

Abstrak

Hubungan Jangka Waktu Kredit Dengan Volume Penjualan Sepeda Motor Honda Studi kasus Pada PT. Tunas Jaya Mekar Armada Yogyakarta

Theresia Dharma Sri Pratmawati
Universitas Sanata Dharma

Tujuan penulisan skripsi ini adalah 1). Untuk mengetahui hubungan antara jangka waktu kredit dengan volume penjualan sepeda motor Honda menurut jenisnya; 2). Untuk mengetahui jenis sepeda motor Honda yang memberikan kontribusi paling besar terhadap volume penjualan dan 3). Untuk mengetahui hubungan antara latar belakang pekerjaan konsumen dengan kecenderungan konsumen memilih alternatif jangka waktu kredit.

Ada tidaknya hubungan antara jangka waktu kredit dengan volume penjualan sepeda motor Honda menurut jenisnya dan ada tidaknya hubungan antara latar belakang pekerjaan konsumen dengan kecenderungan konsumen memilih alternatif jangka waktu kredit diketahui dengan menggunakan teknik analisis *Chi Square*. Sedang jenis sepeda motor Honda yang memberikan kontribusi paling besar terhadap volume penjualan diketahui dengan menggunakan teknik analisis persentase. Data dikumpulkan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara jangka waktu kredit dengan volume penjualan sepeda motor Honda menurut jenisnya, namun hubungan tersebut kurang begitu erat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai χ^2 hitung sebesar 23,11; 8,82 dan 17,31 untuk tahun 1995 sampai 1997, di mana nilai χ^2 hitung tersebut lebih besar dibandingkan dengan χ^2 tabel yaitu 7,81. Kekurangeratan hubungan tersebut ditunjukkan dengan koefisien kontingensi yang nilainya relatif rendah yaitu 0,166; 0,094 dan 0,126. Jenis sepeda motor Honda yang memberikan kontribusi relatif besar terhadap volume penjualan adalah jenis bebek dengan kontribusi sebesar 50,18% untuk tahun 1995; 66,67% untuk tahun 1996 dan 77,04% untuk tahun 1997. Nilai persentase tersebut relatif lebih besar dibandingkan dengan nilai persentase jenis sport yaitu 49,82%; 33,33% dan 22,96%. Hasil analisis masalah ketiga menunjukkan bahwa ada hubungan antara latar belakang pekerjaan konsumen dengan kecenderungan konsumen memilih alternatif jangka waktu kredit, namun hubungan tersebut kurang begitu erat. Hal ini ditunjukkan dengan nilai χ^2 hitung sebesar 47,96; 52,73 dan 92,12 untuk tahun 1995 sampai tahun 1997. Nilai χ^2 hitung tersebut lebih besar bila dibandingkan dengan nilai χ^2 tabel yaitu 16,92. Kekurangeratan hubungan ditunjukkan dengan nilai koefisien kontingensi yang relatif rendah yaitu 0,237; 0,225 dan 0,280.

Abstract

The Relationship Between The Credit Period
And The Sales Volume of Honda Motorcycle
A Case Study at PT. Tunas Jaya Mekar Armada Yogyakarta

Theresia Dharma Sri Pratmawati
Sanata Dharma University

The aim of writing this thesis is (1) to find out the relationship between the credit period and the sales volume of Honda motorcycles according to its type; (2) to find out the type of Honda motorcycles which give the greatest contribution to the sales volume and (3) to find out the relationship between the occupational background of the consumers and the consumer's preference in choosing the credit period alternatives. Data were gathered using interview, observation and documentation.

To answer whether there is a relationship between the credit period and the sales volume of Honda motorcycles according to its type and whether there is a relationship between the occupational background of the consumers and the consumer's preference in choosing the credit period alternatives, the chi square analysis technique was used. Whereas to answer what types of Honda motorcycle give the greatest contribution to the sales volume, a percentage analysis technique was used.

The result of this investigation shows that there was a relationship between the credit period and the sales volume of Honda motorcycles according to its type, but not very strong. This is showed by the χ^2 observed i.e. 23.11; 8.82; 17.31 for the years 1995 until 1997 respectively; where the χ^2 observed was greater than the χ^2 table i.e. 7.81. The weakness of the relationship was showed by the contingency coefficients which have relatively small values, i.e. 0.166; 0.094; and 0.126. The type of Honda motorcycles which gave a relatively great contribution to the sales volume was the "bebek" i.e. 50.18% for the year 1995; 66.67% for 1996 and 77.04% for 1997. These percentages were relatively greater than the percentages of sport motorcycle i.e. 49.82%, 33.33% and 22.96%. The result of the analysis of the third problem shows that there was a relationship between the occupational background of the consumers and the consumer's preference in choosing the credit period alternatives; but it was weak. This is showed by the χ^2 observed i.e 47.96; 52.73 and 92.12 for the year 1995 until 1997 respectively. The values of χ^2 observed were greater than the χ^2 table i.e. 16.92. The weakness of the relationship was showed by the contingency coefficients which were relatively low i.e. 0.273; 0.225 and 0.280.