Depot Ban Workshop is a workshop that provides services in the form of motorcycle tire replacement services. Depot Ban Bekasi branch was established in 2019 where sales results showed stagnant sales and did not reach the sales target that had been set. The owner has made several efforts to increase the purchasing intentions of consumers by providing promotions and also providing some facilities but it is still not effective. Based on the interview, it is known that people's purchase intention to choose Depot Ban workshop is still quite low. Therefore, identification is required to determine the factors that can affect sales at Depot Ban tire workshops.*

*Research is conducted by creating a research model based on the identification of factors and literature studies where research models obtained with product variables, prices, promotions, places, processes, people, and physical environments affect the buying intention. Then continued with the preparation of questionnaires and the dissemination of questionnaires. The results of the questionnaire will be continued by conducting validity and reliability tests using factor analysis and cronbach's alpha. Furthermore, multiple linear regression tests are conducted using coefficients of determination, F Test, and T Test to determine the relationship of independent variables with the purchase intention of Depot Ban workshop consumers.*

*Based on data processing, independent variables that have a significant effect are product variables, prices, promotions, places, and physical environments. Therefore obtained the regression equation as follows  $Y = -1,118 + 0.208 X_{\text{Products}} + 0.231 X_{\text{Price}} + 0.104 X_{\text{Promotion}} + 0.245 X_{\text{Place}} + 0.214 X_{\text{Physical Environment}}$ . The calculation of the average purchase intention at Depot Ban is 5.29 and other workshops are 5.81 which indicates the intention to buy Depot Ban is lower. From these results, analysis are conducted and also proposed improvements in variables that have a significant effect. There are 15 proposed improvements provided. Proposals are divided into 5 categories, namely proposals for product variables, price variables, promotion variables, place variables, and physical environment variables. Some proposals for each variable are in the form of changing the shape of product packaging to be partially opened, multiplying products in the price range of Rp 100,000 - Rp. 200,000, Creating social media such as Instagram and facebook, using neon boxes, and making cleaning schedules.*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Mahakuasa karena berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “USULAN PENINGKATAN PENJUALAN DI BENGKEL DEPOT BAN BERDASARKAN FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM MEMILIH BENGKEL MOTOR”. Penyusunan skripsi dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk mencapai gelar sarjana pada Program Studi Teknik Industri. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih untuk orang – orang yang telah membantu penulis dalam pembuatan skripsi. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T., selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing, meluangkan waktu, dan mendukung penulis dengan sabar selama proses pembuatan skripsi
2. Ibu Catharina Badra Nawangpalupi, S.T., M.Eng.Sc., MTD., Ph.D. dan Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T., selaku dosen penguji sidang proposal yang telah memberikan kritik dan juga saran kepada penulis.
3. Bapak Hanky Fransiscus, S.T., M.T., dan Bapak Marihot Nainggolan, S.T., M.T., M.S. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah menguji dan memberikan kritik dan saran kepada penulis.
4. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T., selaku dosen koordinator mata kuliah skripsi yang telah menyiapkan mata kuliah skripsi dengan baik.
5. Ibu Anni Noviyani selaku pemilik bengkel Depot Ban yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian skripsi
6. Orang tua, kakak, dan saudara penulis yang selalu mendukung dan memberikan doa kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi.
7. Teman – teman kuliah penulis Marsha Benedicta, Ilyasa' Denish, Anila dimarsa, Felicia Nathania, Caroline Adriana, Jonathan, Felita Cahya, Ricky Vincentius, Irfan Widiyanto, Stanley Surya, Arvin Jonathan, Yoko Gunawan dan teman – teman penulis lainnya yang telah mendukung dan berjuang bersama selama masa perkuliahan.

8. Teman – teman SMA yang senantiasa menemani dan menghibur selama pembuatan skripsi berlangsung.
9. Teman – teman PSM Unpar yang telah menemani dan bernyanyi bersama selama masa perkuliahan. Terima kasih atas waktu dan kenangan yang diberikan.
10. Teman – teman kerja praktik Marsha Benedicta dan Davine Muliauan yang senantiasa menemani dan menghibur selama kegiatan kerja praktik berlangsung. Terima kasih atas kerja sama dan bantuannya selama kerja praktik.
11. Semua orang yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi yang tidak dapat disebut kan satu per satu.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi dapat bermanfaat bagi pemilik. Penulis juga menyadari atas kekurangan dalam penulisan dan penyusunan skripsi. Maka dari itu, penulis terbuka untuk kritik dan saran yang akan diberikan. Penulis memohon maaf atas kekurangan dalam penulisan skripsi dan mengucapkan terima kasih terhadap semua pihak yang terlibat dalam pembuatan skripsi.

