

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN IDENTITAS RESPONDEN

2.1 PT Nasmoco Gombel Semarang

2.1.1 Sejarah Singkat PT Nasmoco Gombel Semarang

PT Nasmoco adalah perusahaan dagang dan jasa yang merupakan anak perusahaan dari PT New Ratna Motor. PT New Ratna Motor sendiri didirikan pada tanggal 15 April 1961, yang waktu itu menggunakan nama PT Ratna Dewi Motor Company. PT Ratna Dewi Motor Company didirikan oleh Bapak Agustinus Hardjo Budi yang menjabat sebagai pimpinan sekaligus sebagai pemiliknya. Perusahaan ini bergerak dalam bidang pemasaran kendaraan merek Toyota untuk Indonesia Khususnya Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada mulanya PT New Ratna Motor didirikan khusus untuk menangani penjualan kendaraan merek Toyota saja, tetapi mengingat peningkatan penjualan kendaraan serta tuntutan customer akan pemeliharaan kendaraan sangat tinggi, maka didirikan jasa pelayanan purna tugas (*After Sales Service*) dengan cara door to door karena pada waktu itu perusahaan belum memiliki perlengkapan yang lengkap. Dalam melakukan pelayanan ini perusahaan mendapatkan bantuan dari Toyota Molar Sales Division Co Lid Nagayo.

Pada bulan Februari 1971 PT New Ratna Motor membeli sebuah bangunan di jalan Pemuda No. 72 milik CV. Nasmoco dengan memperoleh bantuan dari Bank Exim Indonesia Cabang Semarang. Pada tanggal 22 Desember 1971 PT New Ratna Motor mulai menggunakan bangunan tersebut sebagai *show room* yang dilengkapi

bengkel dengan suku cadang yang lengkap. Lokasi tersebut merupakan cikal bakal berdirinya PT Nasmoco Semarang.

Pada tanggal 30 Agustus 1972 PT New Ratna Motor ditunjuk sebagai *dealer* resmi Toyota (*Authorized Toyota Main Dealer*) Jawa Tengah. Dengan bantuan PT Toyota Astra Motor maka PT New Ratna Motor semakin berkembang dan berkeinginan untuk mendirikan perwakilan diberbagai kota di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.

Pada tahun 1974 PT New Ratna Motor mulai mengembangkan usahanya dengan mendirikan *dealer-dealer* di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. PT New Ratna Motor sampai sekarang telah mendirikan 12 cabang Toyota dimana 11 cabang dengan layanan penjualan, bengkel dan penyedia suku cadang (VSP – Vehicle Service and Part)

PT Nasmoco didirikan oleh Bapak Alm. AH Budi pada tanggal 20 Agustus 1977. Pada awal Januari 2005 PT Nasmoco Gombel merupakan anak cabang dari PT New Ratna Motor didirikan pada tanggal 3 Maret 2005 PT Nasmoco Gombel resmi dibuka. Dengan lokasi di Jalan Setiabudi no.22 Semarang sedangkan nama perusahaan PT Nasmoco Gombel merupakan singkatan dari *New Asiatic Motor Company*. Perusahaan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, bermula dari penjualan peralatan dan perlengkapan mobil berkembang menjadi dealer kendaraan Toyota dengan berbagai pelayanan jasa seperti *sales, service, body repair*, dan *body painting*, saat ini PTNasmoco Gombel Semarang dipimpin oleh Bapak Hendra Tjandrawan. Walaupun masih seumur jagung tapi PT Nasmoco Gombel sudah menunjukkan perkembangan yang meyakinkan, dapat dilihat melalui sudah lengkap

dan tersedianya program pendukung untuk *service* dan tingkat penjualan pada tahun 2005 yang angka CS Indeksnya mencapai 87,6 dan pernah menjadi angka tertinggi tahun 2005 untuk Nasmoco Group. Selain itu juga, Nasmoco Gombel juga telah mendukung beberapa prestasi diantaranya meraih juara kedua untuk Best Brand Manager Contest se-Indonesia, dan masuk ke dalam nominasi *Best Supervisor* se-Indonesia, pada tahun 2007. Setelah itu PT Nasmoco Gombel pun telah mendapatkan *Toyota Standards of Excellence for Customer Taste* pada bulan Januari 2006 yaitu sebuah penghargaan yang diberikan oleh Toyota karena telah mendapatkan dan meraih jumlah kepuasan pelanggan sesuai standar yang dibakukan oleh Toyota Jepang.

