

BAB IV

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan suatu gambaran yang mendekati mengenai pengaruh negara asal (*country of origin*) terhadap kesan kualitas, data diperoleh dari jawaban kuesioner dari survei yang dilakukan. Dari hasil kuesioner tersebut data diolah secara deskriptif untuk mengetahui perbedaan persepsi responden terhadap produk mobil yang terdiri dari tiga tipe yaitu Sedan, Jeep, dan SUV dengan *country of origin* Jerman, Amerika, dan Jepang.

4.1 PROFILE RESPONDEN

Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 198. Setiap responden memiliki latar belakang demografi yang berbeda-beda. Karakteristik responden dalam penelitian ini dibedakan menurut jenis kelamin, usia, status perkawinan, pekerjaan, penghasilan perbulan, status tempat tinggal, dan merek mobil serta *country of origin* dari mobil tersebut.

4.1.1 Jenis Kelamin Responden

Responden dikelompokkan menjadi 2 kelompok jenis kelamin, yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi jenis kelamin responden :



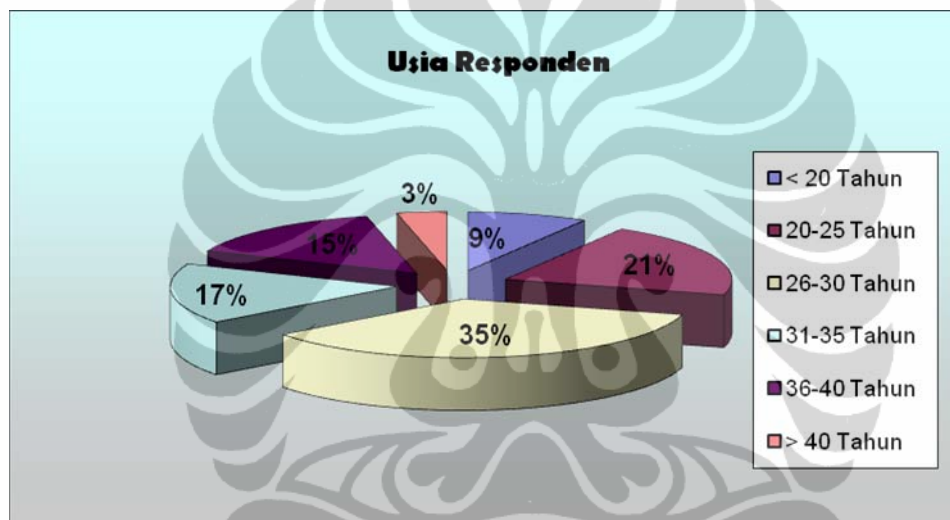
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.1 Jenis Kelamin Responden

Dari 198 responden, terlihat bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 60% atau sebanyak 119 responden dan responden yang berjenis kelamin perempuan sebesar 40% atau sebanyak 79%.

4.1.2 Usia Responden

Responden dikelompokkan menjadi 6 kelompok berdasarkan usia yaitu responden dengan usia kurang dari 20 tahun, antara 20-25 tahun, 26-30 tahun, 31-35 tahun, 36-40 tahun dan responden dengan usia diatas 40 tahun. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi usia responden :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.2 Usia Responden

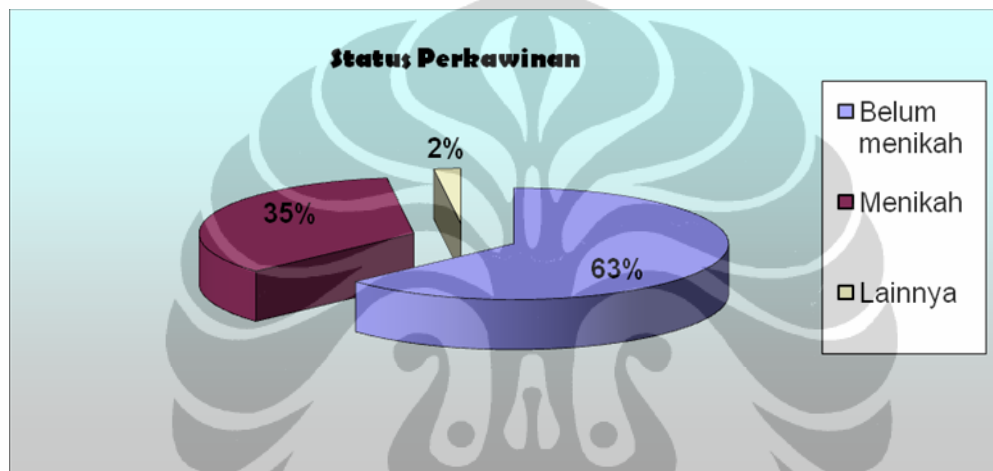
Dari 198 responden terlihat bahwa responden dengan kelompok usia 26-30 tahun adalah responden yang paling banyak yaitu sebesar 35% atau sebanyak 70 tahun, diurutan kedua diikuti oleh responden pada kelompok usia 20-25 tahun yaitu sebesar 21% atau sebanyak 41 responden, diurutan ketiga responden pada kelompok usia 31-35 tahun yaitu sebesar 17% atau sebanyak 33 responden, diurutan keempat adalah responden dengan kelompok usia 36-40 tahun yaitu sebesar 15% atau sebanyak 30 responden, urutan berikutnya diikuti oleh responden dengan kelompok usia kurang dari 20 tahun yaitu sebesar 9% atau

sebanyak 17 responden, dan yang terakhir adalah responden dengan kelompok usia lebih dari 40 tahun yaitu sebesar 3% atau sebanyak 7 responden.

4.1.3 Status Perkawinan

Responden di kelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu responden dengan status perkawinan belum menikah, menikah dan responden dengan status lainnya.

Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi status perkawinan responden :



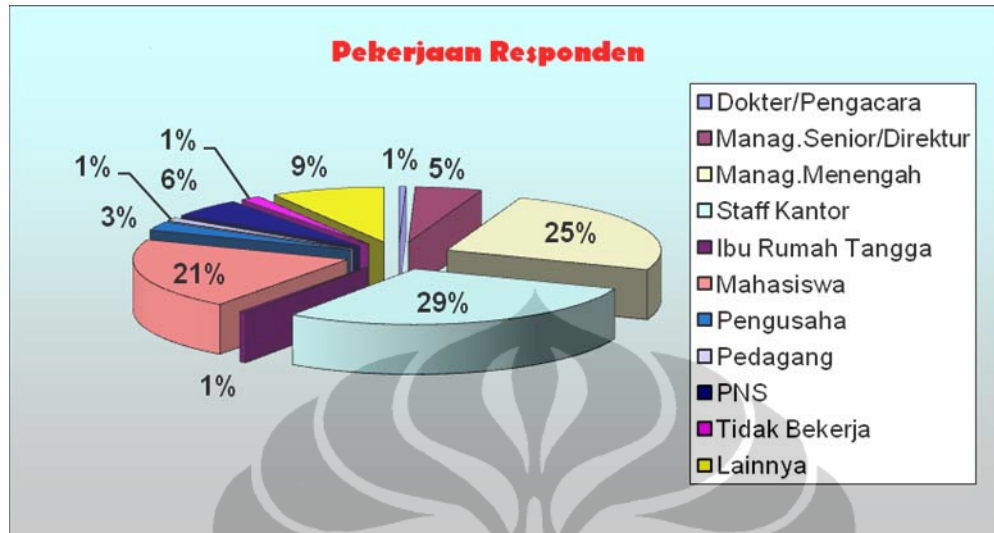
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.3 Status Perkawinan Responden

Dari 198 responden dapat dilihat bahwa responden dengan kelompok status perkawinan belum menikah berada pada urutan pertama yaitu sebesar 63% atau sebanyak 125 responden, untuk responden dengan status menikah sebesar 35% atau sebanyak 69 responden, dan responden dengan status lainnya sebesar 2% atau sebanyak 4 responden.

4.1.4 Pekerjaan Responden

Responden dikelompokkan menjadi 11 yang terdiri dari Dokter/pengacara, manager senior, manager menengah, staff kantor, ibu rumah tangga, mahasiswa, pengusaha, pedagang, PNS, tidak bekerja, dan lainnya. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi pekerjaan responden :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

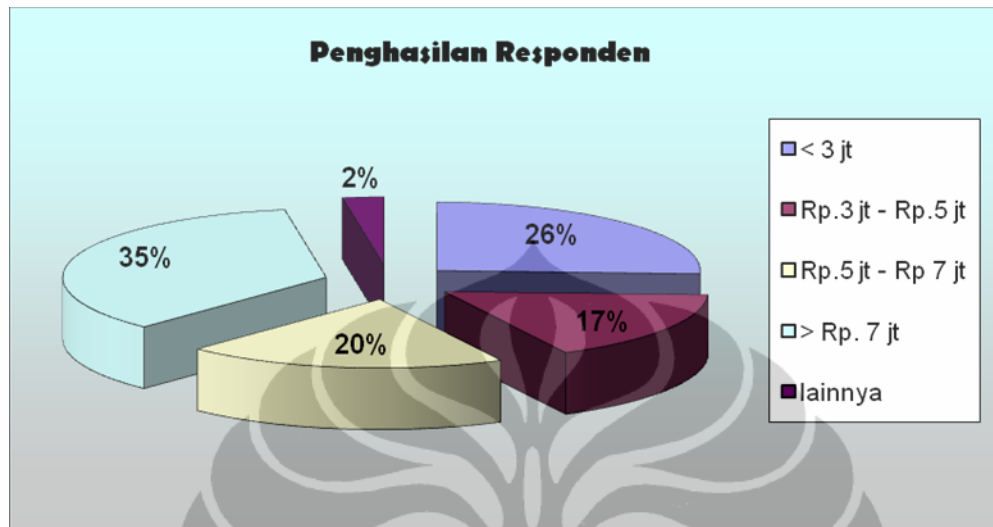
Gb. 4.4 Status Pekerjaan Responden

Dari 198 responden, urutan pertama adalah responden dengan status pekerjaan sebagai staff kantor yaitu sebesar 29% atau sebanyak 57 responden, diurutan kedua responden pada kelompok manager menengah yaitu sebesar 25% atau sebanyak 50 responden, diurutan ketiga adalah responden dengan status pekerjaan sebagai mahasiswa yaitu sebesar 21% atau sebanyak 41 responden, urutan berikutnya adalah responden dengan status pekerjaan lainnya yaitu sebesar 9% atau sebanyak 17 responden, untuk responden dengan status pekerjaan PNS adalah sebesar 6% atau sebanyak 11 responden, diikuti oleh responden dengan pekerjaan sebagai pengusaha sebesar 3% atau sebanyak 5 responden, yang terakhir untuk responden yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga, dokter/pengacara, pedagang dan tidak bekerja masing-masing sebesar 1% .