Bandung, 2 Agustus 2021

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian .....	I-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-7
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-8
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Perilaku Konsumen .....	II-1
II.2 Keputusan Konsumen .....	II-2
II.3 Teknik <i>Sampling</i> .....	II-5
II.4 Validitas dan Reliabilitas .....	II-6
II.5 Analisis Faktor .....	II-8
II.6 Analisis Regresi .....	II-10
II.7 Model Acuan Penelitian.....	II-12
<b>BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Model Penelitian .....	III-1
III.1.1 Niat Beli .....	III-1
III.1.2 Produk .....	III-2
III.1.3 Harga .....	III-3
III.1.4 Promosi .....	III-3
III.1.5 Tempat .....	III-4

III.1.6 Orang .....	III-4
III.1.7 Proses .....	III-5
III.1.8 Lingkungan Fisik .....	III-6
III.2 Pendefinisian Operasional dan Penentuan Indikator Variabel ....	III-7
III.3 Pengumpulan Data .....	III-9
III.3.1 Penyusunan Kuesioner .....	III-10
III.3.2 Penyebaran Kuesioner .....	III-11
III.4 Profil Responden .....	III-12
III.5 Pengujian Alat Ukur .....	III-15
III.6 Pengujian Model .....	III-20
III.6.1 Uji Multikolinieritas .....	III-21
III.6.2 Uji Homoskedastisitas .....	III-21
III.6.3 Uji Normalitas .....	III-23
III.6.4 Uji Regresi Linear Berganda .....	III-24
<b>BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Instrumen Penelitian .....	IV-1
IV.2 Analisis Profil Responden .....	IV-2
IV.3 Analisis Hubungan Variabel Dependen dengan Independen .....	IV-5
IV.3.1 Analisis Hubungan Produk dan Niat Beli .....	IV-5
IV.3.2 Analisis Hubungan Harga dan Niat Beli .....	IV-7
IV.3.3 Analisis Hubungan Promosi dan Niat Beli .....	IV-8
IV.3.4 Analisis Hubungan Tempat dan Niat Beli .....	IV-9
IV.3.5 Analisis Hubungan Orang dan Niat Beli .....	IV-10
IV.3.6 Analisis Hubungan Proses dan Niat Beli .....	IV-11
IV.3.7 Analisis Hubungan Lingkungan Fisik dan Niat Beli.....	IV-13
IV.4 Analisis Deskriptif Variabel .....	IV-13
IV.4.1 Analisis Nilai Produk .....	IV-14
IV.4.2 Analisis Nilai Harga .....	IV-15
IV.4.3 Analisis Nilai Promosi .....	IV-16
IV.4.4 Analisis Nilai Tempat .....	IV-17
IV.4.5 Analisis Nilai Lingkungan Fisik .....	IV-18
IV.4.6 Analisis Nilai Niat Beli .....	IV-19
IV.5 Usulan Peningkatan Niat Beli Bengkel Depot Ban .....	IV-19
IV.5.1 Usulan Perbaikan Produk .....	IV-19

