

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif terdiri atas suatu rangkaian teknik interpretasi yang akan menjelaskan, mentransformasikan, menerjemahkan dan menjelaskan makna, bukan frekuensi dari suatu kejadian dalam dunia sosial yang kurang lebih terjadi secara alami (Cooper & Schindler, 2006). Penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena yang dialami subjek yang diteliti seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya secara holistik.

Denzin dan Lincoln (2005:71) berpendapat bahwa penelitian dengan pendekatan ini tidak mengutamakan besarnya jumlah populasi, bahkan sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah dapat menjelaskan fenomena yang diteliti dan sudah mendalam, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Penelitian ini lebih mengutamakan pada kualitas data dibandingkan kuantitas data.

Penelitian ini bersifat deskriptif analisis, dimana analitis (analisis) yang artinya menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah bersifat analisis, proses pemecahan masalah yang dimulai dengan dugaan dan kebenarannya. Sedangkan analisa deskriptif dilakukan terutama untuk tujuan pemecahan masalah yang terjadi pada masa sekarang. Mengutip pendapat Satori (2011:25), penelitian kualitatif tidak hanya upaya mendeskripsikan data tapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yang tepat yang dipersyaratkan cara ini yaitu wawancara yang mendalam,

observasi dan studi dokumen. Dengan demikian pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran (penjelasan) secara rinci tentang keadaan lingkungan bisnis dan pasar yang dihadapi oleh PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors serta gambaran secara umum strategi yang sebaiknya dilaksanakan sebagai upaya memenangkan persaingan dan penelitian ini bersifat memperbaiki atau melengkapi atau memperbaharui atau menyempurnakan teori mengenai analisis daya saing perusahaan otomotif yang ada berdasarkan perkembangan dan perubahan fakta terbaru.

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti tergolong pada studi kasus *intrinsic*, dimana penelitian dilakukan dikarenakan ketertarikan peneliti pada kasus ini, penelitian kualitatif dengan menggunakan studi kasus adalah sebuah metode penelitian yang secara khusus menyelidiki fenomena kontemporer yang terdapat dalam konteks kehidupan nyata, yang dilaksanakan ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteksnya belum jelas, dengan menggunakan berbagai sumber data dalam kaitannya dengan waktu dan tempat.

3.2. Teknik Pengumpulan Data dan Analisis

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2010:224) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Untuk memperoleh data yang akan digunakan, penelitian dilakukan dengan studi lapangan. Pada tahapan ini penulis berusaha mengumpulkan data berupa:

1. Data Primer

“Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya”. Dalam penelitian ini data diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada responden.

2. Data Sekunder

“Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.” Dalam penelitian ini data diperoleh melalui buku teori, karya ilmiah, jurnal yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

Data primer diperoleh langsung dari PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors yang menjadi obyek penelitian. Data sekunder berupa jumlah jaringan bisnis, kegiatan pemasaran dan data pendukung lainnya.

Proses pengumpulan data dilakukan secara kualitatif dengan mengadakan wawancara mendalam secara tidak terstruktur. Menurut Satori (2011;129) *Interviewee* pada penelitian kualitatif adalah informan yang padanya pengetahuan dan pemahaman di peroleh. Tujuan dari wawancara ini dimaksudkan agar dalam melakukan penelitian di lapangan secara langsung peneliti dapat mengajukan pertanyaan kepada sumber data secara bebas dan lebih leluasa. Dengan keadaan yang demikian diharapkan wawancara dapat berjalan dengan luwes untuk memperoleh informasi yang lebih banyak dan tidak menimbulkan kejenuhan antara peneliti dan informan. Wawancara dilaksanakan langsung oleh peneliti terhadap pimpinan dan staff dari PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors yang dianggap memiliki cukup informasi yang diperlukan serta mengerti akan permasalahan yang

diajukan. Selain itu studi lapangan juga dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data kuantitatif, baik dari data internal PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors maupun data eksternal yang diperoleh dari berbagai sumber.