4.1.5 Penghasilan Perbulan

Responden dikelompokkan menjadi 5 kelompok, yaitu responden dengan tingkat penghasilan per bulan sebesar antara Rp.1.000.000 – Rp. 3.000.000, antara Rp. 3.000.000-Rp.5.000.000, antara Rp.5.000.000-Rp.7.000.000, responden dengan tingkat penghasilan lebih dari Rp.7.000.000, dan responden

dengan kelompok penghasilan lainnya. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi penghasilan perbulan responden :



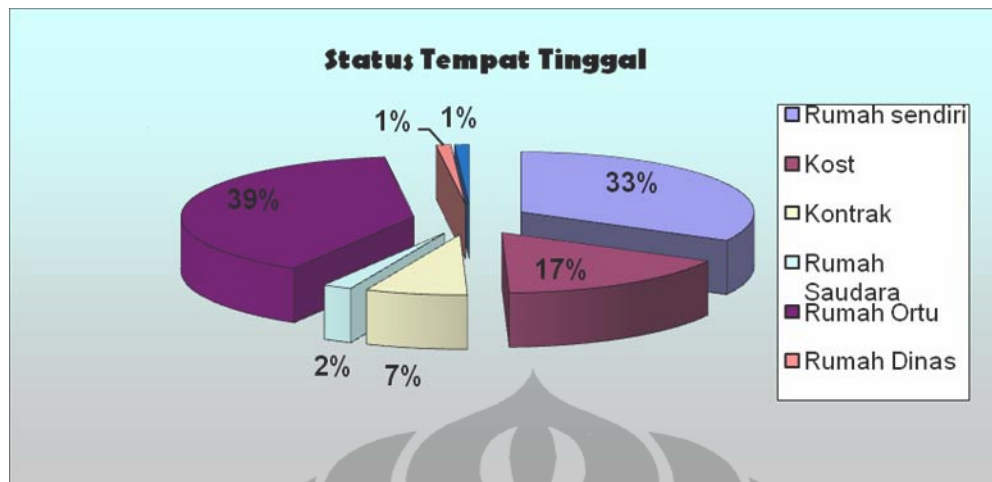
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.5 Penghasilan Responden

Dari 198 responden, teerlihat bahwa penghasilan responden yang terbesar adalah pada kelompok penghasilan diatas Rp.7.000.000 yaitu sebesar 35% atau sebanyak 70 responden, diurutan kedua adalah responden dengan kelompok penghasilan antara Rp.1.000.000 – Rp. 3000.0000 yaitu sebesar 26% atau sebanyak 51 responden, diurutan ketiga adalah responden dengan kelompok penghasilan antara Rp.5.000.000 – Rp. Rp.7000.000 yaitu sebesar 20% atau sebanyak 39 responden, diurutan berikutnya adalah responden dengan kelompok penghasilan antara Rp.3.000.000 – Rp. 5.000.000 yaitu sebesar 17% , dan urutan terakhir adalah responden dengan penghasilan lainnya yaitu sebesar 2% atau sebanyak 5 responden.

4.1.6 Status Tempat Tinggal

Responden dengan status tempat tinggal dikelompokkan menjadi 7 kelompok yaitu responden dengan status tempat tinggal rumah sendiri, indekost, kontrak, rumah saudara, rumah orang tua, rumah dinas, lainnya. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi status tempat tinggal responden :



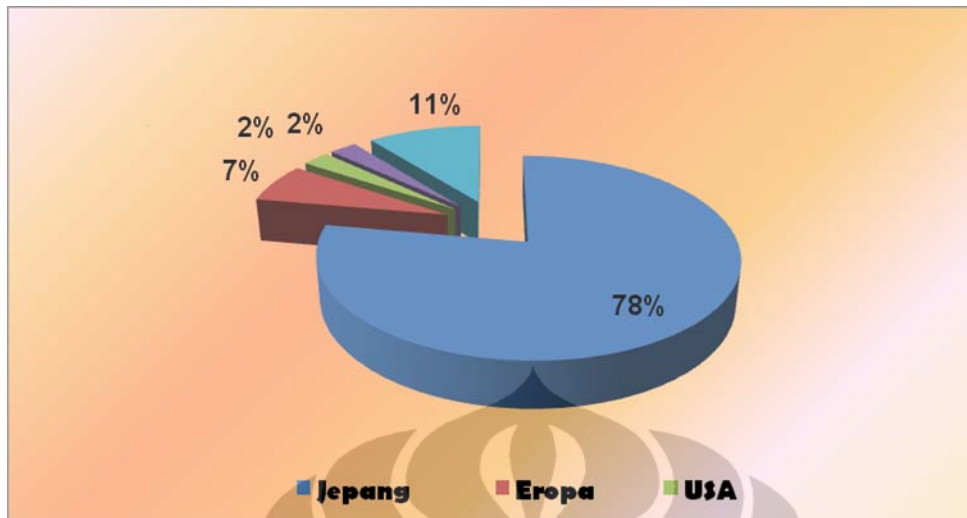
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.6 Status Tempat Tinggal Responden

Dari 198 responden, tampak bahwa responden dengan status tempat tinggal rumah orang tua menempati urutan pertama yaitu sebesar 39% atau sebanyak 78 responden, diurutan kedua adalah responden dengan status tempat tinggal rumah sendiri yaitu sebesar 33% atau sebanyak 65 responden, diurutan ketiga adalah responden dengan status kost sebesar 17% atau sebanyak 33 responden, diurutan keempat adalah responden dengan status tempat tinggal kontrak yaitu sebesar 7% atau sebanyak 14 responden, berikutnya adalah responden dengan status tempat tinggal rumah saudara yaitu sebesar 2% atau sebanyak 4 responden, dan yang terakhir adalah responden dengan status tempat tinggal rumah dinas dan lainnya dimana masing-masing adalah sebesar 1% atau sebanyak 2 responden.

4.1.7 Country Of Origin Mobil Yang di Miliki oleh Responden

Pada bagian ini dapat dilihat *country of origin* dari mobil yang digunakan oleh responden maupun oleh keluarga responden. Hal ini untuk dapat melihat bagaimana pengaruhnya terhadap persepsi responden. Berikut dibawah ini adalah distribusi frekuensi *country of origin* yang dimiliki oleh responden :



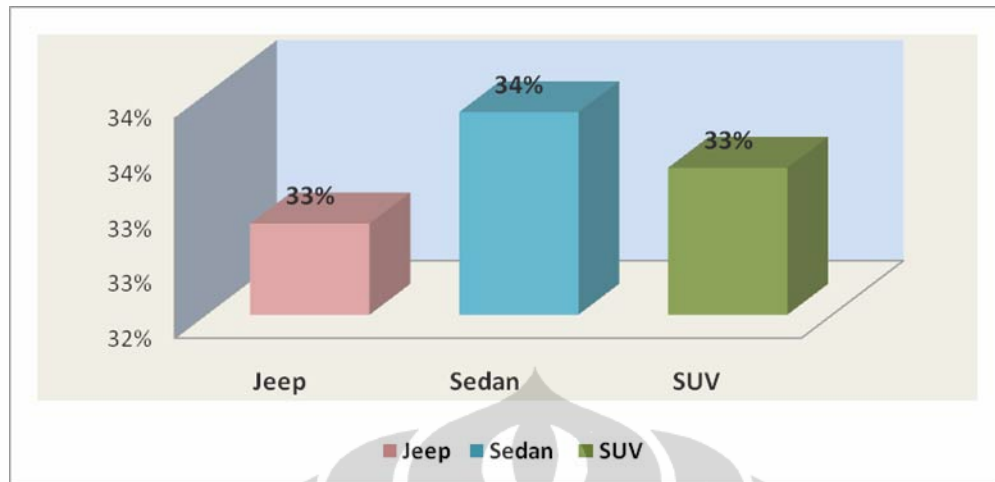
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.7 Country of Origin Mobil Responden

Pada grafik diatas dapat dilihat bahwa responden memiliki mobil dengan *country of origin* Jepang berada pada urutan pertama yaitu sebesar 78%, diurutan kedua adalah mobil dengan *country of origin* eropa yaitu sebesar 7%, diurutan ketiga adalah mobil dengan *country of origin* Amerika dan Korea yaitu masing-masing sebesar 2% dan mobil responden dengan *country of origin* lainnya adalah sebesar 11%.

