

ABSTRAK

ANALISIS KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA *BODY REPAIR* BERDASARKAN FAKTOR LOKASI DAN PROMOSI PADA PT SUN STAR PRIMA MOTOR BEKASI

Oleh
Meli Alpurnama Putri
NIM : 1718091
(Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif)

Pertumbuhan industri otomotif mengalami perkembangan yang pesat setiap tahunnya sehingga membuat persaingan bisnis bidang otomotif menjadi semakin kompetitif. PT Sun Star Prima Motor Bekasi merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang otomotif dan menjadi salah satu dealer resmi Mitsubishi yang memiliki fasilitas lengkap seperti showroom 3S (*sales, service, sparepart*) dan *body repair*. PT Sun Star Prima Motor Bekasi bagian *body repair* memberikan layanan perbaikan dan pengecatan bodi kendaraan. Perusahaan menghadapi suatu permasalahan yaitu tidak tercapainya target dan terjadi fluktuasi *unit entry* selama tahun 2021. Sehingga perlu dianalisa faktor penyebab rendahnya pengguna mobil Mitsubishi dalam memutuskan menggunakan jasa *body repair* di PT Sun Star Prima Motor Bekasi. Dalam penelitian ini menggunakan variabel eksogen yaitu lokasi (X1) dan promosi (X2) serta variabel endogen yaitu keputusan penggunaan jasa (Y). Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui seberapa besar pengaruh lokasi dan promosi terhadap keputusan penggunaan jasa *body repair* pada PT Sun Star Prima Motor Bekasi. Sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* sebanyak 60 responden yang merupakan pelanggan *body repair* PT Sun Star Prima Motor Bekasi. Metode penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, studi dokumen dan menyebarkan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik *Partial Least Square* (PLS) menggunakan program SmartPLS 3.2.9. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji validitas konvergen, uji validitas diskriminan, uji *composite reliability*, uji *R-Square*, uji *F-Square*, uji *Q-Square*, *Goodness of Fit* dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan : 1) Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa, 2) Variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa.

Kata kunci : Lokasi, Promosi, Keputusan Penggunaan Jasa, *Partial Least Square*