2.1.2 Visi dan Misi

Adanya visi dan misi merupakan syarat wajib bagi sebuah perusahaan/ organisasi. Setiap perusahaan memiliki visi dan misi yang berbeda, semua tergantung tujuan yang akan dicapai oleh masing-masing perusahaan. Biasanya visi dan misi dibuat suatu perusahaan sedang akan bangun, karena visi dan misi perusahaan menjadi landasan dasar bagi sebuah perusahaan. Oleh karena itu tidak perlu ditanyakan lagi, bahwa peranan visi dan misi perusahaan sangatlah penting, begitu juga dengan PT Nasmoco Semarang, untuk mencapai visi diperlukan adanya budaya perusahaan sebagai pedoman perilaku di dalam perusahaan.

2.1.2.1 Visi

Visi adalah suatu pernyataan tentang gambaran keadaan dan karakteristik yang ingin dicapai oleh suatu lembaga pada jauh di masa yang akan datang. Pernyataan visi

tersebut harus selalu berlaku pada semua kemungkinan perubahan yang mungkin terjadi sehingga suatu visi hendaknya fkesibel.

Adapun visi PT Nasmoco Semarang adalah “Menjadi pelaku bisnis dibidang otomotif yang professional berkualitas dan sebagai pemimpin pasar di era globalalisasi” yaitu lebih professional dalam pelayanan, lebih berkualitas produknya dan sebagai perusahaan yang berorientasi bisnis tidak hanya didalam negeri (Indonesia) tetapi dikenal dikawasan dunia luar dan memiliki jaringan internasional sehingga memperbesar omset penjualan.

2.1.2.2 Misi

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dilakukan oleh lembaga dalam usahanya mewujudkan visi. Misi merupakan sesuatu yang nyata untuk dituju serta dapat pula memberikan petunjuk garis besar cara pencapain visi.

Misi PT Nasmoco Semarang adalah “Meningkatkan profesionalisme karyawan dengan berbasis teknologi modern untuk memberikan totalitas kepuasan pelanggan dan menghasilkan keuntungan yang optimal bagi para pemegang saham, terus berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan, serta ikut berperan dalam kepedulian lingkungan dan sosial.”

Dalam mencapai misi yang ditetapkan maka dilakukan dengan lebih meningkatkan kemampuan karyawan dengan memberikan pelatihan kerja dibidang otomotif yang berbasis teknologi terbaru, selain itu melakukan kegiatan sosial dengan memberikan bantuan kepada setiap wilayah yang terkena bencana alam dan menyerap tenaga kerja dari para lulusan sekolah kejuruan sebagai upaya mengurangi pengangguran.

2.1.3 Budaya Kerja PT Nasmoco Gombel Semarang

Budaya perusahaan merupakan proses komunikasi yang mana mempunyai tujuan merubah perilaku ataupun mengarahkan perusahaan kepada suatu tingkah laku yang diinginkan demi tercapainya tujuan perusahaan. Budaya perusahaan di PT Nasmoco Semarang untuk pelayanan adalah 5S, yaitu mengedepankan pelayanan optimal dan memperhatikan keinginan serta kebutuhan pelanggan dan menempatkan pelanggan di urutan teratas. 5S adalah:

1. Senyum

Saat pelanggan hendak memasuki ruang dealer, showroom atau memasuki perusahaan, frontliners haruslah memberikan senyum yang hangat agar pelanggan dapat merasa nyaman.

2. Sapa

Setelah pelanggan memasuki dealer, showroom atau memasuki lingkungan perusahaan, haruslah disapa dengan sapaan yang ramah.

3. Salam

Salam dan menjabat tangan dengan pelanggan harus dilakukan untuk menunjukkan keakraban dan menunjukkan perhatian kepada pelanggan.

4. Sopan

Bertutur kata yang sopan dan ramah serta tidak menyinggung perasaan dari pelanggan sebagai wujud menghormati dan menjaga nama baik perusahaan.