4.1.8 Jumlah Responden Berdasarkan Tipe Mobil

Jika dilihat dari tipe mobil maka berikut ini adalah distribusi frekuensi dari responden dilihat dari jumlah yang mengisi kuesioner berdasarkan tipe mobil yaitu Jeep, Sedan, dan SUV :



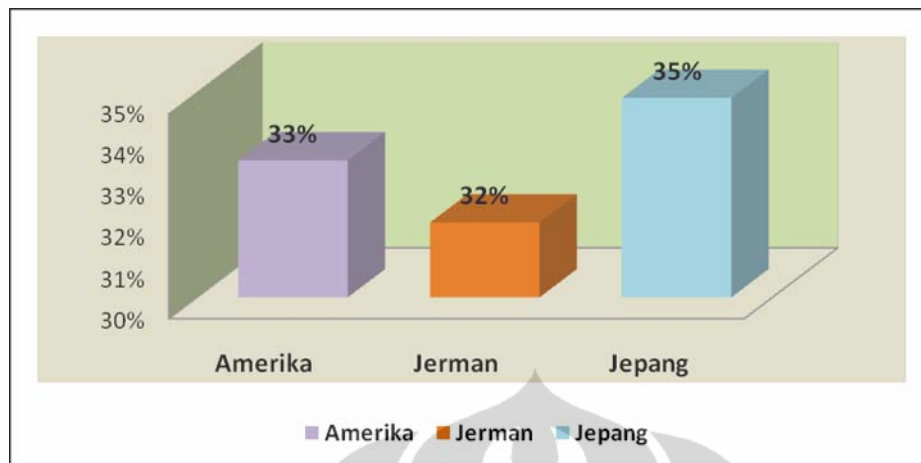
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.8 Jumlah Responden Berdasarkan Tipe Mobil

Dari 198 responden, yang mengisi kuesioner untuk tipe mobil Jeep adalah sebesar 33 % atau sebanyak 65 responden, untuk responden yang mengisi kuesioner untuk tipe mobil Sedan adalah sebesar 34% atau sebanyak 67 responden, dan yang terakhir untuk responden yang mengisi kuesioner untuk tipe mobil SUV adalah sebesar 33% atau sebanyak 66 responden.

4.1.9 Jumlah Responden Berdasarkan *Country of Origin*

Jika dilihat dari *country of origin* maka berikut ini adalah distribusi frekuensi dari responden dilihat dari jumlah yang mengisi kuesioner berdasarkan *country of origin* yaitu Jerman, Amerika, dan Jepang :



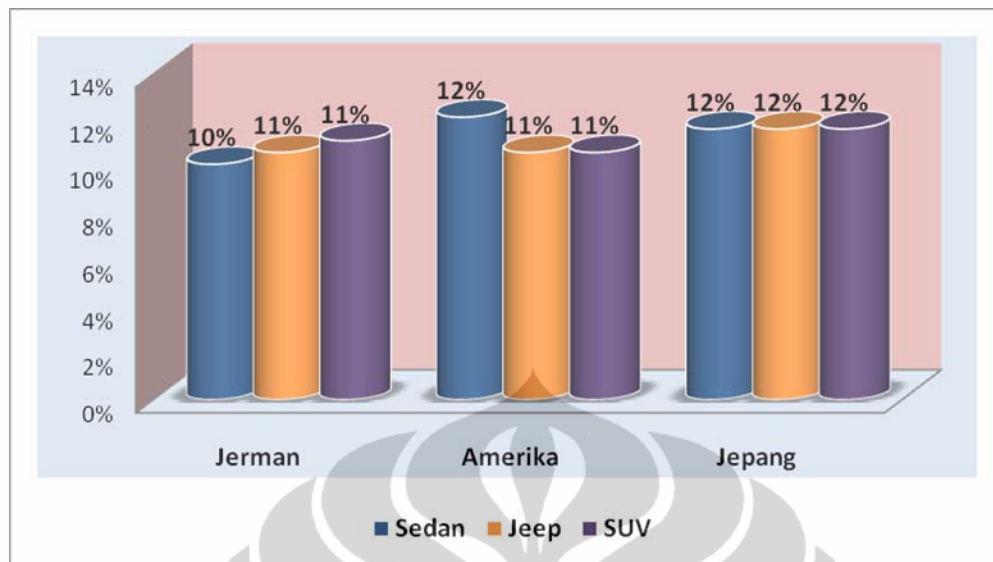
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.9 Jumlah Responden Berdasarkan *Country of Origin*

Dari 198 responden, yang mengisi kuesioner untuk *country of origin* Amerika adalah sebesar 33 % atau sebanyak 66 responden, untuk responden yang mengisi kuesioner untuk *country of origin* Jerman adalah sebesar 32% atau sebanyak 63 responden, dan yang terakhir untuk responden yang mengisi kuesioner untuk *country of origin* Jepang adalah sebesar 35% atau sebanyak 69 responden.

4.1.10 Jumlah Responden Berdasarkan Sel Penelitian

Dari kedua data diatas yaitu dari jumlah responden berdasarkan tipe jenis mobil yang terdiri dari Jeep, Sedan, serta SUV, dan dari jumlah responden berdasarkan *country of origin* selanjutnya dilakukan crosstab agar dapat diperoleh informasi mengenai jumlah responden untuk tiap sel penelitian. Berikut adalah hasil dari crosstabnya :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.10 Jumlah Responden Berdasarkan

***Country of Origin* dan Tipe Mobil**

Dari 198 responden, yang mengisi kuesioner untuk Jeep Jerman adalah sebesar 11 % atau sebanyak 21 responden, untuk responden yang mengisi kuesioner Jeep Amerika adalah sebesar 11% atau sebanyak 21 responden, responden yang mengisi kuesioner Jeep Jepang adalah sebesar 12% atau sebanyak 23 responden, untuk Sedan Jerman sebesar 10% atau sebanyak 20, sedan Amerika sebesar 12% atau sebanyak 24 dan Sedan Jepang sebanyak 12% atau 23 responden. Untuk responden yang mengisi kuesioner SUV Jerman sebesar 11% atau sebanyak 22 responden, SUV Amerika sebesar 11% atau sebanyak 21 responden, dan SUV Jepang sebesar 12% atau sebanyak 23 responden.

4.1.11 Profile Responden Secara Umum dan Terbanyak

Dari hasil penelitian terhadap profile responden, ternyata ada beberapa profil responden yang dominan. Hal ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

No	PROFILE RESPONDEN	PROSENTASE DOMINAN
1	Jenis Kelamin	Pria (60%)
2	Usia Responden	26-30 th (35%)
3	Status Perkawinan	Belum Menikah (63%)
4	Pekerjaan	Staff Kantor (29%)
5	Penghasilan	> Rp.7.000.000 (35%)
6	Status Tempat Tinggal	Rumah Orang tua (39%)
7	Negara Asal Mobil Responden	Jepang (78%)

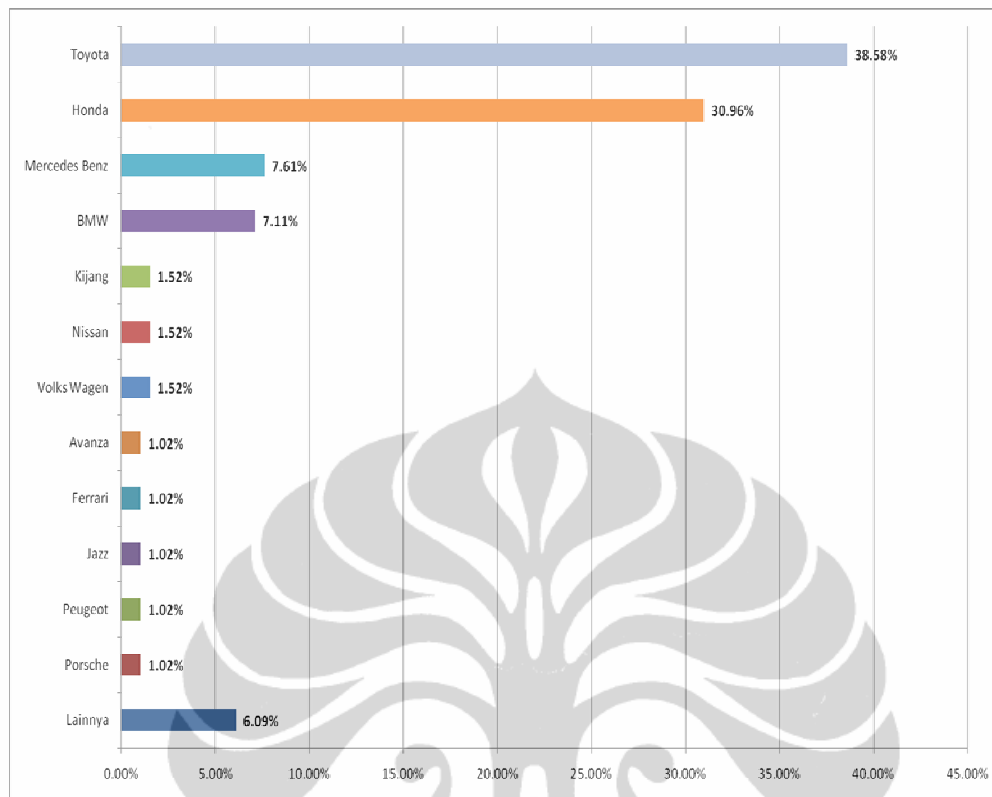
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Tabel 4.1 Profil Responden Secara Umum dan Terbanyak