IV.5.2 Usulan Perbaikan Harga .....	IV-21
IV.5.3 Usulan Perbaikan Promosi .....	IV-21
IV.5.4 Usulan Perbaikan Tempat .....	IV-24
IV.5.5 Usulan Perbaikan Lingkungan Fisik .....	IV-24
<b>BAB V KESIMPULAN SARAN .....</b>	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan .....	V-1
V.2 Saran .....	V-2
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Faktor Pertimbangan Konsumen .....	I-5
Tabel III.1	Definisi Variabel Penelitian dan Indikator .....	III-7
Tabel III.2	Rekapitulasi Profil Responden .....	III-12
Tabel III.3	Uji Kelayakan Sampel .....	III-15
Tabel III.4	Ekstrasi Variabel .....	III-16
Tabel III.5	Korelasi Variabel dengan Atribut .....	III-17
Tabel III.6	Pengelompokan Variabel.....	III-18
Tabel III.7	Konsistensi Alat Ukur.....	III-19
Tabel III.8	Korelasi Variabel Independen.....	III-21
Tabel III.9	Penyebaran Data.....	III-22
Tabel III.10	Uji Normalitas Data.....	III-23
Tabel III.11	Uji Tingkat Pengaruh Variabel Independen terhadap Variabel Dependen .....	III-24
Tabel III.12	Uji Pengaruh Variabel Independen secara Simultan terhadap Variabel Dependen .....	III-24
Tabel III.13	Uji Signifikansi Variabel Independen terhadap Variabel Dependen.....	III-25
Tabel III.14	Rata-Rata Penilaian Responden .....	III-27
Tabel IV.1	Usulan Perbaikan Produk .....	IV-21
Tabel IV.2	Usulan Perbaikan Harga .....	IV-21
Tabel IV.3	Usulan Perbaikan Promosi .....	IV-23
Tabel IV.4	Usulan Perbaikan Tempat .....	IV-24
Tabel IV.5	Usulan Perbaikan Lingkungan Fisik .....	IV-25
Tabel IV.6	Pertimbangan Pemilik Terhadap Usulan Perbaikan .....	IV-25



## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenisnya, Tahun 2017-2019 (Juta Unit) .....	I-1
Gambar I.2	Grafik Penjualan dan Target Penjualan .....	I-3
Gambar I.3	Metodologi Penelitian .....	I-10
Gambar II.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	II-6
Gambar III.1	Model Penelitian .....	III-7
Gambar III.2	Uji Normalitas <i>Probability Plot</i> .....	III-23
Gambar IV.1	Contoh Kemasan Produk .....	IV-20
Gambar IV.2	Contoh Promosi Potongan Harga.....	IV-22
Gambar IV.3	Contoh Promosi Pemberian Hadiah .....	IV-22



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN B MATRIKS ANTI IMAGE

LAMPIRAN C HASIL UJI RELIABILITAS



# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas dasar dilakukannya penelitian. Pada bab ini akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

### I.1 Latar Belakang Masalah

Transportasi merupakan proses pemindahan barang atau manusia dari tempat asal ke tempat tujuan (Nasution, 2013). Terdapat tiga jenis atau moda transportasi yaitu transportasi darat, transportasi air, dan transportasi udara (Kamaluddin, 2003), Setiap jenis transportasi memiliki perbedaan fungsi yang akan disesuaikan dengan kegunaannya. Jenis moda transportasi darat yang banyak digunakan di Indonesia adalah kendaraan bermotor. Berdasarkan Badan Pusat Statistik (2019), peningkatan jumlah kendaraan bermotor yang selalu meningkat merupakan indikator dari tingginya kebutuhan masyarakat terhadap sarana transportasi seiring dengan mobilitas penduduk yang semakin tinggi sehingga pertambahan penduduk akan meningkatkan jumlah permintaan dari kendaraan bermotor. Gambar I.1 menunjukkan jumlah kendaraan bermotor menurut jenisnya dari tahun 2017 sampai dengan 2019.



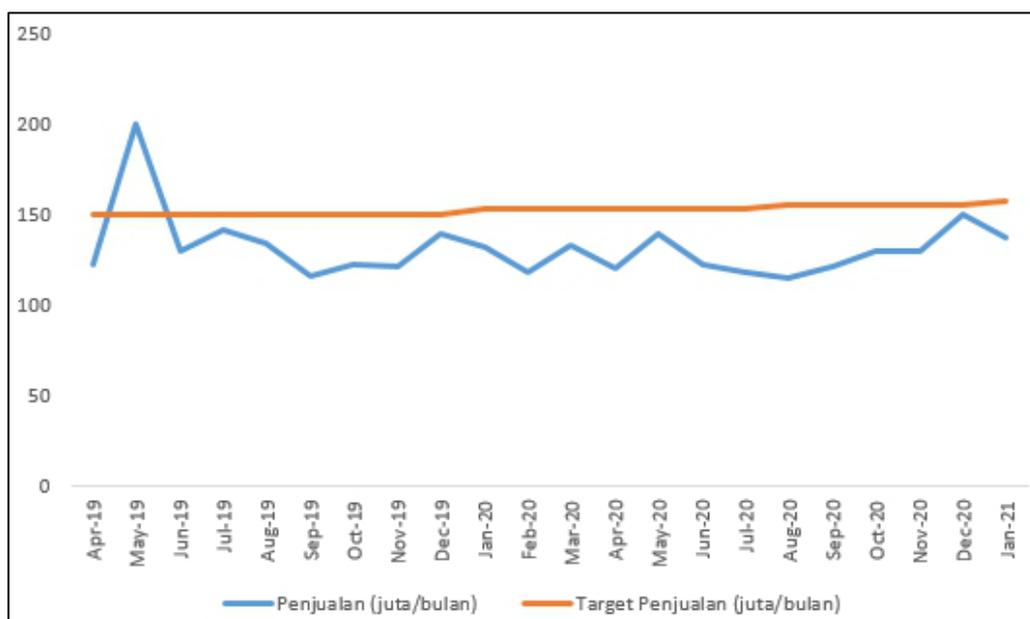
Gambar I.1 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenisnya, Tahun 2017-2019 (Juta Unit)  
(Sumber: Badan Pusat Statistik 2019)