5. Santun

Berkelakuan yang santun harus selalu dicerminkan untuk menjaga kepercayaan dan menjaga agar pelanggan tidak merasa dipermainkan ataupun dilecehkan.

Selain itu, didalam suatu perusahaan kegiatan pemeliharaan dan perawatan juga mutlak diperlukan untuk menunjang kelancaran karyawan dalam bekerja. Hal ini bertujuan agar kondisi suatu barang, alat maupun mesin senantiasa siap digunakan. Sehingga karyawan dapat bekerja secara efektif dan efisien, kemudian nantinya dapat menekankan atau mengurangi gangguan bekerja yang sekecil-kecilnya.

Disamping itu, untuk menunjang keberhasilan, pemeliharaan, dan perawatan PT Nasmoco Semarang (Service Division) menerapkan 5R yaitu:

1. Rawat

Rawat diartikan menjaga suatu barang atau alat agar tidak mengalami kerusakan dan diadakan perbaikan jika ada yang rusak.

2. Ringkas

Ringkas diartikan sebagai tata ruang dimana penempatan perlengkapan dan peralatan yang teratur serta segala sesuatu yang dibutuhkan karyawan dapat diambil dengan mudah dan cepat, sehingga meningkatkan produktifitas kerja.

3. Rapih

Pada suatu perusahaan ternyata kerapihan dan keramahan membawa suatu pengaruh yang besar. Bila karyawan berpenampilan rapih, tempat kerja

bersih, dan bekerja secara professional maka akan memberikan kesan yang baik bagi pelanggan.

4. Resik

Resik disini dimaksudkan menghilangkan apa yang seharusnya tidak ada ditempat kerja, serta menjaga keselamatan dalam kondisi yang bersih.

5. Rajin

Segala sesuatu jika dikerjakan secara rutin dan ikhlas akan membawa kebaikan pada diri dan perusahaan dalam bekerja.

2.1.4 Logo PT Nasmoco Gombel Semarang

PT Nasmoco Gombel merupakan bisnis di bidang otomotif hal ini dapat langsung terlihat dari penggambaran logonya, yang merupakan penggambaran siluet bodi kendaraan mobil bila dilihat dari samping.