4.2 TINGKAT AWARENESS RESPONDEN TERHADAP MEREK-MEREK MOBIL

4.2.1 Top of Mind Awareness Responden Terhadap Merek-Merek Mobil

Top of Mind awareness responden terhadap merek-merek mobil adalah merek mobil yang terlintas pertama dalam pikiran responden ketika diajukan pertanyaan dimana responden diminta untuk menyebutkan merek mobil yang pertama kali terlintas dalam pikiran mereka. Dalam penelitian ini, responden diberikan pertanyaan tanpa menampilkan merek-merek mobil yang ada (*unaided question*). Berikut ini adalah distribusi frekuensi dari *Top of Mind awareness* responden atas merek mobil :



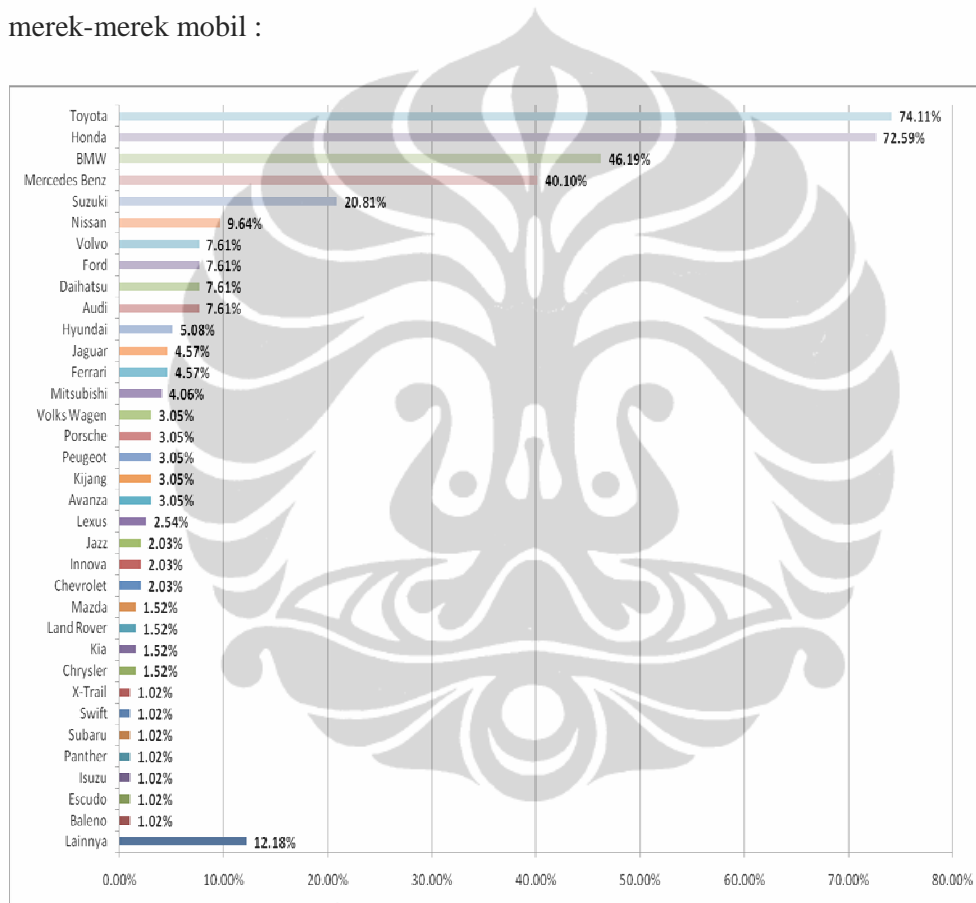
Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.11 TOM Awareness atas Merek-Merek Mobil

Dari distribusi diatas, diperoleh informasi untuk top five *top of mind awareness* dari responden bahwa merek Toyota menempati urutan pertama untuk *top of mind awareness* atas merek-merek mobil yaitu sebesar 38.58%, kemudian diurutan kedua adalah Honda sebesar 30.96%, urutan ke tiga adalah merek Mercedes Benz sebesar 7.61%, diurutan keempat adalah merek BMW sebesar 7.11% dan urutan kelima adalah Nissan sebesar 1.52%. Dari hasil penelitian diatas dapat dilihat bahwa mobil dengan *country of origin* Jepang menempati urutan tertinggi untuk *top of mind awareness* responden. Hal ini bisa saja terjadi karena dipengaruhi oleh *country of origin* mobil yang dimiliki oleh para responden, karena berdasarkan data sebelumnya disebutkan bahwa *country of origin* dari mobil yang dimiliki oleh responden urutan pertama adalah berasal dari Jepang.

4.2.2 Unaided Awareness Responden Terhadap Merek-Merek Mobil

Berikut ini akan dibahas mengenai *Unaided Awareness* akan merek-merek mobil, dimana responden diminta untuk menyebutkan merek-merek mobil selain merek yang pertama kali mereka sebutkan sebagai *top of mind*. Pada grafik dibawah ini dapat dilihat hasil dari *Unaided Awareness* responden terhadap merek-merek mobil :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.12 Unaided Awareness atas Merek-Merek Mobil

Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa top five jawaban dari responden terhadap *unaided awareness* diurutan pertama adalah merek Toyota sebesar 74.21%, diurutan kedua diikuti oleh merek Honda sebesar 72.59%, diurutan ketiga adalah mobil dengan merek BMW sebesar 46.19%, diurutan keempat adalah

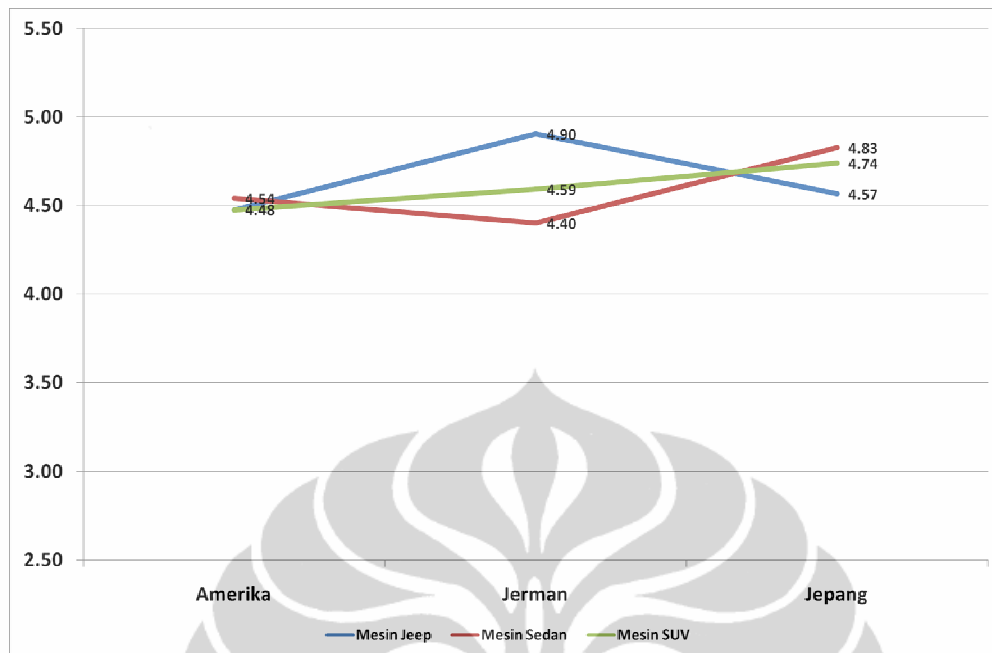
merek Mercedes Benz sebesar 40.10% dan diurutkan kelima adalah mobil dengan merek Suzuki sebesar 20.81%. Dari informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa merek mobil dengan *country of origin* Jepang dan Jerman dominan diantara jawaban para responden, untuk merek mobil dengan *country of origin* Amerika tidak terlalu dominan diantara jawaban para responden. Hal ini bisa juga dipengaruhi oleh *country of origin* mobil yang dimiliki oleh para responden.

4.3 ANALISIS DESKRIPTIF PENGARUH *COUNTRY OF ORIGIN* TERHADAP PERSEPSI KUALITAS RESPONDEN

Analisis deskriptif yang dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah ada perbedaan dalam penilaian responden terhadap mobil dengan tipe Sedan, Jeep, dan SUV yang masing-masing memiliki *country of origin* Jerman, Amerika, dan Jepang. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan melihat nilai *mean* dari masing-masing tipe mobil dengan *country of origin* tersebut. Nilai *mean* ini secara deskriptif dapat digambarkan secara grafis agar memudahkan untuk mendapatkan gambaran tentang perbedaan mean tersebut untuk masing-masing variable dependen. Adapun analisis deskriptif dilakukan terhadap atribut kualitas yang terdiri dari kinerja mesin, kenyamanan, keamanan, teknologi yang digunakan oleh mobil, dan feature-feature yang terdapat pada mobil tersebut seperti AC, tape, GPS, dll. Berikut ini akan dibahas mengenai masing-masing dari atribut kualitas tersebut.