Berdasarkan Gambar I.1, kendaraan bermotor semakin meningkat setiap tahunnya dimana jenis kendaraan bermotor yang paling banyak digunakan yaitu sepeda motor dibandingkan dengan jenis kendaraan bermotor lainnya. Sepeda motor merupakan kendaraan beroda dua, dimana terdapat berbagai jenis sepeda motor yang digunakan di Indonesia. Meningkatnya penggunaan sepeda motor maka kebutuhan *maintenance* sepeda motor juga akan semakin meningkat. Kinerja komponen sepeda motor yang digunakan akan semakin menurun seiring dengan waktu sehingga dibutuhkan *maintenance* yang tepat agar pemakaian sepeda motor dapat digunakan semaksimal mungkin. Salah satu bagian sepeda motor yang perlu diperhatikan yaitu ban sepeda motor. Menurut Setianto (2021), ban merupakan komponen yang penting dalam kendaraan bermotor, ban motor yang sering digunakan, semakin lama akan semakin tipis sehingga daya cengkram yang dimiliki oleh ban terhadap aspal akan berkurang. Pengurangan daya cengkram ban akan mengakibatkan ban terasa lebih licin sehingga dapat membahayakan pengemudi sepeda motor. Maka dari itu ban motor merupakan komponen motor yang harus diperhatikan oleh pengguna untuk meningkatkan keselamatan dan juga keamanan pengendara sepeda motor.

Bengkel ban motor merupakan bengkel yang menyediakan layanan berupa *service* penggantian ban motor, dimana jenis usaha ini merupakan prospek usaha yang baik dan sudah dilakukan oleh banyak pelaku usaha dikarenakan peningkatan jumlah kendaraan sepeda motor di Indonesia yang meningkat. Depot Ban merupakan bengkel ban motor yang memiliki 12 cabang di Indonesia dimana salah satu cabang berada di Bekasi. Depot Ban cabang Bekasi berdiri pada tahun 2019, sehingga bengkel ban motor ini merupakan usaha yang sudah berjalan selama kurang lebih dua tahun. Bengkel ban motor Depot Ban merupakan bengkel yang berfokus pada penggantian ban dan juga terdapat oli motor sehingga produk yang dijual yaitu berupa berbagai jenis ban motor dan oli dengan merek yang bervariasi.

Berdasarkan wawancara oleh pemilik, bengkel Depot Ban menyediakan produk berupa ban dan oli yang cukup lengkap serta harga ditawarkan terjangkau, dan produk yang dijual merupakan produk yang berasal dari distributor langsung dari pabrik. Setiap produk ban akan dilakukan pengecekan terlebih dahulu. Pengecekan dilakukan terhadap kemasan produk dan juga tanggal produksi dari setiap ban yang akan dijual sehingga kualitas produk yang diberikan sudah