3.2.1. Metode Analisis Data

Data dalam penelitian ini akan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis eksternal dengan Five Force Porter, menentukan faktor-faktor pesaing baru, persaingan antar perusahaan sejenis, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok (Hitt. 2011:50) dan dilanjutkan dengan analisis SWOT (Kesempatan dan Peluang), sedangkan analisis internal perusahaan dilakukan dengan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan dimana hasilnya akan dirangkum dalam tabel IFE dan EFE yang dimiliki perusahaan dalam rangka mengetahui strategi bersaing yang paling tepat diterapkan untuk menghadapi persaingan industri. Langkah-langkah yang digunakan untuk menyusun IFE dan EFE adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi faktor-faktor sukses kunci utama baik internal maupun eksternal yang menjadi kekuatan dan kelemahan PT KTB.
2. Analisis kekuatan dan kelemahan PT KTB yang meliputi diantaranya yaitu seputar profil perusahaan, kemudian menyusun *Internal Factor Evaluation* (IFE). IFE merupakan salah satu cara mengelompokkan faktor-faktor internal ke dalam kategori yang berlaku umum, IFE juga digunakan untuk

menganalisis seberapa baik manajemen perusahaan tertentu merespon faktor-faktor tersebut. (Wheelen & Hunger. 2012:164)

3. Analisis peluang dan ancaman lingkungan eksternal yang dihadapi PT KTB meliputi: kompetisi, teknologi dan harga, disusun dengan *External Factor Evaluation* (EFE). EFE merupakan salah satu cara mengelompokkan faktor-faktor eksternal ke dalam kategori yang berlaku umum yakni peluang dan ancaman. EFE juga digunakan untuk menganalisis seberapa baik manajemen perusahaan tertentu merespon faktor-faktor tersebut. (Wheelen & Hunger. 2012:164)
4. Kemudian menentukan bobot dari faktor-faktor kunci sukses, pada tahap ini akan dilakukan pembobotan oleh responden, besarnya bobot menunjukkan strategis indikator variabel penentu terhadap keberhasilan perusahaan.
5. Hasil dari analisa SWOT akan melahirkan faktor-faktor utama baik dari lingkungan eksternal maupun internal. Analisis SWOT juga menunjukkan kelebihan dan kekurangan utama yang dimiliki perusahaan begitu juga peluang dan ancaman yang berasal dari luar perusahaan.
6. Selain dari kajian secara eksternal dan internal, peneliti juga akan melanjutkan dengan analisis *Perceptual Mapping* untuk mempertajam analisis sehingga nantinya dapat memformulasikan strategi bersaing PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors, dimana metode tersebut bertujuan untuk mencari solusi yang lebih baik secara permanen dan terus-menerus dengan teknik membandingkan organisasi PT. KTB dengan organisasi lain

dan solusi tersebut digunakan untuk memperbaiki keuntungan kompetitif organisasi.

3.3. Validitas dan Reliabilitas Data

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji validitas menggunakan *Trustworthiness*, yaitu menguji kebenaran serta kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialaminya, dirasakan atau dibayangkan. Menurut Kriyantoro (2008:70), *Trustworthiness* ini mencakup dua hal yaitu:

1. Authenticity, yaitu memperluas konstruksi personal yang diungkapkan. Penulis memberi kesempatan dan memfasilitasi pengungkapan konstruksi personal yang lebih detail, sehingga mempengaruhi mudahnya pemahaman yang lebih mendalam.
2. Analisis triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban di cross-check dengan data yang ada.