4.3.1 Mean Kinerja Mesin Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk kinerja mesin dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.13 Mean Kinerja Mesin Mobil

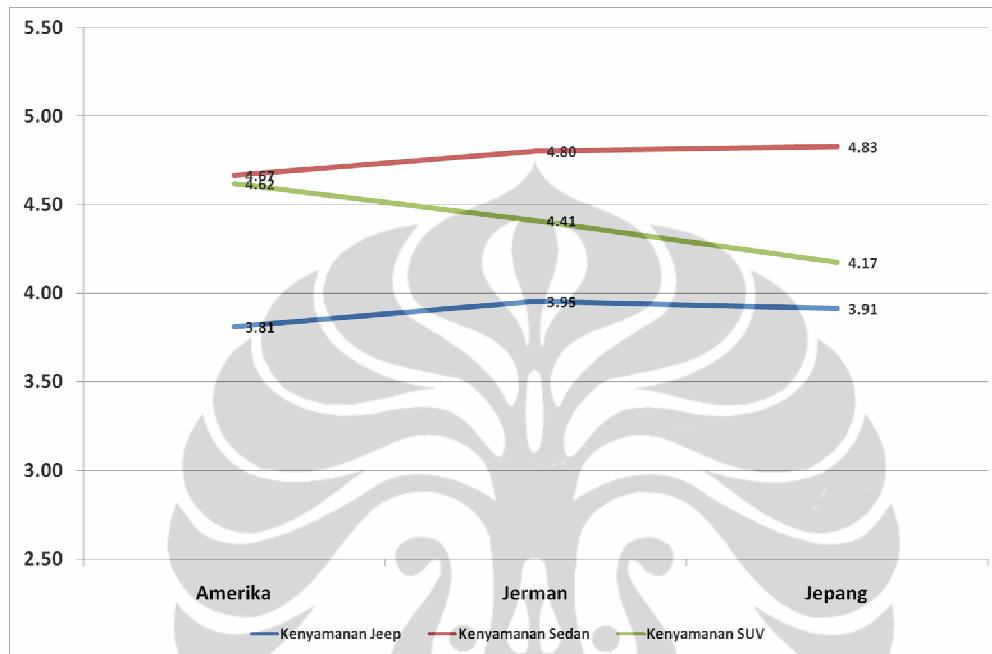
Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Jerman memiliki mean yang paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Amerika dan Jepang yaitu sebesar 4.90 sedangkan mean kinerja mesin Amerika 4.48 dan Jepang 4.57. Dengan demikian kinerja mesin Jeep Jerman dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Amerika dan Jepang.

Untuk tipe mobil Sedan, mean kinerja mesin paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.83 dimana diurutan kedua adalah sedan Amerika yaitu sebesar 4,54 dan sedan Jerman sebesar 4.4. Dengan demikian kinerja mesin Sedan Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Jerman dan Amerika.

Untuk tipe mobil SUV, mean kinerja mesin paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.74, diurutan kedua adalah SUV Jerman dengan mean sebesar 4.59 dan terakhir adalah SUV Amerika sebesar 4.48. Dengan demikian kinerja mesin SUV Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Amerika.

4.3.2 Mean Kenyamanan Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk kenyamanan dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.14 Mean Kenyamanan Mobil

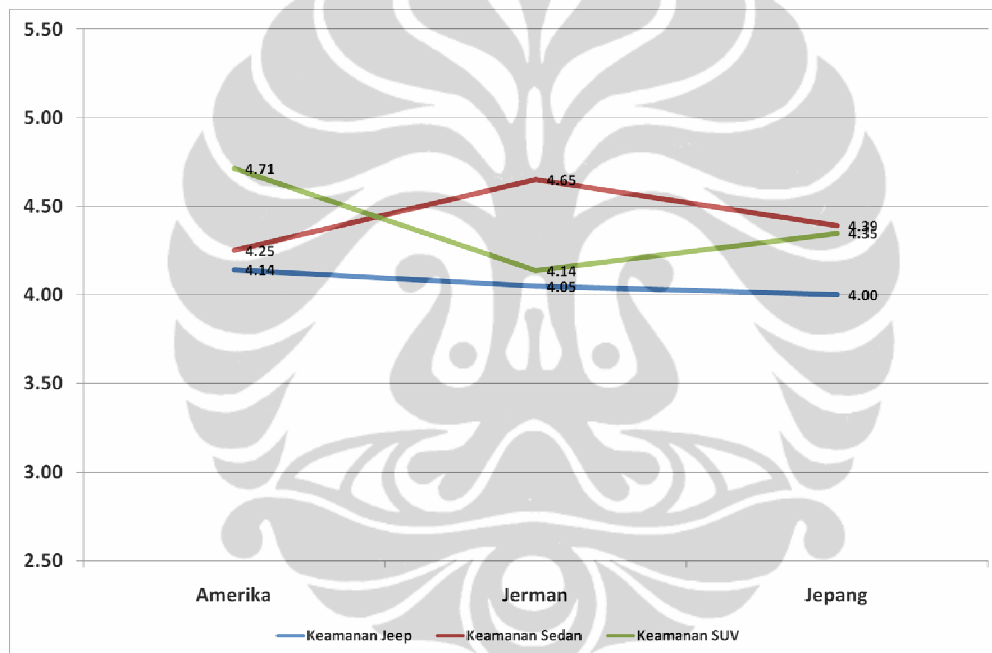
Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Jerman memiliki mean yang paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Amerika dan Jepang yaitu sebesar 3.95 sedangkan mean kenyamanan Amerika 3.81 dan Jepang 3.91. Dengan demikian kenyamanan Jeep Jerman dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Amerika dan Jepang.

Untuk tipe mobil Sedan, mean kenyamanan paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.86 dimana diurutan kedua adalah sedan Jerman yaitu sebesar 4,80 dan sedan Amerika sebesar 4.67. Dengan demikian kenyamanan Sedan Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Jerman dan Amerika.

Untuk tipe mobil SUV, mean kenyamanan paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Amerika yaitu sebesar 4.62, diurutan kedua adalah SUV Jerman dengan mean sebesar 4.41 dan terakhir adalah SUV Jepang sebesar 4.17. Dengan demikian kenyamanan SUV Amerika dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Jepang.

4.3.3 Mean Keamanan Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk keamanan dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.15 Mean Keamanan Mobil

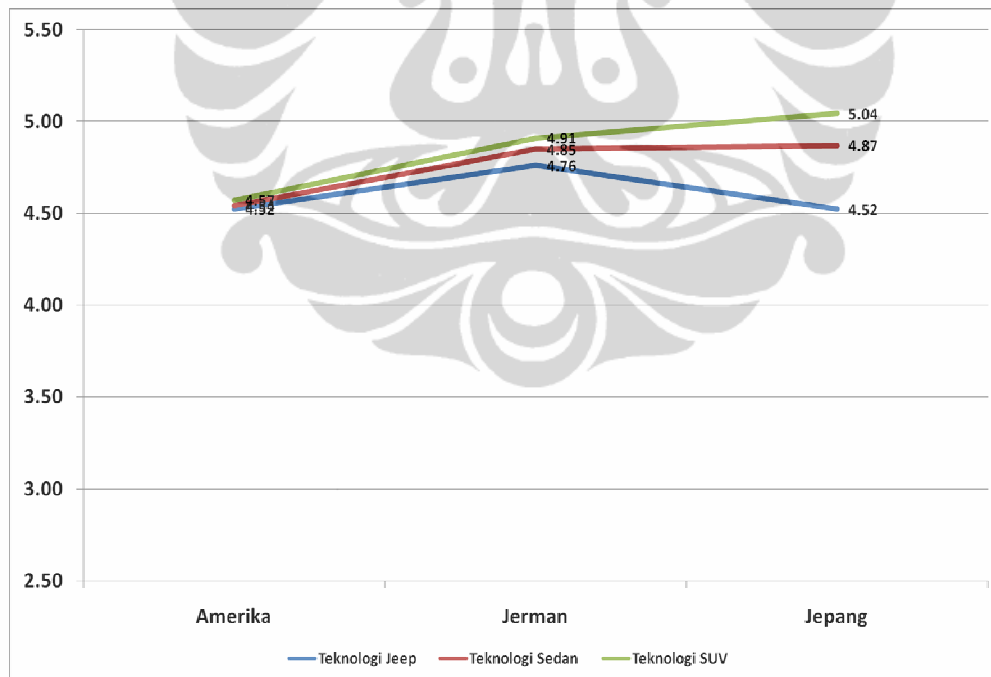
Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Amerika memiliki mean kemanan yang paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Jerman dan Jepang yaitu sebesar 4.00 sedangkan mean keamanan Jerman 4.05 dan Jepang 3.91. Dengan demikian keamanan Jeep Amerika dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Jerman dan Jepang.

Untuk tipe mobil Sedan, mean keamanan paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jerman yaitu sebesar 4.65 dimana diurutan kedua adalah sedan Jepang yaitu sebesar 4,39 dan sedan Amerika sebesar 4.25. Dengan demikian keamanan Sedan Jerman dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Amerika dan Jepang.

Untuk tipe mobil SUV, mean keamanan paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Amerika yaitu sebesar 4.71, diurutan kedua adalah SUV Jepang dengan mean sebesar 4.35 dan terakhir adalah SUV Jerman sebesar 4.14. Dengan demikian keamanan SUV Amerika dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Jepang.