terjamin baik. Untuk mengantisipasi habisnya persediaan produk, bengkel Depot Ban sudah mempunyai *safety stock* untuk ban yang umum digunakan pengendara motor sehingga bengkel Depot Ban dapat menjamin ketersediaan produk. Jam operasional bengkel mulai dari pukul 7 pagi hingga 8 malam dan buka setiap hari senin sampai minggu kecuali tanggal merah. Terdapat fasilitas umum yang diberikan yaitu berupa tempat menunggu, *wi-fi*, televisi, toilet, dan fasilitas pembayaran menggunakan kartu debit untuk memudahkan konsumen dalam melakukan transaksi. Bengkel Depot Ban juga menyediakan promosi berupa diskon untuk setiap pembelian produk dan gratis pengisian nitrogen untuk setiap motor. Lokasi bengkel juga cukup strategis karena berada pada jalan utama yang cukup ramai dilalui oleh motor. Berdasarkan wawancara tersebut pemilik merasa bahwa Depot Ban sudah baik, namun terdapat permasalahan pada target penjualan dimana target penjualan yang ditetapkan oleh Depot Ban masih belum tercapai. Berdasarkan observasi dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan, dimana masih terdapat ruang untuk perbaikan yang dapat dilakukan oleh Depot Ban seperti dari segi kebersihan dan kerapihannya. Sejak pertama kali berdiri, bengkel ban motor Depot Ban sudah menetapkan target penjualan setiap bulannya, target penjualan ditetapkan berdasarkan perhitungan yang sudah dilakukan oleh bengkel Depot Ban. Gambar 1.2 merupakan grafik penjualan dan target penjualan Depot Ban.



Gambar 1.2 Grafik Penjualan dan Target Penjualan

Berdasarkan Gambar I.1, diketahui bahwa Depot Ban hanya pernah satu kali mencapai target penjualan yaitu pada bulan Mei tahun 2019. Penjualan pada bulan Mei tahun 2019 mengalami peningkatan penjualan yang cukup signifikan dikarenakan pada bulan tersebut merupakan hari raya idul fitri sehingga kebutuhan bengkel ban motor meningkat. Selain pada bulan Mei tahun 2019, dapat dilihat grafik penjualan setiap bulannya cukup stabil. Target penjualan yang ditetapkan oleh bengkel ban motor Depot Ban meningkat setiap tahunnya. Peningkatan pada target penjualan dilakukan berdasarkan pertumbuhan jumlah motor yang meningkat dan kenaikan harga dari *supplier*, namun hasil penjualan menunjukkan penjualan yang stagnan dan tidak mencapai target sehingga tidak sesuai dengan pertumbuhan yang diharapkan. Target penjualan bengkel Depot Ban dilakukan dengan perhitungan modal serta biaya lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik bengkel ban motor, pemilik mengeluh karena tidak ada peningkatan penjualan. Pemilik belum mengetahui penyebab terjadinya stagnan terhadap penjualan setiap bulannya. Terdapat dugaan penyebab tidak meningkatnya pendapatan dikarenakan bengkel Depot Ban belum mengetahui faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih bengkel ban motor dan juga sudah terdapat bengkel ban motor lainnya. Maka dari itu diperlukan identifikasi untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi penjualan pada bengkel Depot Ban dengan harapan dapat meningkatkan penjualan sehingga target penjualan dapat tercapai.

## **I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah, akan dilakukan identifikasi masalah terlebih dahulu untuk mengetahui penyebab dari pokok permasalahan yang ingin diselesaikan. Berdasarkan wawancara sebelumnya dengan pemilik, diketahui bahwa permasalahan yang dialami pada bengkel Depot Ban yaitu penjualan yang stagnan dan target penjualan yang tidak tercapai. Maka dari itu, dalam upaya untuk meningkatkan peningkatan penjualan, pemilik sudah melakukan promosi yaitu dengan memberikan diskon pada setiap pembelian ban dan gratis pengisian nitrogen untuk setiap konsumen serta membuat brosur. Pemilik mengatakan bahwa belum ada perencanaan promosi lainnya selain yang telah disebutkan. Selain itu pemilik sudah merasa fasilitas yang diberikan sudah baik dan cukup lengkap. Depot ban juga pernah melakukan iklan di salah satu tempat *target*

*market* selama 3 hari dengan membuka *stand* bazar yang menunjukkan berbagai macam jenis ban yang dijual dengan harapan *target market* akan mengunjungi bengkel ban motor yang baru buka di daerah tersebut, namun kegiatan tersebut dirasa masih kurang efektif karena mayoritas lebih memilih bengkel lain.