Gambar 2.1 Logo PT Nasmoco Gombel Semarang

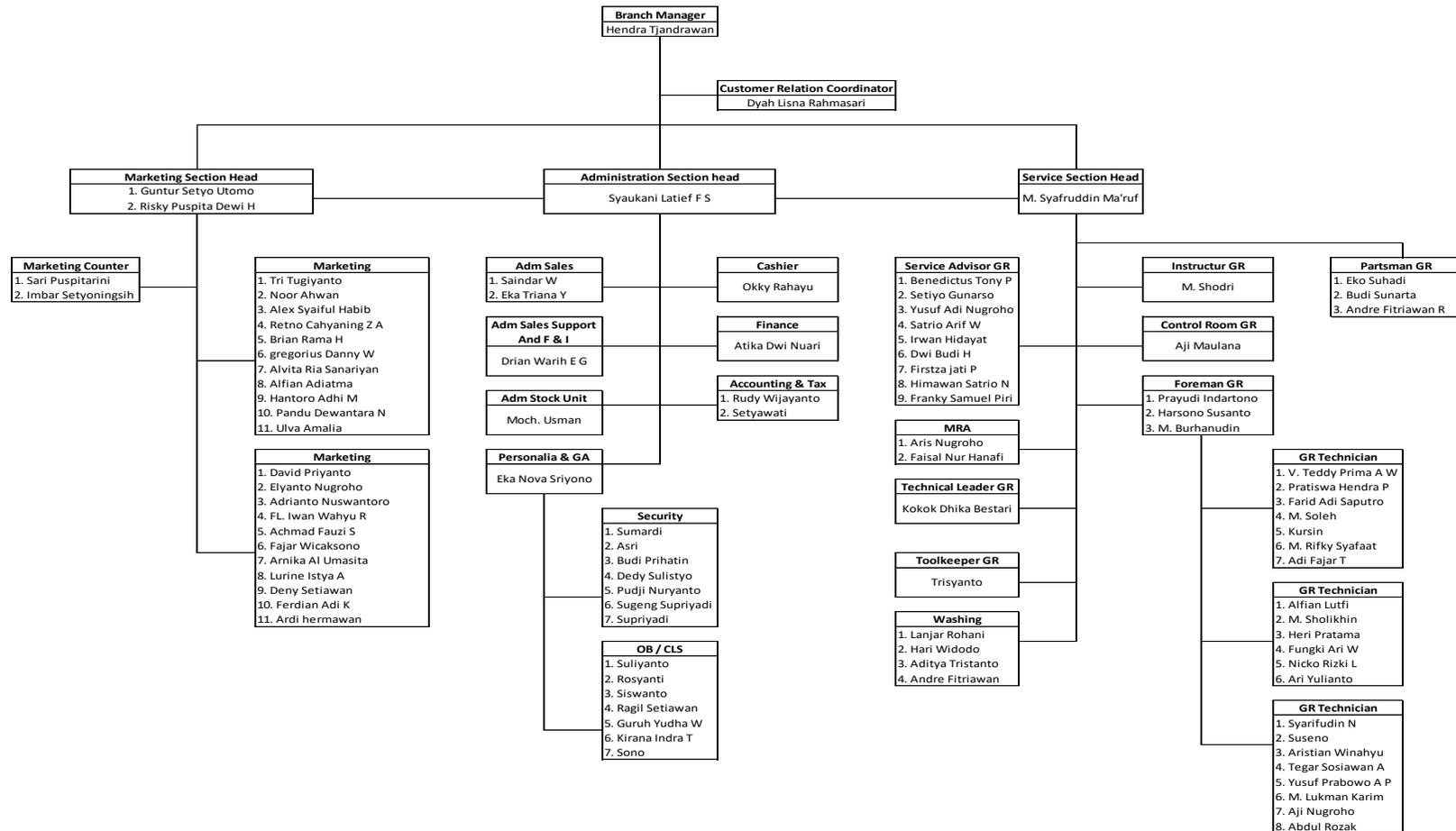
Sumber: PT Nasmoco Gombel Semarang, 2019

Adapun arti Logo PT Nasmoco Gombel Semarang, yaitu:

1. Bentuk logo PT Nasmoco dari ujung kiri ke ujung kanan yang aerodinamis menggambarkan gerakan dinamis dari perusahaan untuk melesat ke arah pembaharuan

2. Kombinasi warna gradasi merah, orange, dan kuning terinspirasi dari warna Toyota Racing Development (TRD). PT Nasmoco memiliki keunggulan dalam memberikan pelayanan yang cepat dan berkualitas prima kepada pelanggan.
3. Tiga bayangan mobil merupakan trilogi bisnis PT Nasmoco, yaitu unsur pelanggan, unsur pemilik perusahaan. Komposisi dan gradasi warna tersebut memiliki filosofi bahwa unsur karyawan, pelanggan, dan pemilik perusahaan menyatu dalam tujuan yang sama yaitu ke arah saling memberikan kepuasan.

2.1.5 Struktur Organisasi PT Nasmoco Gombel Semarang



Sumber: PT Nasmoco Gombel Semarang, 2020

2.1.6 Deskripsi Jabatan PT Nasmoco Gombel Semarang

Adapun deskripsi jabatan dari struktur organisasi PT Nasmoco Gombel Semarang adalah sebagai berikut:

1. *Branch Manager* (Kepala Cabang)

Memiliki tanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang ada di cabang meliputi menyusun perencanaan strategi bisnis, mengelola, mengontrol dan mengevaluasi aktivitas bisnis di cabang, membentuk budaya Customer Satisfaction ke dalam diri seluruh karyawan cabang, menjamin tercapainya tertib administrasi dan tercapainya profit.

2. *Customer Relation Coordinator* (CRC)

Melakukan survey kepuasan pelanggan, menangani suara pelanggan, penanganan komplain dan mengkoordinasikan bagian internal perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan.

3. *Finance and Insurance*

Bertanggung jawab mengolah produk dan kebijakan mengenai leasing kredit, mengurus pembayaran kendaraan melalui kredit, berhubungan langsung dengan leasing yang bekerjasama.