4.3.4 Mean Teknologi Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk teknologi dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.16 Mean Teknologi Mobil

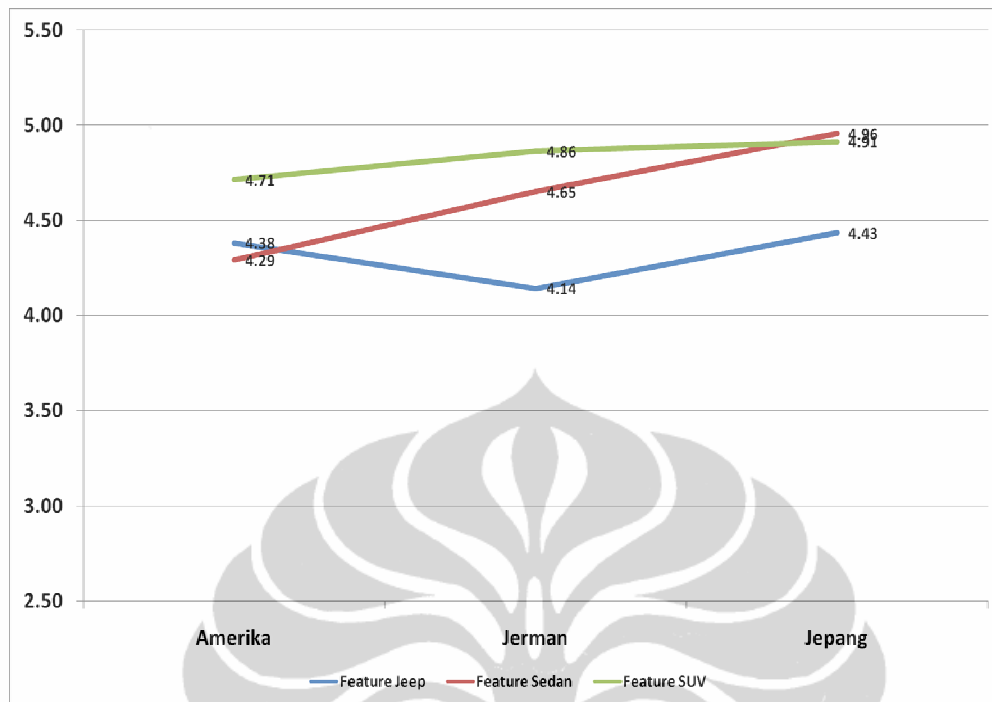
Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Jerman memiliki mean teknologi yang digunakan paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Amerika dan Jepang yaitu sebesar 4.76 sedangkan mean teknologi Amerika 4.52 dan Jepang 4.52. Dengan demikian teknologi Jeep Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Amerika dan Jepang.

Untuk tipe mobil Sedan, mean teknologi paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.87 dimana diurutan kedua adalah sedan Jerman yaitu sebesar 4.85 dan sedan Amerika sebesar 4.54. Dengan demikian teknologi Sedan Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Jerman dan Amerika.

Untuk tipe mobil SUV, mean teknologi paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 5.04 diurutan kedua adalah SUV Jerman dengan mean sebesar 4.91 dan terakhir adalah SUV Amerika sebesar 4.57. Dengan demikian teknologi yang digunakan SUV Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Amerika.

4.3.5 Mean Feature Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk feature dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb. 4.17 Mean Feature Mobil

Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Jepang memiliki mean feature paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Amerika dan Jerman yaitu sebesar 4.44 sedangkan mean feature Amerika 4.38 dan Jerman 4.14. Dengan demikian feature Jeep Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Amerika dan Jepang.

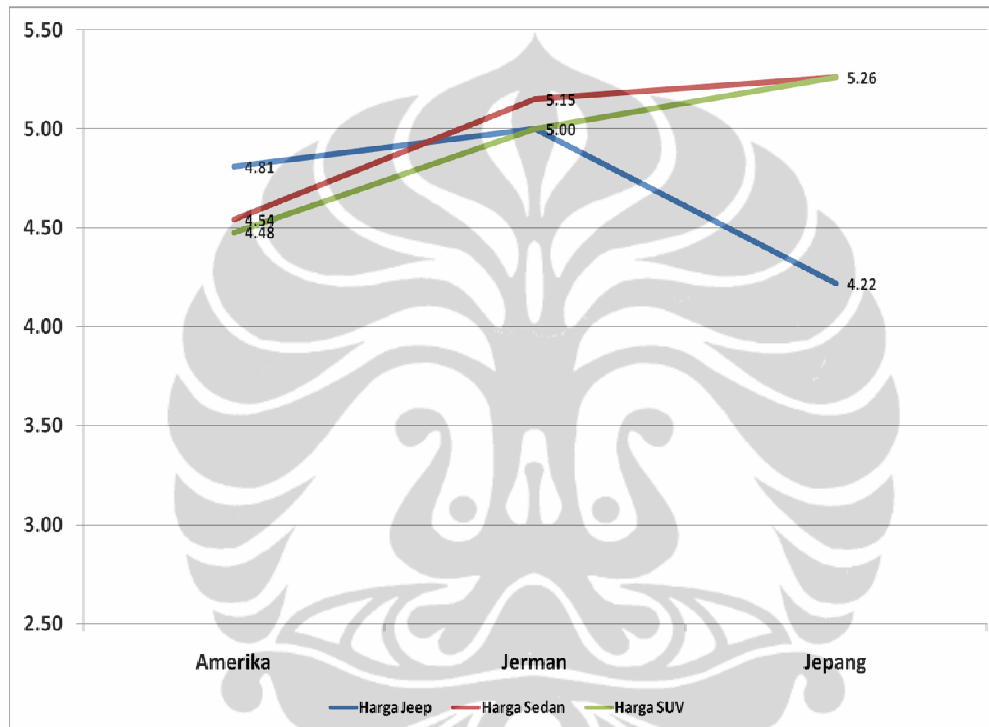
Untuk tipe mobil Sedan, mean feature paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.96 dimana diurutan kedua adalah sedan Jerman yaitu sebesar 4.65 dan sedan Amerika sebesar 4.29. Dengan demikian feature Sedan Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Jerman dan Amerika.

Untuk tipe mobil SUV, mean feature paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 4.91 diurutan kedua adalah SUV Jerman dengan mean sebesar 4.86 dan terakhir adalah SUV Amerika sebesar 4.71.

Dengan demikian feature yang terdapat pada SUV Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Amerika.

4.3.6 Mean Harga Mobil

Berikut adalah grafik dari mean untuk feature dari masing-masing tipe mobil dengan masing – masing *country of origin* :



Gb. 4.18 Mean Harga Mobil

Berdasarkan hasil analisa deskriptif diatas dapat dilihat bahwa untuk tipe mobil Jeep dengan *country of origin* Jerman memiliki mean harga paling tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Amerika dan Jepang yaitu sebesar 5.00 sedangkan mean harga Amerika 4.18 dan Jepang 4.22. Dengan demikian harga Jeep Jerman dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan Jeep Amerika dan Jepang.

Untuk tipe mobil Sedan, mean harga paling tinggi adalah sedan dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 5.26 dimana diurutan kedua adalah sedan Jerman yaitu sebesar 5.15 dan sedan Amerika sebesar 4.54. Dengan demikian

harga Sedan Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan sedan Jerman dan Amerika.

Untuk tipe mobil SUV, mean harga paling tinggi adalah SUV dengan *country of origin* Jepang yaitu sebesar 5.26 diurutan kedua adalah SUV Jerman dengan mean sebesar 5.00 dan terakhir adalah SUV Amerika sebesar 4.48. Dengan demikian feature yang terdapat pada SUV Jepang dipersepsikan paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan Amerika.

Berdasarkan hasil analisis diskriptif diatas dapat disimpulkan mean tertinggi untuk atribut kualitas mobil berdasarkan tipe mobil yaitu Jeep, Sedan, dan SUV dengan *country of origin* Jerman, Amerika, dan Jepang adalah sebagai berikut :

	Jeep		Sedan		SUV	
	Mean	Country of Origin Unggul	Mean	Country of Origin Unggul	Mean	Country of Origin Unggul
Kinerja Mesin	4.90	Jerman	4.83	Jepang	4.74	Jepang
Kenyamanan	3.95	Jerman	4.86	Jepang	4.62	Amerika
Keamanan	4.14	Amerika	4.65	Jerman	4.71	Amerika
Teknologi	4.76	Jerman	4.87	Jepang	5.04	Jepang
Feature	4.43	Jepang	4.96	Jepang	4.91	Jepang
Harga	5.00	Jerman	5.26	Jepang	5.26	Jepang

Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Tabel 4.2 Kesimpulan Mean Atribut Kualitas *Country of Origin* Unggul

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dilihat bahwa untuk mobil tipe Jeep dengan *country of origin* Jerman dipersepsikan lebih tinggi dari Jeep Amerika dan Jepang pada atribut kualitas kinerja mesin, kenyamanan, teknologi, dan harga.

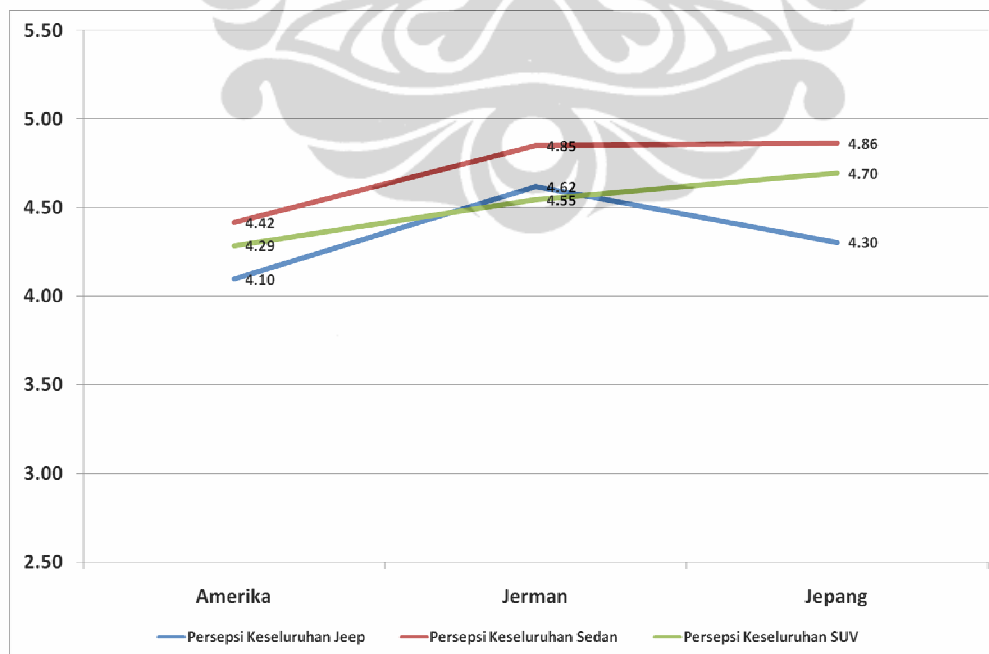
Untuk mobil tipe Sedan dengan *country of origin* Jepang dipersepsikan lebih tinggi dari Sedan Jerman dan Amerika pada atribut kualitas kinerja mesin, kenyamanan, teknologi yang digunakan, feature yang terdapat pada mobil tersebut

serta harga. Dan yang terakhir untuk mobil SUV dengan *country of origin* Jepang dipersepsikan lebih tinggi dibandingkan dengan mobil SUV Amerika dan Jerman pada atribut kualitas kinerja mesin, teknologi yang digunakan, feature yang terdapat pada mobil tersebut, dan juga pada atribut harga.