Sugiyono (2010:125) mengungkapkan bahwa ada beberapa macam triangulasi yaitu triangulasi teori, triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini penulis menggunakan salah satunya, yaitu triangulasi teori dan triangulasi sumber, dengan keterangan sebagai berikut :

a. Triangulasi teori :

Memfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu dan dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

b. Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh sumber yang berbeda. Misalnya membandingkan hasil pengamatan dengan hasil wawancara, membandingkan apa yang dikatakan oleh umum dengan yang dikatakan pribadi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Rahayu, (2010). Analisis Sumber Daya Sekolah dan Program Penciptaan Nilai dalam Meningkatkan Daya Saing Sekolah. *Management Strategic Review*, 50.
- Arli, Daryanto, A., & Hendarawan, D.S. (2012). Strategi Peningkatan Daya Saing Rumah Potong Ayam PT XYZ. *Manajemen & Agrobisnis Review*, 70, 41-45.
- Barney, J. B., (1986). Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage? *Academy of Management Review*, Vol. 11, No. 3, pp. 656-665
- Barney, Jay, (1991). Firm Resource and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17:99-120.
- Barney, Jay, (2001). The Resource-Based View of The Firm : Ten Years After 1991. *Academy of Management Review*, 27: 625-641.
- Blink, E. (2011). Dasar-dasar Otomotif (general). Retrieved from <http://sahrurrodi.blogspot.com/2011/12/dasar-dasar-otomotif-general.html>.
- Budi Gautama Siregar. (2016). Penerapan Model Integrasi Dalam Resources-Based View Sebagai Strategi Bersaing Perusahaan Dalam Pandangan Islam. Padangsidempuan, Sumatera Utara: Jurnal Ilmu Ekonomi.
- Charles W. Hill, Gareth R. Jones, and Melissa A. Schilling (2013). *Strategic Management*, 11th Edition, Cengage Learning.

- Christine V. Bullen, John F. Rockart (1981). *A Primer on Critical Success Factors*. Center for Information System Research Sloan. School of Management Massachusetts Institute of Technology.
- David, Fred. R. (2005). *Strategic Management*, Edisi ke-10. Jakarta: Salemba Empat.
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler. (2006), *Bussines Research Methods*, 9th edition. McGraw-Hill International Edition.
- Erlina (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: USU Press.
- Gower, John et al., (2010). *Perceptual Maps: The Good, The Bad and The Ugly*. Erasmus University. February 25.
- Haming, Murdifin & Nurnajamuddin, Mahfud (2014). *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hill, C.W.L., & Jones, G.R. (2008). *Strategic Management*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- Hitt, Michael A, and Ireland, R. Duanne, Hoskisson. (2011). *Manajemen Strategis, Konsep Daya Saing dan Globalisasi*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- J.D., Hunger. & T.L, Wheelen. (2000). *Strategic Management*. Edisi ke-7. New York: Prentice-Hall International.
- Japarianto, Edwin (2015). *Analisa Perbandingan Store Image Konsumen antara Hypermarket, Toko Independen dan Hypermarket di Pusat Perbelanjaan*. *Jurnal Managemen Pemasaran*. Surabaya: Universitas Kristen Petra. 2015: 64-70).

- Kotler, Philip dan Amstrong. (2006: 193). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane (2019). *Marketing Management*, Edisi ke -13. Jakarta: Erlangga.
- Kluyver, C.A. de., & Pearce II, J.A. (2006). *Strategy: a view from the top*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kriyantoro, Rachmat. (2008). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Michaels E, Dobbs. (2014). *Guidelines for Applying Porter's five frameworks: a set of industry analysis templates*. Competitiveness Review Emerald Group Publishing Limited Vol.24 No.1.
- Mintzberg, Henry et al. (1998). *Strategy Safari: A Guided Tour Through the Wilds of Strategic Manajement*. New York: The Free Press, hal. 262.
- Muharam, Dani Rahadian. (2017). Penerapan Konsep Resources-Based View (RBV) Dalam Upaya Mempertahakan Keunggulan Bersaing Perusahaan. *Strategic Management Review*. New York: Jurnal Ilmu Administrasi.
- Muhardi (2007). *Strategi Operasi Untuk Keunggulan Bersaing*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mullins, J.W. & Walker Jr, Orville C. (2013), *Marketing Management (8ed), A Strategic Decision - Making Approach*, New York: McGraw Hill.