4. *Marketing Section Head*

Menyusun rencana kegiatan tahunan mencakup sasaran, strategi prioritas untuk mencapai target penjualan yang optimal, memonitor kelengkapan administrasi penjualan, meningkatkan kompetensi sales meliputi evaluasi kompetensi dan pengembangan. Bagian ini membawahi:

a. *Sales*

Melakukan aktivitas prospecting, menangani penjualan secara langsung kepada pembeli, melaksanakan prosedur administrasi untuk penerimaan pembelian kendaraan (SPK), mengatur penyerahan kendaraan dan melakukan proses DEC.

b. *Sales Counter*

Melayani konsumen yang datang ke *dealer* dan menjual kendaraan, memberikan keterangan yang diperlukan oleh konsumen baik yang datang maupun menanyakan melalui telepon.

5. *Administration Head Section (ADH)*

Mengamankan dan memelihara keutuhan asset perusahaan berupa harta fisik dan keuangan, mengawal proses administrasi dan keuangan di cabang sesuai dengan SOP yang berlaku, dan mengelola fungsi kepersonaliaan dan GA (*General Affair*). Bagian ini membawahi:

a. *Adm. Sales dan Stock*

Melaksanakan administrasi pembelian unit (input data pembelian dari nota debit, mencocokkan data dengan DO), melakukan administrasi penjualan dan penyerahan STNK & BPKB, membuat laporan pembelian dan penjualan.

b. *Cashier*

Menerima kaskas/setara kas serta menyimpan dan menyerahkan uang kas ke ADH, melakukan kegiatan pembayaran atau pengeluaran kas, membuat laporan kas dan tanda terima.

c. *Adm. Service*

Bertugas Mengelola kegiatan administrasi bengkel, membuat laporan internal penjualan bengkel secara berkala ke ADH dan kepala bengkel, koordinasi mengenai pembayaran untuk penjualan kredit ke bagian keuangan.

d. *Accounting*

Mengelola data-data transaksi ke dalam proses pembukuan, memeriksa kebenaran transaksi yang terjadi di *dealer*, membuat dan menyerahkan laporan keuangan kepada ADH, melakukan pengarsipan dokumen-dokumen transaksi dan laporan keuangan.

e. *Collector*

Merencanakan dan melakukan penagihan sesuai dengan dokumen penagihan dari *finance*, menyerahkan hasil penagihan ke kasir di hari yang sama, membuat laporan mengenai pelaksanaan dan hasil penagihan ke ADH.

f. *Finance*

Melaksanakan kegiatan administrasi keuangan dari customer dan *supplier*, menyimpan kas/setara kas di brankas dengan sepengetahuan ADH, mengelola administrasi perpajakan, membuat laporan-laporan keuangan bank harian dan mutasi lainnya.

g. *Adm. Part*

Melayani penjualan part secara langsung dari orderan bagian sales maupun penjualan tidak langsung melalui bagian *order sheet* dari SA bengkel, menerima dan melayani pencatatan pembelian part dari supplier.

h. *Personalia dan GA*

Mengelola data dan rekrutmen pekerja, mengelola pembagian gaji pegawai, melakukan perencanaan dan pemeliharaan fasilitas perusahaan.

i. *Security*

Melayani dalam merima dan kepulauan tamu atau customer, mengamankan lingkungan kantor.

6. *Service Section Head*

Mengontrol *man power servis*, mengontrol pencapaian target pelayanan bagian servis, memecahkan komplain pelanggan. Bagian ini membawahi:

a. *Service Advisor (SA)*

Menerima keluhan dan menganalisis kerusakan kendaraan, memberikan estimasi biaya dan waktu perbaikan kendaraan, memonitor proses berjalannya servis, memberikan informasi kepada *customer* bila ditemukan hal-hal di luar *servis order*, memfollow up customer 3-4 hari setelah proses perbaikan.

b. *Partman*

Melayani permintaan parts sesuai SOP, mengelola sistem administrasi khusus part, membuat laporan penjualan part secara harian, mencetak part *invoice* atau *supply slip*.

c. *Foreman*

Memastikan pekerjaan teknisi sesuai dengan janji penyerahan dan bertanggung jawab atas hasilnya, mengontrol dan memastikan teknisi telah

sesuai SOP, memberikan jalan keluar bila ada laporan masalah dari teknisi.