4.4 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisa data diatas secara deskriptif dapat disimpulkan bahwa untuk mobil sedan dengan *country of origin* Jepang dipersepsikan memiliki kualitas paling tinggi, untuk mobil Jeep *country of origin* Jerman dipersepsikan memiliki kualitas paling tinggi dan untuk mobil SUV *country of origin* Jepang dipersepsikan memiliki kualitas paling tinggi. Hal ini juga di dukung oleh hasil olah data deskriptif perihal persepsi responden terhadap keseluruhan kualitas mobil dengan tipe Sedan, Jeep, dan SUV dengan *country of origin* Jerman, Amerika dan Jepang.

Berikut adalah hasil analisa deskriptif terhadap persepsi responden terhadap keseluruhan kualitas mobil dengan tipe Sedan, Jeep, SUV dengan *country of origin* Jerman, Amerika, dan Jepang :



Sumber : Hasil Olahan Data Penelitian

Gb 4.19 Persepsi Responden Terhadap Keseluruhan Kualitas Mobil

Jika dilihat dari data tersebut Amerika yang semula diduga akan memiliki persepsi kualitas tertinggi ternyata dikalahkan oleh Jeep Jerman dengan mean sebesar 4.62, hal ini tentunya merupakan hal yang fenomenal karena selama ini Amerika dikenal sebagai negara yang pertama kali memperkenalkan mobil Jeep kepada dunia karena Amerika merupakan negara asal pembuat mobil Jeep. Hal ini kemungkinan terjadi karena di Indonesia mobil Jeep tidak begitu populer tidak seperti halnya penjualan mobil SUV sehingga kemungkinan pengetahuan responden terhadap mobil Jeep sendiri kurang.

Untuk mobil tipe Sedan dimana secara deskriptif *country of origin* Jepang ternyata dipersepsikan memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Jerman dan Amerika dengan mean sebesar 4,86, hal ini bisa saja terjadi karena selama ini kita ketahui bahwa dua Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) Jepang masih merajai segmen sedan di Indonesia. Kedua ATPM itu adalah Astra Honda Motor (AHM) dan Toyota Astra Motor (TAM). Pada penjualan mobil sedan 2008, mereka berhasil menjadi market leader di masing-masing kelas sedan, Setidaknya, ada tiga kelas sedan yang dikuasai. Pertama, adalah kelas sedan mini.

Di kelas ini, sepanjang 2008 penjualan sedan mini kedua ATPM tersebut mencapai 13.381 unit. Angka tersebut naik sekitar 9,4% atau sekitar 12.224 unit pada 2007. Untuk segmen ini, Honda City berhasil melepas sekitar 4.330 unit. Market share Honda sekitar 16% dan menjadi market leader. Sementara, Toyota Vios berada di posisi kedua dengan penjualan 6.098 unit dan market share sebesar 22%. Di posisi ketiga ada Suzuki Baleno dengan tingkat 2.038 unit dan market 7%. Sedangkan sisanya, ada Chevrolet Kalos 569 unit dengan pangsa pasar 2% dan Proton Waja serta Gen Persona 252 unit atau pangsa pasar 1%.

Kedua adalah kelas small class sedan. Sepanjang 2008 lalu, penjualan kelas small sedan berhasil menembus angka 6.429 unit. Penjualan tersebut naik sekitar 36% dibanding tahun sebelumnya yang hanya mencapai 4.711 unit. Untuk segmen ini, Honda Civic menjadi market leader dengan penjualan 2.987 unit

sekaligus meraih market share sebesar 11%. Posisi kedua adalah Toyota Altis dengan penjualan sebanyak 2.884 unit dan pangsa pasar 11%. Berikutnya ada Mitsubishi New Lancer dengan tingkat penjualan 216 unit alias 1% pangsa pasar. Dan posisi ketiga ada Chevrolet Optra dengan penjualan 140 unit alias menggganggam 1% pasar.

Ketiga adalah medium class sedan. Penjualan kelas medium sedan juga mencatatkan kenaikan yang signifikan. Pada 2008, penjualannya mencapai 7.380 unit. Angka tersebut mengalami kenaikan 52% bila dibandingkan dengan 2007 yang mencatatkan penjualan sebanyak 4.845 unit. Di kelas ini, Toyota Camry berhasil menduduki posisi teratas dengan penjualan 3.190 unit atau menggganggam 12% pasar. Sementara Honda New Accord harus puas di posisi berikutnya dengan penjualan 2.170 unit atau menggganggam 8% pasar. Sedangkan Mercedes Benz C Class berada di posisi berikutnya dengan penjualan 1.375 unit alias 5% pangsa pasar.

Jika dilihat dari tingkat penjualan dan pangsa pasar maka tidak mengherankan jika sedan Jepang secara dipersepsikan memiliki kualitas paling tinggi untuk tipe mobil Sedan selain itu juga karena *country of origin* kemepilikan mobil dari para responden yang sebagian besar merupakan merek dari negara Jepang maka bisa saja responden memiliki pengetahuan dan pengalaman yang lebih pada mobil-mobil dengan *country of origin* Jepang.

Untuk mobil tipe SUV dimana secara deskriptif *country of origin* Jepang ternyata dipersepsikan memiliki kualitas lebih tinggi dibandingkan dengan *country of origin* Jerman dan Amerika dengan mean sebesar 4.70, hal ini bisa saja terjadi karena seperti yang kita ketahui bahwa Honda dan Daihatsu, merupakan dua merek yang paling banyak menjual mobil sport utility vehicle (SUV) dalam dua tahun terakhir. Daihatsu mengandalkan Terios di kelas medium SUV dan Honda unggul dengan All New CR-V di kelas high SUV. Triwulan pertama (Januari-Maret) 2008, medium SUV yang terjual mencapai 212 unit. Terios menguasai pasar dengan membukukan penjualan 91 unit. Posisi kedua dan ketiga masing-masing Rush 64 unit dan Grand Vitara 53 unit. Sedangkan untuk high

SUV membukukan penjualan 157 unit. All New CR-V yang mempunyai desain eksterior mirip BMW X3, mendominasi penjualan, yaitu sebanyak 112 unit. Sedangkan posisi kedua, ketiga, keempat di tempati Toyota Fortuner, Nissan X-Trail, dan Ford Everest. Fortuner membukukan penjualan 27 unit, X-Trail 12 unit, dan Everest lima unit.

Jika melihat data penjualan diatas dimana sebagian besar pasar SUV di kuasai oleh merek-merek dengan *country of origin* Jepang maka tidak mengherankan jika responden mempersepsikan kualitas mobil SUV Jepang lebih unggul dibanding dengan SUV dengan *country of origin* Jerman dan Amerika.

Berdasarkan pada analisis deskriptif untuk seluruh atribut kualitas yang ada, jika diperhatikan untuk masing-masing atribut kualitas yang ada maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut :

Tipe Mobil	Atribut Kualitas	Country of Origin		
		Jerman	USA	Jepang
Sedan	Mesin	4.4000	4.5417	4.8261
	Kenyamanan	4.8000	4.6667	4.8621
	Keamanan	4.6500	4.2500	4.3913
	Teknologi	4.8500	4.5417	4.8696
	Feature	4.6500	4.2917	4.9565
	Harga	5.1500	4.5417	5.2609
Jeep	Mesin	4.9048	4.4762	4.5652
	Kenyamanan	3.9524	3.8095	3.9130
	Keamanan	4.0476	4.1429	4.0000
	Teknologi	4.7619	4.5238	4.5217
	Feature	4.1429	4.3810	4.4348
	Harga	5.0000	4.8095	4.2174
SUV	Mesin	4.5909	4.4762	4.7391
	Kenyamanan	4.4091	4.6190	4.1739
	Keamanan	4.1364	4.7143	4.3478
	Teknologi	4.9091	4.5714	5.0435
	Feature	4.8636	4.7143	4.9130
	Harga	5.0000	4.4762	5.2609

Tabel 4.3 Kesimpulan Mean Atribut Kualitas Secara Keseluruhan

Berdasarkan pada tabel diatas, dugaan peneliti bahwa untuk hasil penelitian secara deskriptif tampak untuk Jeep dengan *Country of Origin* Jerman dipersepsikan memiliki kualitas yang tinggi karena dari 6 atribut kualitas yang ada terdapat 4 atribut kualitas dengan nilai mean yang paling tinggi yaitu untuk atribut kualitas mesin, kenyamanan, teknologi, dan harga. Adapun hasil persepsi dari responden ini mungkin dikarenakan gambar mobil Jeep pada kuesioner yang disebarkan pada responden tampak *sophisticated* sehingga responden menilai bahwa Jeep dengan *Country of Origin* Jerman paling tinggi karena selama ini mobil-mobil dengan *country of Origin* Jerman sering di asosiasikan dengan kecanggihan atau *sophisticated*. Jika dibandingkan dengan gambar mobil tipe Sedan dan SUV tampak kurang *shopisticated* sehingga kemungkinan responden memberikan penilaian yang tidak terlalu tinggi untuk kedua jenis mobil tersebut untuk *Country of Origin* Jerman.

