

ABSTRAK
ANALISIS FAKTOR – FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI
KONSUMEN DALAM PEMILIHAN
BENGGKEL RESMI SEPEDA MOTOR HONDA
Studi Kasus pada Bengkel AHASS BLPT

ROBERTUS HARI ISNAWAN HANTARA
UNIVERSITAS SANATA DHARMA
YOGYAKARTA
2004

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda. Jenis Penelitian ini adalah studi kasus dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 100 orang responden.

Penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data, yaitu kuisisioner, wawancara, dan observasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis *Regresi Linier Sederhana* (Uji t) dan analisis *Regresi Linier Berganda* (Uji F).

Berdasarkan analisis data menunjukkan bahwa : (1) Ada pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda; (2) Ada pengaruh yang signifikan variabel kenyamanan terhadap keputusan Konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda Motor Honda; (3) Ada pengaruh yang signifikan variabel lokasi terhadap keputusan konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda; (4) Ada pengaruh yang signifikan variabel kesigapan karyawan terhadap keputusan konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda; (5) Ada pengaruh yang signifikan variabel biaya servis terhadap keputusan konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda; (6) Ada pengaruh yang signifikan apabila diuji bersama-sama variabel kualitas pelayanan, kenyamanan, lokasi, kesigapan karyawan, dan biaya servis terhadap keputusan konsumen dalam memilih bengkel resmi sepeda motor Honda.

ABSTRACT
ANALYSIS OF THE FACTORS
INFLUENCING THE CONSUMER CHOICE OF
ASTRA HONDA AUTHORIZED SERVICE STATION
Case Study at AHASS BLPT service center

ROBERTUS HARI ISNAWAN HANTARA
SANATA DHARMA UNIVERSITY
YOGYAKARTA
2004

The aim at this study is to determine the factors influence the consumers in choosing astra Honda authorized service station. This is a case study research.

The data were gathered by using questionnaire, interview and observation. For analysis data a Simple Linear Regression (t-test) and Multiple Linear Regression analysis (F-test) were used.

Based on the data analysis, it is concluded that: (1) There is a significant influence of the costumer service quality variable toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station; (2) There is a significant influence of the convenience variable toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station; (3) There is a significant influence of the location variabel toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station; (4) There is a significant influence of employees responsiveness variabel toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station; (5) There is a significant influence of service charge variable toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station; (6) There are a significant effect of all variables mentioned above, including service quality, convenience, location, employees' responsiveness and service charge toward consumer's decision in choosing Astra Honda Authorized Service Station.