Selain wawancara dengan pemilik, dilakukan juga wawancara dengan konsumen dan *target market* dari bengkel Depot Ban yaitu orang yang mempunyai motor. Wawancara dilakukan dengan konsumen untuk mengetahui alasan konsumen dalam memilih bengkel Depot Ban sebagai tempat *service*. Terdapat total sebanyak 13 konsumen yang diwawancarai. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada konsumen, sebagian besar konsumen memilih bengkel Depot Ban dikarenakan lokasi yang dekat dengan tempat tinggalnya, dan terdapat konsumen yang memilih karena sering melewati bengkel Depot Ban. Konsumen yang memilih Depot Ban merasa harga produk dan pelayanan yang diberikan sudah cukup baik sehingga terdapat beberapa konsumen yang pernah melakukan pembelian sebelumnya ke bengkel Depot Ban, Konsumen yang datang kembali ke bengkel Depot Ban juga sudah merasa cukup puas dengan produk dan jasa yang diberikan.

Wawancara dilakukan kepada *target market* sekitar bengkel Depot Ban untuk mengetahui faktor - faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel Depot Ban. Wawancara dilakukan kepada 20 orang *target market*, hasil wawancara menunjukkan 7 dari 20 orang *target market* memilih bengkel Depot Ban sebagai tempat *service* dan 13 orang *target market* tidak memilih Depot Ban sebagai tempat *service*. Berdasarkan hasil wawancara dengan orang yang tidak memilih Depot Ban, mayoritas memilih bengkel motor yang dekat dengan tempat tinggalnya serta harga yang diberikan. Selain itu reputasi bengkel ban motor yang memiliki reputasi yang baik juga menjadi pertimbangan. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan didapatkan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel ban motor. Berikut merupakan tabel rekapitulasi faktor yang dipertimbangkan konsumen.

Tabel I.1 Faktor Pertimbangan Konsumen

No	Faktor	Frekuensi
1	Harga	17
2	Lokasi	15
3	Produk	13

(lanjut)

Tabel I.1 Faktor Pertimbangan Konsumen (Lanjutan)

No	Faktor	Frekuensi
4	Pengalaman	10
5	Reputasi	9
6	Keahlian Pekerja	8
7	Promosi	5
8	Rekomendasi	5
9	Peralatan	2

Berdasarkan Tabel I.1 dapat diketahui terdapat sembilan faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel ban motor. Faktor yang pertama merupakan harga, faktor ini memiliki frekuensi yang paling tinggi dibandingkan dengan faktor lainnya sehingga harga merupakan salah satu faktor yang paling dipertimbangkan konsumen untuk memilih tempat bengkel ban motor. Kemudian faktor kedua yaitu lokasi, penentuan lokasi juga menjadi pertimbangan dalam menentukan bengkel ban motor. Berdasarkan wawancara, responden lebih memilih lokasi yang dekat dengan tempat tinggal. Faktor selanjutnya yaitu berdasarkan produk yang dijual dikarenakan terdapat berbagai jenis merek dan ukuran dari ban motor sesuai dengan jenis motor yang digunakan. Faktor pengalaman juga menjadi pertimbangan dimana responden memilih bengkel ban motor berdasarkan pengalaman yang sudah pernah dilakukan dalam melakukan servis. Kemudian reputasi yang baik dapat memberikan pandangan terhadap konsumen bahwa bengkel ban motor tersebut sudah terpercaya atau tidak. Faktor keahlian pekerja juga dipertimbangkan dimana pekerja yang ahli dapat memberikan kepuasan pada konsumen. Promosi yang diberikan juga dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasa bengkel motor. Faktor rekomendasi juga merupakan faktor yang dipertimbangkan, rekomendasi menunjukkan kepercayaan responden kepada orang lain dalam memilih bengkel ban motor, dan terakhir yaitu berdasarkan peralatan yang merupakan alat-alat yang digunakan untuk melakukan *service* pada motor.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, saat ini bengkel ban motor Depot Ban hanya berfokus terhadap produk yang dijual, pemilik harus mengetahui dan mengerti mengenai faktor-faktor lainnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih bengkel ban motor agar dapat dilakukan usulan perbaikan. Untuk mengidentifikasi faktor yang dapat mempengaruhi konsumen, diperlukan studi literatur terlebih dahulu. Terdapat beberapa studi

literatur yang dilakukan, dimana studi literatur menunjukkan faktor-faktor yang dinyatakan oleh konsumen memiliki pengaruh terhadap niat beli. Akan tetapi literatur yang ada belum meneliti dalam konteks servis ban, dikarenakan literatur yang meneliti mengenai bisnis motor memiliki konteks dan karakteristik yang berbeda dengan bisnis yang diteliti pada penelitian. Maka dari itu, studi untuk meneliti faktor yang berpengaruh terhadap niat beli penting untuk dilakukan. Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan akan dibuat beberapa rumusan masalah. Berikut merupakan rumusan masalah pada bengkel Depot Ban

1. Faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel ban motor?
2. Bagaimana persepsi konsumen terhadap bengkel Depot Ban berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen?
3. Usulan apa yang dapat diberikan untuk meningkatkan niat beli pada bengkel Depot Ban?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Pada penelitian dibutuhkan pembatasan masalah dan asumsi penelitian agar pembahasan yang dilakukan lebih fokus dan tidak menyimpang dari permasalahan. Berikut merupakan pembatasan masalah pada penelitian.

1. Penelitian dilakukan menggunakan data penjualan dari bulan April 2019 sampai dengan Februari 2021 untuk latar belakang masalah.
2. Penelitian yang dilakukan sampai tahap usulan perbaikan.

Penelitian dilakukan untuk memudahkan dan mempercepat penelitian.

Asumsi pada penelitian yaitu tidak ada perubahan lokasi serta harga produk dan jasa serta fasilitas pada bengkel Depot Ban.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah, maka dapat diketahui tujuan penelitian. Berikut merupakan tujuan penelitian pada bengkel Depot Ban.

1. Mengetahui faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih bengkel ban motor.
2. Mengetahui persepsi konsumen terhadap bengkel Depot Ban berdasarkan faktor yang dipertimbangkan konsumen.

3. Memberikan usulan untuk meningkatkan niat beli pada bengkel Depot Ban.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat untuk pemilik usaha dan pembaca. Berikut merupakan manfaat dari hasil penelitian yang dapat diberikan.

1. Pemilik usaha bengkel Depot Ban dapat menerapkan usulan yang telah diberikan untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi pada perusahaan.
2. Penelitian yang sudah dilakukan dapat digunakan sebagai referensi untuk pembaca dan penelitian selanjutnya.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Metodologi penelitian merupakan tahapan – tahapan yang dilakukan sebagai acuan atau pedoman dalam melakukan penelitian. Metodologi penelitian digunakan agar penelitian yang dilakukan lebih terstruktur dan sistematis. Bagan dari metodologi penelitian dapat dilihat pada Gambar I.3. Berikut merupakan penjelasan untuk setiap metodologi penelitian.

1. Penelitian Pendahuluan  
Pada tahap ini akan dilakukan penelitian pendahuluan yang dilakukan dengan dengan observasi dan wawancara terhadap pemilik bengkel Depot Ban. Penelitian pendahuluan dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dialami oleh perusahaan dan akan dilakukan penelitian.
2. Identifikasi dan Perumusan Masalah  
Pada tahap ini akan dilakukan identifikasi dan perumusan masalah, identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pemilik, konsumen dan *target market*. Setelah mengetahui identifikasi masalah maka akan dibuat rumusan masalah sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. **Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian**  
Pada tahap ini akan dilakukan penentuan batasan dan asumsi penelitian yang dilakukan agar penelitian lebih terfokus terhadap permasalahan yang akan diteliti.
4. **Studi Literatur**  
Pada tahap ini akan dilakukan studi literatur yang akan digunakan sebagai dasar dalam melakukan penelitian. Studi literatur dilakukan dengan menggunakan teori-teori yang sesuai dengan penelitian berdasarkan sumber seperti buku, jurnal, dan internet.
5. **Pengembangan Model Penelitian**  
Pada tahap ini akan dilakukan pengembangan model penelitian berdasarkan faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dan menggunakan model penelitian sebelumnya dari studi literatur. Pengembangan model penelitian dilakukan untuk mengidentifikasi variabel dan juga indikator yang digunakan terhadap niat beli konsumen.
6. **Pengumpulan Data**  
Pada tahap ini akan dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Pembuatan kuesioner ditentukan berdasarkan indikator yang telah ditentukan dari hasil pengembangan model penelitian. Selanjutnya data hasil kuesioner akan digunakan untuk pengolahan data.
7. **Pengujian Alat Ukur**  
Pada tahap ini akan dilakukan pengujian alat ukur dengan uji validitas dan reliabilitas berdasarkan data yang didapatkan dari hasil kuesioner. Uji validitas dilakukan untuk menguji seberapa tepat alat ukur pada penelitian dan uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa konsisten hasil pengukuran pada penelitian. Jika alat ukur yang digunakan tidak valid maka harus dilakukan kembali ke tahap pengumpulan data dan pembuatan kuesioner.
8. **Pengujian Model**  
Pada tahap ini akan dilakukan pengujian model menggunakan Uji Regresi Linear Berganda untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara signifikan untuk setiap variabel yang akan digunakan dalam pembuatan usulan perbaikan. Uji regresi linear berganda dapat menunjukkan

