

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Di Pedesaan

Studi Kasus Kecamatan Cibeber

Clarissa Handoko, David Wardana, Gabriella Jessica, Richard Raphita

School of Business and Economics Universitas Prasetiya Mulya
 JL. RA. Kartini (TB Simatupang), Cilandak Barat Jakarta Selatan, Jakarta 12430 Indonesia.

*. Corresponding Author: clarissahandoko11@gmail.com

Abstract	ARTICLE INFO
<p><i>Ministry of Industry, in collaboration with PT Velasto Indonesia, has produced village vehicle prototype to support village mass transportation program. But, factors affecting potential village vehicle buyers' decision in buying the product has not been studied. To solve the problem, Analytic Hierarchy Process (AHP) is used to determine rankings of importance of factors affecting village vehicle purchasing decision. Based on AHP analysis, it is concluded that price, flexibility and performance are three most important factors in village vehicle purchasing decision. As for village vehicle producer, AHP result is helpful to test the prototype's compatibility with its future user.</i></p>	<p>Keywords: car, village, decision making, Analytic Hierarchy Process (AHP)</p>
<p>Abstrak</p>	
<p>Kementerian Perindustrian, bekerja sama dengan PT Velasto Indonesia, telah memproduksi prototype mobil pedesaan guna mendukung program pengembangan Kendaraan Angkutan Umum Pedesaan (KAUP). Namun, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil oleh masyarakat pedesaan belum dipelajari. Untuk menyelesaikan permasalahan, Analytic Hierarchy Process (AHP) digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan beragam faktor dalam keputusan pembelian mobil pedesaan. Berdasarkan analisis AHP, diperoleh faktor harga, fleksibilitas dan performa adalah 3 faktor paling berpengaruh pada keputusan pembelian mobil pedesaan. Bagi produsen mobil, hasil AHP bermanfaat untuk menguji kesesuaian prototype dengan kondisi masyarakat pedesaan.</p>	

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini, Indonesia mengalami peningkatan ekonomi dan seiring dengan berkembangnya program Masyarakat Ekonomi Asean (MEA), pemerintah perlu melakukan strategi inovasi berkelanjutan guna bersaing dengan negara-negara lain. Persaingan berat di tingkat global memerlukan kerja sama seluruh masyarakat Indonesia, tidak terkecuali ekonomi di pedesaan. Salah satu cara yang dilakukan oleh pemerintah dalam mendorong pemerataan kemajuan ekonomi di Indonesia tidak lain adalah dengan melakukan pembangunan infrastruktur.

Proyek pembangunan infrastruktur yang dilakukan bukan hanya untuk masyarakat yang tinggal di kota-kota besar namun juga untuk seluruh masyarakat Indonesia baik yang tinggal di pedesaan, daerah-daerah pinggiran, pulau-pulau terdepan, maupun kawasan perbatasan. Terlihat dari adanya peningkatan dalam pengucuran dana desa untuk tahun 2018 yaitu sebesar 18 triliun rupiah yang ditujukan kepada 74.910 desa di seluruh Indonesia. Pada masa sekarang ini, penggunaan dana desa masih lebih terfokus pada pembangunan infrastruktur dasar di desa dikarenakan tujuan utama dari pengucuran dana desa ini adalah untuk meningkatkan akses masyarakat agar kesejahteraan masyarakat dapat meningkat sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang lebih merata.

Pengembangan infrastruktur merupakan salah satu cara pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat yang berada di daerah setempat. Hal ini salah satunya dapat terlihat dari pertumbuhan permintaan akan mobil. Proyek pengembangan infrastruktur pada suatu daerah yang telah selesai dilaksanakan mampu mendorong permintaan akan mobil pada daerah tersebut. Pada studi penelitian mengenai transportasi pedesaan yang sudah ada di Indonesia, studi penelitian yang dilakukan cenderung mengarah kepada isu pembangunan dan pemeliharaan jalan, serta dampak ekonomi dan sosial dari pengembangan jalan. Studi penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan dan pembelian mobil juga masih terbatas pada segmen mobil pribadi dan mobil mewah yang didasarkan pada wilayah perkotaan, bukan terhadap pembelian mobil di wilayah pedesaan. Peneliti melihat bahwa dalam segi geografis dan consumer behavior, terdapat kondisi wilayah dan gaya hidup yang berbeda antara masyarakat perkotaan dan pedesaan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat pedesaan dalam pengambilan keputusan pembelian mobil di pedesaan.