Bagian ini membawahi:

1) Teknisi

Memperbaiki kendaraan sesuai dengan *Work Order* atau *Service Order*, memberikan laporan kepada foreman bila terjadi masalah di lapangan, menjaga kebersihan dan kerapian area bengkel.

2.1.7 Bidang Usaha PT Nasmoco Gombel Semarang

PT Nasmoco Gombel Semarang adalah salah satu sub dealer dari PT New Ratna yang bergerak dalam bidang usaha sebagai berikut:

1. Penjualan Mobil (*Vehicle Division*)

Divisi penjualan pada PT Nasmoco Gombel Semarang menangani seluruh kendaraan merek Toyota untuk wilayah Jawa Tengah dan DIY. Sistem penjualan kendaraan Toyota PT Nasmoco Gombel Semarang adalah penjualan tunai (*cash sale*) dan penjualan kredit (*credit sale*) sedangkan prosedur penjualan kendaraan Toyota yaitu pelanggan melakukan transaksi pembelian dengan memilih jenis kendaraan yang akan dibeli, setelah ada persetujuan harga, pelanggan melakukan pemesanan kendaraan sekaligus membayar uang muka sebagai tanda jadi.

2. Penjualan Suku Cadang (*Spare Part*)

Selain melakukan penjualan kendaraan Toyota, PT Nasmoco Gombel Semarang juga menjual suku cadang kendaraan Toyota dengan sistem penjualan tunai dan kredit sedangkan prosedur penjualannya sama yaitu melalui pemesanan.

Penjualan suku cadang kendaraan Toyota ini bertujuan memberikan kemudahan pada pelanggan dalam memperoleh suku cadang yang sewaktu-waktu mungkin dibutuhkan sehingga pelanggan akan bertambah dan perusahaan pun dapat meningkatkan keuntungan.

3. Pemeliharaan dan Servis (*Service Division*)

Divisi bengkel (*service*) PT Nasmoco Gombel Semarang melayani servis dan pemeliharaan kendaraan Toyota baik kendaraan pelanggan dan buka pelanggan. Pemeliharaan dan servis ini juga bertujuan memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam hal pemeliharaan dan servis.

2.1 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang telah membeli mobil Toyota Avanza Nasmoco Gombel

2.2.1 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia seseorang dapat menggambarkan tingkat kedewasaan. Dalam kaitannya tingkat konsumsi responden setiap usia memiliki kematangan dalam pengambilan sikap yang berbeda-beda dalam menentukan pilihan yang sesuai dengan kebutuhan responden. Gambaran mengenai umur responden yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 2.1 di bawah ini:

Tabel 2.1
Usia Responden

No.	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 20 tahun	0	0%
2	> 20 – 30 tahun	41	41%
3	>30 – 40 tahun	27	27%
4	>40 – 50 tahun	17	17%
5	> 50 tahun	15	15%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel 2.1 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah umur > 20-30 tahun dengan jumlah 41%.

2.2.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin dari 100 orang responden yang diteliti dapat dilihat pada Tabel 2.2 di bawah ini:

Tabel 2.2
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase(%)
1	Laki-laki	56	56%
2	Perempuan	44	44%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.2 dapat diketahui sebanyak 56% merupakan responden berjenis kelamin laki-laki, sedangkan sebanyak 44% responden berjenis kelamin perempuan. Berdasarkan data tersebut responden laki-laki lebih banyak.

2.2.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pada data pendidikan terakhir yang ada dalam penelitian ini merupakan pendidikan formal yang sudah ditempuh oleh responden. Tingkat pendidikan seseorang akan

mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup seseorang itu sendiri. Semakin tinggi tingkat Pendidikan yang ditempuh oleh seseorang maka akan semakin luas pengetahuan dan kritis pemikirannya untuk menentukan pilihan pada suatu produk yang akan dikonsumsi. Tingkat pendidikan dalam penelitian ini adalah pendidikan terakhir yang telah ditempuh oleh 100 responden. Berikut data mengenai tingkat pendidikan terakhir responden:

Tabel 2.3
Pendidikan Terakhir Responden

No.	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase(%)
1	SD	0	0%
2	SMP	0	0%
3	SMA	19	19%
4	Akademi / Diploma	19	19%
5	Sarjana	54	54%
6	Pasca Sarjana	8	8%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.3 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden sebagian besar tamat sarjana yaitu sebanyak 54%.

