

ABSTRAK

Seiring dengan situasi perekonomian Indonesia saat ini, dimana negara kita masih mengalami krisis moneter. Hal ini secara tidak langsung berdampak dengan semakin selektifnya konsumen untuk membelanjakan uangnya. Terlebih lagi ketika seorang konsumen dihadapkan pada keputusan untuk membeli mobil, apakah lebih baik membeli mobil baru atau sebaliknya membeli mobil bekas. Akan tetapi dengan semakin melemahnya nilai tukar rupiah terhadap Dollar Amerika Serikat, membuat harga mobil baru melonjak dengan pesat dan harga mobil bekas pun juga mengalami kenaikan. Perbandingan selisih harga yang cukup besar antara harga mobil baru dengan mobil bekas dapat dijadikan alasan yang cukup kuat, bahwa setelah adanya krisis moneter pada umumnya konsumen lebih tertarik dan lebih cenderung perhatiannya untuk membeli mobil bekas.

Dengan semakin meningkatnya permintaan akan mobil bekas, showroom "Gajah Mas Motor" berupaya merespon peluang pasar yang cukup besar tersebut. Akan tetapi dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen terhadap mobil bekas tersebut secara tidak langsung berdampak dengan semakin banyaknya pesaing-pesaing yang ikut meramaikan pangsa pasar. Untuk mengantisipasi hal tersebut showroom "Gajah Mas Motor" menerapkan berbagai strategi pemasaran untuk mengupayakan meningkatkan volume penjualan mobil bekas. Dan di dalam melaksanakan strategi pemasaran tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti Harga, Pelayanan, Kualitas dan Promosi.

Untuk menganalisa lebih lanjut seberapa besar pengaruh dari keempat variable di atas terhadap volume pembelian mobil bekas. Penulis melakukan penyebaran kuesioner, yang kemudian diolah dengan teori-teori dan metode pengujian yang relevan dan berkaitan dengan pokok permasalahan.

Dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden showroom "Gajah Mas Motor" diketahui bahwa faktor Harga, Pelayanan, Kualitas dan Promosi secara signifikan tidak mempengaruhi terhadap volume pembelian mobil bekas.. Oleh karena itu penulis menduga adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi selain keempat variable di atas seperti variable lokasi showroom, merk mobil, warna mobil dan jumlah mobil bekas yang dijual.