- Normann, R. 1971. Organizational Innovativeness: Product Variation and Reorientation. *Administrative Science Quarterly*, Vol. 16, No. 2, pp. 203-215.
- Oktavia, Miftahur R. (2017). Analisis Perceptual Mapping Value Proposition Dalam Pemilihan Produk-Produk Berbasis E-Commerce, Studi pada Konsumen Uber, Grab dan Go Jek di Surabaya. *Administrasi Bisnis Review*, Vol.50 no.1 September 2017..
- Pandian, J. Rajendran & Mahoney, Joseph T., (1992). The Resource Based View Within The Conversation of Strategic Management, *Journal Strategic Management*, Vol.13, No. 5 (Jun, 1992), 363-380.
- Pearce, J.A. & Robinson, R.B. (2011). *Strategic Management: Formulation, Implementation, and Control*, (12th Ed.). New York: McGraw Hill
- Porter, M. E. (2008). *On competition, updated and expanded edition*. New York (USA): A Harvard Business Review Book, hal.53, 57, 62-63.
- Porter, M. E. (2007). The Understanding Industry Structure. *Harvard Business Review*, 9-707-493 Revaugust 13.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nation*. First Edition, New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1989). *Strategi Bersaing Teknik Menganalisa Industri dan Pesaing*. Alih Bahasa : Ir. Agus Maulana, Erlangga.
- Porter, M. E. (1986). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, Published by Simon and Schuster Newyork.

- Rangkuti, Freddy (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia, h.13.
- Retno Indriartiningtias (2007). Analisis Key Success Factors dalam menunjang pencapaian keunggulan bersaing di LBB X Surabaya. *Jurnal Ilmiah Teknik dan Manajemen Industri*. Madura: Universitas Trunojoyo Madura.
- Saptana (2010). Micro-macro Conceptual Review of Competitiveness and Agricultural Development Strategy. *Economic Review*, 3, 40-46.
- Satori, D. & Komariah, A. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2005:122). *Consumer Behavior*. 10th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Setiyadi, Budi (2018, Juli), Direktur Jenderal Perhubungan Darat Kementerian Perhubungan. Mulai 1 Agustus truk kelebihan muatan akan ditindak tegas. Retrieved from <https://nasional.kontan.co.id/news/mulai-1-agustus-truk-kelebihan-muatan-akan-ditindak-tegas>.
- Srivastana, Rajendra K., Fahey, Liam and Christensen, H. Kurt (2001). The Resources-Based View and Marketing: The role of Market-Based Assets in Gaining Competitive Advantage. *Journal of Management* 27, 777-802.
- Sugiyono (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang (2015). *Perilaku Konsumen. Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua Agustus 2015. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Sunyoto, Danang (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data, untuk pemasaran dan perilaku konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sunyoto, Danang (2018). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan ketiga. Jakarta: P.T. Buku Seru.
- Sumiharjo, Tumar. (2008). *Penyelenggaraan Pemerintah Daerah Melalui Pengembangan Daya Saing Berbasis Potensi Daerah*. Bandung: Penerbit Fokusmedia.
- Supranto, J. (2010). *Analisis Multivariant: Arti dan Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Thompson et al. (2008). Higgins, Christopher A., & Howwel, Jane M., Influence of Experience on Personal Computer Utilization: Testing A Conceptual Model. *Journal of Management Information System*
- Xuan, Zhang (2011). The Competitive Advantage Analysis of the Telecommunication Corporation After The Restructuring of China's Telecommunications Industry in 2008: A Case study of China Mobile Communication Corporation.
- Yuniardi, Dewa (2015, Februari 27). Ketua Bidang Pemasaran dan Hubungan Asosiasi Industri Automotive Nusantara (Asia Nusa). Retrieved from <https://www.kompasiana.com/dewayuniardi/54f33e65745513a32b6c6d07/industri-otomotif-nasional>.
- <https://www.motoris.id/manufaktur/14066/truk-asal-china-faw-makin-pede-di-pasar-indonesia/> Diakses Pebruari 2019

KUESIONER (Untuk Internal & Dealer)

LAMPIRAN KUESIONER

Responden Yth.,

Selamat Pagi/ Siang/ Sore.

