

ABSTRAK

ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA MOBIL NEW PAJERO SPORT DI DEALER MITSUBISHI CEMPAKA PUTIH MENGGUNAKAN METODE ANALISIS CONJOINT

Oleh
Dinda Larasati

NIM: 1720032

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Penelitian ini dilatar belakangi oleh data penjualan mobil New Pajero Sport di Dealer Mitsubishi Cempaka Putih yang berfluktuasi dalam satu tahun terakhir. Hal yang menjadi perhatian yaitu penurunan yang terbilang drastis pada penjualan mobil New Pajero Sport, yang dimana terdapat beberapa atribut keputusan pembelian yang diduga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis atribut yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada pembelian mobil New Pajero Sport di Dealer Mitsubishi Cempaka Putih. Responden dalam penelitian ini ialah para konsumen mobil New Pajero Sport di Dealer Mitsubishi Cempaka Putih pada tahun 2023. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis *cojoint* yang dalam penerapannya dibantu dengan *software* SPSS 25.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan produk lalu kesesuaian harga merek, dengan keterjangkauan jarak dealer, pembelian di waktu promosi, dengan metode pembayaran angsuran merupakan kombinasi level atribut keputusan pembelian yang mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan pembelian mobil New Pajero Sport di Dealer Mitsubishi Cempaka Putih. Dalam mengambil keputusan pembelian, konsumen cenderung mempertimbangkan metode pembayaran terlebih dahulu dengan nilai kepentingan sebesar 28,768, diikuti pilihan produk dengan nilai kepentingan sebesar 24,462, kemudian waktu pembelian dengan nilai kepentingan sebesar 22,086, lalu pilihan merek dengan nilai kepentingan sebesar 14,639, dan terakhir pilihan penyalur dengan nilai kepentingan sebesar 10,045. Pada output korelasi untuk mengukur predictive accuracy didapat nilai korelasi yang tinggi dan signifikan.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Analisis *Conjoint*.