4.5 IMPLIKASI MANAGERIAL

Jika dilihat dari hasil analisa deskriptif yang telah dijelaskan sebelumnya diatas maka dapat terlihat bahwa untuk masing-masing tipe mobil yang ada yaitu Sedan, Jeep, dan SUV dengan *Country of Origin* yang ada yaitu Jerman, Amerika dan Jepang maka tampak bahwa terdapat kelebihan dan kekurangan dari masing-masing tersebut berdasarkan nilai mean dari masing-masing atribut kualitas yang ada yaitu kinerja mesin, kenyamanan, keamanan, teknologi yang digunakan oleh mobil, feature yang terdapat pada mobil serta harga dari mobil tersebut.

Dari setiap atribut kualitas yang ada tersebut maka terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan yaitu :

1. Untuk produk mobil dengan *country of origin* Jepang tipe Sedan dari 6 atribut kualitas terdapat 5 atribut kualitas yang dinilai paling tinggi yaitu untuk atribut kualitas kinerja mesin, kenyamanan, teknologi, feature dan harga. Sedangkan untuk atribut kualitas keamanan dinilai lebih rendah dibandingkan dengan sedan Jerman sehingga untuk atribut kualitas ini sehingga sebaiknya sedan Jepang harus dapat meningkatkan atribut

kualitas keamanannya mungkin dengan cara menambah *air bag* di mobil sedan Jepang sehingga pada saat terjadi kecelakaan, pengemudi terhindar dari benturan. Untuk atribut-atribut kualitas yang sudah dinilai tinggi oleh responden sebaiknya tetap di pertahankan atau bahkan dapat dijadikan sebagai faktor dalam pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian mobil sedan Jepang, misalnya sedan Jepang menonjolkan atribut kualitas kinerja mesin dan teknologi sehingga konsumen dalam memutuskan untuk membeli mobil sedan jika menginginkan mobil dengan kinerja mesin dan teknologi yang bagus dapat memilih mobil sedan Jepang. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mempromosikan atau mengkomunikasikan kepada konsumen bahwa jika konsumen menekankan pembelian mobil pada atribut kualitas kinerja mesin dan teknologi yang handal maka mereka dapat memilih sedan Jepang. Untuk mobil tipe SUV dengan *country of origin* Jepang dari 6 atribut kualitas yang ada terdapat 4 atribut kualitas yang dinilai paling tinggi dibandingkan dengan SUV Jerman dan USA. Adapun atribut kualitas itu adalah kinerja mesin, teknologi yang digunakan pada mobil tersebut, feature yang ada dimobil, dan harga. Sedangkan untuk atribut kualitas kenyamanan dan keamanan dinilai rendah dibandingkan dengan SUV Jerman dan Amerika. Sehingga untuk atribut yang dinilai rendah sebaiknya Jepang berusaha untuk meningkatkan kenyamanan dan keamanan dari mobil SUV Jepang. Sedangkan untuk ke empat atribut kualitas yang dinilai paling tinggi sebaiknya Jepang berusaha untuk mempertahankan atau bahkan lebih ditingkatkan sehingga SUV Jepang tetap menjadi pemegang market share terbesar di industri otomotif Indonesia. Untuk Jeep Jepang, hanya terdapat satu atribut kualitas yang dinilai paling tinggi oleh responden yaitu atribut keamanan, sedangkan untuk atribut kualitas lainnya dinilai rendah jika di bandingkan dengan Jeep Jerman. Oleh karena itu untuk Jeep Jepang, sebaiknya harus sangat ditingkatkan kualitasnya jika Jepang ingin bersaing dengan Jeep Jerman.

2. Untuk produk mobil dengan *country of origin* Amerika sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk mobilnya baik untuk tipe Sedan, Jeep, dan SUV karena berdasarkan analisa deskriptif tidak ada yang lebih baik dari kualitas mobil Jerman maupun Jepang. Untuk tipe mobil sedan Amerika sebagian besar atribut kualitas yang ada yaitu kinerja mesin, keamanan, teknologi, feature serta harga dinilai paling kecil dibandingkan dengan sedan Jepang maupun sedan Jerman. Hanya untuk atribut kualitas kenyamanan yang dinilai lebih tinggi dibandingkan sedan Jerman akan tetapi nilai itu juga lebih direndah jika dibandingkan dengan sedan Jepang. Oleh sebab itu Amerika harus dapat meningkatkan semua atribut kualitas yang dimiliki oleh mobil sedan buatan Amerika. Untuk mobil Jeep Amerika yang semula diduga dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih tinggi karena di Indonesia mobil jeep sebagian besar berasal dari Amerika, ternyata dinilai rendah dibandingkan dengan mobil Jeep dari Jerman. Seharusnya sebagai produsen mobil Jeep terbesar, Amerika bisa menunjukkan bahwa kualitas yang dimiliki oleh mobil Jeep buatan Amerika lebih baik dibandingkan dengan mobil Jeep buatan negara lain. Untuk mobil Jeep Amerika, atribut kualitas yang seharusnya lebih ditingkatkan lagi adalah untuk atribut kualitas kinerja mesin, kenyamanan, teknologi yang digunakan oleh mobil, feature yang terdapat pada mobil, serta harga. Sedangkan untuk atribut kualitas keamanan harus dipertahankan bahkan kalau perlu harus ditingkatkan lagi. Untuk mobil tipe SUV buatan Amerika dari enam atribut kualitas yang ada, terdapat empat atribut kualitas yang dinilai oleh responden lebih rendah yaitu atribut kualitas kinerja mesin, teknologi, feature, serta harga dibandingkan dengan mobil SUV Jepang maupun SUV Jerman. Oleh karena itu Amerika harus meningkatkan kualitas produknya. Atau hal ini mungkin saja terjadi karena mobil Amerika yang beredar di Indonesia tidak sebanyak mobil-mobil buatan Jepang maupun Jerman sehingga pengetahuan konsumen akan kualitas mobil Amerika juga terbatas, untuk itu sebaiknya para marketer mulai mempromosikan secara lebih gencar bahwa mobil Amerika memiliki kualitas yang baik agar konsumen memiliki

pengetahuan tersebut. Selain itu, untuk jumlah ATPM mobil Amerika di Indonesia sebaiknya diperbanyak karena selama ini mobil Amerika yang beredar di Indonesia kebanyakan langsung import dari negara asal sehingga jumlah mobil Amerika yang di jual tidak sebanyak mobil-mobil buatan Jepang atau Jerman yang sudah memiliki ATPM yang banyak dan besar.

3. Untuk produk mobil dengan *country of origin* Jerman sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produknya walaupun secara deskriptif Jerman lebih unggul dari mobil Amerika akan tetapi jika dibandingkan dengan mobil Jepang dipersepsikan oleh responden lebih rendah. Hal ini dapat dilihat untuk mobil tipe sedan terdapat satu atribut kualitas yang dinilai lebih tinggi dibandingkan dengan mobil sedan Jepang yaitu atribut kualitas keamanan, hal ini mungkin terjadi terutama karena saat ini Jepang sudah mulai mengeluarkan sedan kelas premium yang sekelas dengan sedan eropa seperti BMW dan Mercedes Benz oleh karena itu sangatlah penting bagi negara Jerman untuk lebih meningkatkan kualitas produknya agar lebih unggul di banding dengan negara –negara lain terutama Jepang. Untuk atribut kualitas keamanan dari mobil sedan Jerman sebaiknya dijadikan atribut unggulan bagi produk-produk sedan Jerman yang dapat menjadi faktor penting bagi konsumen dalam keputusan pembelian mobil sedan Jerman. Selama ini memang mobil sedan Jerman selain di asosiasikan dengan kecanggihan mobil Jerman juga diasosiasikan sebagai mobil yang aman karena feature-feature yang terdapat dalam mobil sedan Jerman seperti *air bag* dapat memberikan *safetiness* pada penumpangnya. Untuk mobil Jeep buatan Jerman, dipersepsikan memiliki kualitas yang paling tinggi dibandingkan dengan Jeep buatan Amerika mapun Jepang. Hal ini seperti telah diungkapkan oleh peneliti sebelumnya bahwa kemungkinan bisa disebabkan karena faktor gambar mobil Jeep yang terdapat pada kuesioner dapat mempengaruhi penilaian responden. Akan tetapi sebaiknya Jeep Jerman tetap mempertahankan atau kalau bisa semakin meningkatkan kualitas mobil Jeep nya agar dapat bersaing dengan mobil-mobil Jeep buatan Amerika. Untuk mobil SUV Jerman

dipersepsikan memiliki kualitas yang lebih baik di bandingkan dengan SUV Amerika akan tetapi jika dibandingkan dengan SUV Jepang masih dipersepsikan lebih rendah, terutama untuk atribut kualitas kimerja mesin, keamanan, teknologi, feature dan harga. Oleh karena itu sebaiknya SUV Jerman juga meningkatkan kualitas mobilnya agar dapat bersaing dengan mobil SUV Jepang yang memang sangat menguasai pangsa pasar mobil SUV terutama di Indonesia. Pada saat ini, untuk mobil SUV Jerman, merek BMW dan Mercedes Benz sudah mulai mengeluarkan produknya jadi seharusnya untuk mobil-mobil SUV kelas menengah keatas bisa dikuasai oleh Jerman karena mengingat kedua merek tersebut memiliki pangsa pasar yang tinggi.