Saya Minar Siahaan, mahasiswi Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta (MM UNJ) yang sedang mengadakan penelitian tentang **“Analisis Daya Saing Perusahaan Otomotif: Kasus Pada PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors.”**

Saya sangat mengharapkan kesediaan dari Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar dimana nantinya tujuan penelitian kuesioner ini untuk memenuhi tugas akhir dalam penyelesaian Thesis S2 saja di Universitas Negeri Jakarta.

Pernyataan dan data dari Bapak/ Ibu hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan sangat dijaga kerahasiaannya. Akhir kata, Saya mengucapkan terimakasih atas partisipasi Bapak/ Ibu.

Terima kasih.

I. Identitas Responden

Data Responden

Nama Lengkap :
Pekerjaan :
Posisi/ Jabatan :
Jenis Kelamin : Pria/ Wanita *
Umur :
Pendidikan Tertinggi : SMA (sederajat) / S1 / S2 *

*Coret yang tidak perlu

Wawancara (Untuk Internal KTB & Dealer)

1. Sebutkan hal-hal yang menjadi faktor kekuatan dan kelemahan dari sisi internal PT. KTB saat ini dalam menghadapi persaingan pada perusahaan otomotif?

- Yang menjadi faktor **kekuatan** PT. KTB saat ini yang perlu dipertahankan/ ditingkatkan?

.....
.....
.....
.....

- Yang menjadi faktor **kelemahan** PT. KTB saat ini yang perlu ditingkatkan?

.....

.....

.....

.....

2. Sebutkan hal-hal yang menjadi faktor peluang dan tantangan/ ancaman dari sisi eksternal (politik, ekonomi, social, teknologi) PT. KTB saat ini dalam menghadapi persaingan pada perusahaan otomotif?

- Yang menjadi faktor **peluang** dari eksternal PT. KTB untuk meningkatkan kinerja dan strategi bersaing?

.....

.....

.....

.....

- Yang menjadi faktor **tantangan/ ancaman** bagi PT. KTB saat ini dan kedepannya yang perlu di antisipasi?

.....

.....

.....

.....

II. Petunjuk Pengisian

- Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi rentangan nilai pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.
- Berilah penilaian atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan di bawah ini:

Sangat Setuju (SS)

Setuju (S)

Netral (N)

Tidak Setuju (TS)

Sangat Tidak Setuju (STS)

KUESIONER (Untuk Internal KTB & Dealer)

No	Indikator	Kepentingan				
	Kekuatan	SS	S	N	TS	STS
1	PT. KTB menjadi salah satu perusahaan otomotif yang kuat dalam produk kendaraan niaga.					
2	PT. KTB memiliki pelayanan yang prima					
3	PT. KTB mempunyai keunggulan pada teknologi kendaraan niaganya					
4	PT. KTB didukung oleh jaringan bisnis/ network yang kuat					
5	PT. KTB mempunyai brand/merek yang dapat dipercaya					
6	PT. KTB mempunyai produk yang berkualitas					
7	Harga sangat kompetitif dibandingkan harga kompetitor					

No	Indikator	Kepentingan				
	Kelemahan	SS	S	N	TS	STS
1	Promosi program dan produk PT. KTB ke jaringan bisnis/ network kurang optimal					
2	Produk memerlukan biaya maintenance/ perawatan yang cukup tinggi					
3	Sinergi antara PT. KTB dan jaringan bisnis/ network belum optimal					
4	Kurangnya varian yang dipasarkan PT. KTB pada segmen kendaraan MDT & HDT					
5	Benefit yang didapatkan jaringan bisnis/ network lebih sedikit dibandingkan merek lain					

No	Indikator	Kepentingan				
	Peluang	SS	S	N	TS	STS
1	Pertumbuhan ekonomi dan penduduk Indonesia terus mengalami peningkatan					
2	Pelarangan batasan kelebihan muatan dan ukuran kendaraan niaga					
3	Dukungan pembiayaan perbankan/ jasa pembiayaan lainnya					
4	Penetrasi otomotif di Indonesia masih rendah					
5	Perkembangan teknologi (bisnis online di Indonesia)					