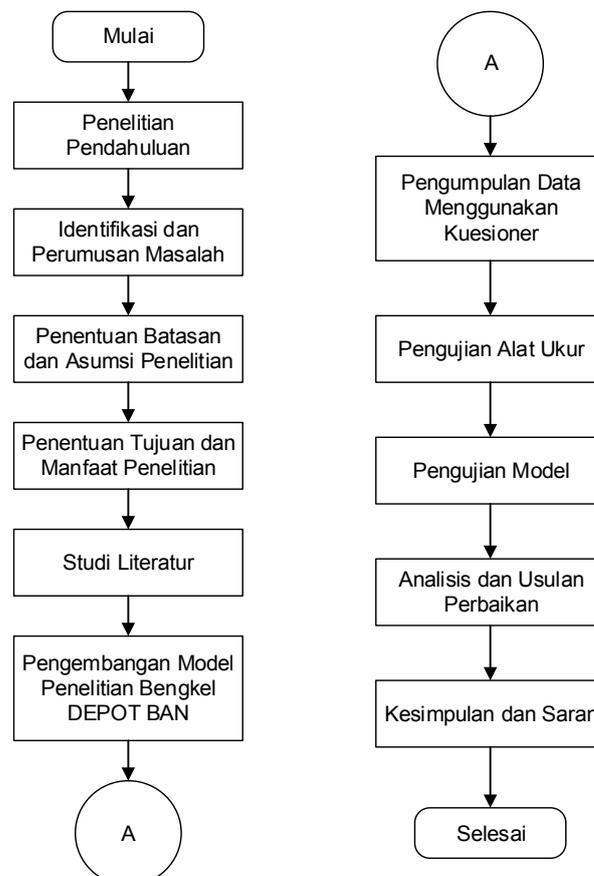
pengaruh yang diberikan oleh setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

9. Analisis dan Usulan Perbaikan

Pada tahap ini akan dilakukan analisis dan usulan perbaikan. Analisis dilakukan dengan menggunakan data-data yang telah diolah dan diuji. Usulan perbaikan dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap pemilik serta dengan pegawai dan konsumen pada bengkel Depot Ban. Berdasarkan hasil analisis maka akan dilakukan usulan perbaikan berdasarkan faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan kesimpulan dan saran. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil dari penelitian dengan menjawab rumusan masalah. Saran diberikan untuk memperbaiki permasalahan pada bengkel Depot Ban.



Gambar 1.3 Metodologi Penelitian

## **I.7 Sistematika Penulisan**

Penulisan dalam penelitian dibagi menjadi 5 bab yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan data dan pengujian model, analisis dan usulan perbaikan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan penjelasan untuk setiap bab dalam penelitian.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab I akan dipaparkan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab II akan dipaparkan mengenai teori yang akan digunakan dalam penelitian untuk menjadi acuan dalam melakukan penelitian. Teori yang digunakan diambil berdasarkan jurnal, artikel, dan buku untuk membantu dalam melakukan penelitian.

### **BAB III PENGEMBANGAN DAN PENGUJIAN MODEL**

Pada bab III akan dipaparkan mengenai proses dari penelitian. Proses penelitian terdiri dari pembuatan model penelitian, pengumpulan data, dan pengolahan data. Hasil yang diperoleh akan dilanjutkan untuk analisis dan usulan perbaikan.

### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab IV akan dipaparkan analisis berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selanjutnya akan dibuat usulan berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab V akan dipaparkan kesimpulan dan juga saran mengenai hasil penelitian. Kesimpulan dibuat berdasarkan tujuan dari penelitian dan saran digunakan untuk membantu dalam penelitian selanjutnya.