2.2.4 Identitas Responden Berdasarkan Status Marital

Status marital merupakan status atau keadaan responden dimana lengkap tidaknya pasangan hidup yang terikat perkawinan atau belum pernah menikah. Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, diketahui mengenai status marital responden. Gambaran mengenai status perkawinan/ marital dapat dilihat pada Tabel 2.4 berikut ini:

Tabel 2.4
Status Marital Responden

No.	Status Perkawinan	Jumlah	Persentase (%)
1	Belum Menikah	11	11%
2	Menikah	86	86%
3	Duda atau Janda	3	3%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.4 di atas dapat diketahui bahwa status marital sudah menikah merupakan sebagian besar status responden yang melakukan pembelian mobil Toyota Avanza di PT Nasmoco Gombel Semarang dengan jumlah 86%.

2.2.5 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu kegiatan yang melibatkan dua pihak antara perusahaan dengan para pekerja atau karyawan yang akan mendapatkan gaji sebagai balas jasa dari pihak perusahaan, dan jumlahnya tergantung dari jenis profesi yang dilakukan. Pekerjaan seseorang akan mempengaruhi aktivitas seseorang. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden maka akan diperoleh gambaran mengenai kehidupan sosial dan ekonomi responden tersebut. Berikut ini data mengenai pekerjaan utama atau profesi responden yang dapat dilihat pada Tabel 2.5 berikut:

Tabel 2.5
Jenis Pekerjaan Responden

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase(%)
1	Pegawai Swasta	48	48%
2	BUMN/ BUMD	2	2%
3	Wiraswasta	29	29%
4	Pegawai Negeri	12	12%
5	TNI/ POLRI	5	5%
6	Lainnya	4	4%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 2.5 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden terbanyak adalah pegawai swasta yaitu sebanyak 48 responden atau sebesar 48%.

2.2.6 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan

Pada data tingkat pendapatan ini bertujuan untuk mengetahui besarnya penghasilan dari responden yang nantinya akan mempengaruhi gaya hidup dan kemampuan daya beli atau penggunaan seseorang. Dalam data pendapatan ini akan disajikan besarnya pendapatan yang diterima oleh responden. Berikut akan disajikan data mengenai tingkat penghasilan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.6
Penghasilan Responden

No.	Penghasilan	Jumlah	Persentase(%)
1	< Rp. 2.500.000	11	11%
2	Rp. 2.500.000 s.d < Rp. 5.000.000	36	36%
3	Rp. 5.000.000 s.d < Rp. 7.500.000	23	23%
4	≥Rp. 7.500.000	30	30%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.6 di atas, reponsen dengan pendapatan Rp. 2.500.000 s.d < Rp. 5.000.000 merupakan responden terbanyak dengan jumlah responden sebanyak 36 orang atau 36%.

2.2.7 Identitas Responden Berdasarkan Jangka Waktu Penggunaan mobil

Avanza

Adapun identitas responden berdasarkan jangka waktu responden dalam menggunakan mobil Avanza adalah sebagai berikut:

Tabel 2.7
Jangka Waktu Penggunaan Mobil Avanza Responden

No.	Waktu	Jumlah	Persentase (%)
1	< 6 bulan	1	1%
2	> 6 bulan s.d 1 tahun	8	8%
3	> 1 tahun s.d 1,5 tahun	2	2%
4	> 1,5 tahun s.d 2 tahun	11	11%
5	> 2 tahun	78	78%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2.7 diatas dapat diketahui bahwa pengambil keputusan pembelian mobil Toyota Avanza di PT Nasmoco Gombel Semarang berdasarkan jangka waktu penggunaanya yang paling banyak dengan jangka waktu penggunaan selama > 2 tahun sebesar 78%.