No	Indikator	Kepentingan				
	Ancaman	SS	S	N	TS	STS
1	Kondisi ekonomi makro dan melemahnya nilai tukar rupiah					
2	Kurangnya sumber daya manusia dan tenaga ahli					
3	Ketatnya persaingan antar perusahaan otomotif (kendaraan niaga)					
4	Banyaknya paket-paket yang ditawarkan oleh perusahaan pesaing					
5	Munculnya produk pengganti seperti Busway, LRT dan MRT.					

KUESIONER (Untuk Konsumen)

LAMPIRAN KUESIONER

Responden Yth.,

Selamat Pagi/ Siang/ Sore.

Saya Minar Siahaan, mahasiswi Magister Manajemen Universitas Negeri Jakarta (MM UNJ) yang sedang mengadakan penelitian tentang **“Analisis Daya Saing Perusahaan Otomotif: Kasus Pada PT. Krama Yudha Tiga Berlian Motors.”**

Saya sangat mengharapkan kesediaan dari Bapak/ Ibu untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar dimana nantinya tujuan penelitian kuesioner ini untuk memenuhi tugas akhir dalam penyelesaian Thesis S2 saja di Universitas Negeri Jakarta.

Pernyataan dan data dari Bapak/ Ibu hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan sangat dijaga kerahasiaannya. Akhir kata, Saya mengucapkan terimakasih atas partisipasi Bapak/ Ibu.

Terima kasih.

I. Identitas Responden

Data Responden

Nama Lengkap :
Pekerjaan :
Jenis Kelamin : Pria/ Wanita *
Umur :
Pendidikan Tertinggi : SMA (sederajat) / S1 / S2 *

*Coret yang tidak perlu

II. Petunjuk Pengisian

- Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi rentangan nilai pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.
- Berilah penilaian atas pernyataan-pernyataan di bawah ini dengan memberikan angka (1 atau 2 atau 3 atau 4) pada salah satu pilihan di bawah ini:
 1. Paling Disukai
 2. Agak Disukai
 3. Kurang Disukai
 4. Tidak Disukai

KUESIONER**ATRIBUT KUALITAS**

No	Pertanyaan	Mitsubishi	Hino	Isuzu	FAW
1	Mesin yang handal dan efisien				
2	Memiliki tenaga tahanan yang besar				
3	Memiliki kecepatan yang maksimal				
4	Memiliki daya angkut maksimal/ melebihi rata-rata				

ATRIBUT FITUR

No	Pertanyaan	Mitsubishi	Hino	Isuzu	FAW
1	Memiliki fitur GPS (Runner Telematics) yang dapat memantau kendaraan (konsumsi BBM, pergerakan kendaraan, dll.)				
2	Memiliki fitur radio, USB dan MP3				
3	Memudahkan perawatan kendaraan dengan fitur kabin jungkit				
4	Kabin lega karena tuas transmisi menyatu dengan dashboard.				

ATRIBUT DESAIN

No	Pertanyaan	Mitsubishi	Hino	Isuzu	FAW
1	Mudah saat pengontrolan karena tangki radiator diposisi luar				
2	Memudahkan mengenali kendaraan dari desain cabin berwarna kuning				
3	Desain yang stylish dan modern				
4	Chasis tanpa sambungan dan tanpa kelingan sehingga kuat namun tetap lentur				

ATRIBUT KONSUMEN

No	Pertanyaan	Mitsubishi	Hino	Isuzu	FAW
1	Memiliki harga purna jual yang tinggi				
2	Kemudahan mencari dealer dan jaringan bengkel resmi Mitsubishi yang luas				
3	Kemudahan dukungan pembiayaan perbankan atau jasa pembiayaan lainnya				
4	Kemudahan ketersediaan spare part di pasaran (parts shop)				