Definisi Masalah

Permasalahan yang dihadapi adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil di pedesaan oleh masyarakat belum diketahui. *Analytical Hierarchy Process* (AHP) digunakan sebagai penyelesaian guna mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting dalam keputusan pembelian mobil pedesaan oleh masyarakat.

Tujuan dan Sumbangsih Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh dalam keputusan pembelian mobil di pedesaan oleh masyarakat. Penelitian ini akan memberikan bantuan kepada para produsen kendaraan dalam menguji kesesuaian *prototype* mobil pedesaan dengan faktor-faktor pertimbangan pembelian oleh masyarakat pedesaan. Penelitian ini juga dapat membantu peneliti-peneliti lainnya jika ingin melakukan penelitian mengenai kendaraan pedesaan.

Pertanyaan Penelitian

Apa faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian mobil di pedesaan?

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Pustaka

Analytic Hierarchy Process (AHP)

Analytic Hierarchy Process (AHP) dikembangkan oleh Thomas L. Saaty pada tahun 1970. AHP menyediakan kerangka kerja komprehensif dan rasional dalam menentukan masalah, menggambarkan dan melakukan kualifikasi setiap elemen, menghubungkan setiap elemen dengan tujuan umum, serta mengevaluasi setiap alternatif solusi. Tujuan AHP adalah membantu proses organisasi pendapat dan pertimbangan guna menciptakan lebih banyak pilihan efektif. (Saaty & Vargas, *Models, Methods, Concepts & Applications of the Analytic Hierarchy Process*, pp. 12 & 27)

Dalam melakukan AHP, proses yang dilaksanakan sebagai berikut.

1. Mendefinisikan problem.
2. Memperluas tujuan dengan mempertimbangkan semua tujuan dan hasil yang diharapkan.

3. Melakukan identifikasi kriteria atau sub-kriteria.
4. Membangun struktur problem berdasarkan tujuan, kriteria atau sub-kriteria dan alternatif tersedia.
5. Mengembangkan matriks pembandingan seperti persamaan (i) dengan n adalah jumlah faktor

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} \quad (\text{i})$$

Kemudian, matriks pembandingan dinilai dengan langkah-langkah sebagai berikut.

Melakukan normalisasi dengan persamaan (ii)

$$a_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \text{ for } i, j = 1, 2, \dots, n, \quad (\text{ii})$$

- b. Menghitung *eigenvalue* dan *eigenvector* berdasarkan persamaan (iii) dengan w adalah nilai *eigenvector*, w_i adalah *eigenvalue* dari I , dan *lambda max* adalah *eigenvalue* terbesar

$$w = \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{bmatrix}, \text{ and } w_i = \frac{\sum_{j=1}^n a_{ij}}{n} \text{ for } i = 1, 2, \dots, n, \quad w' = Aw = \begin{bmatrix} w_1' \\ w_2' \\ \vdots \\ w_n' \end{bmatrix},$$

$$\text{and } \lambda_{\max} = \frac{1}{n} \left(\frac{w_1'}{w_1} + \frac{w_2'}{w_2} + \cdots + \frac{w_n'}{w_n} \right), \quad (\text{iii})$$

6. Melakukan perhitungan *consistency index* dan *consistency ratio* berdasarkan *Random Index* yang disarankan Saaty (2005) dan persamaan (iv).

Tabel 1. Random Index

N	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RI	0	0.52	0.89	1.11	1.25	1.35	1.40	1.45	1.49

$$CI = (\lambda_{max} - n) / (n - 1) \text{ and } CR = CI / RI \quad (iv)$$

7. Nilai $CR > 0.1$ untuk matriks berukuran lebih besar dari 4×4 menandakan penilaian yang tidak konsisten. Pengambil keputusan perlu melakukan revisi nilai matriks perbandingan. Nilai yang sudah dinormalisasi dapat digunakan untuk menentukan kesesuaian CR dengan nilai kurang dari 0.1.

Dalam jurnal “*An Analytic Hierarchy Process Approach with a Novel Framework for Luxury Car Selection*” oleh Apak *et al.* (2012), metode AHP digunakan untuk menentukan faktor-faktor yang berpengaruh pada pemilihan mobil mewah. Pada penelitian tersebut, faktor-faktor yang dipertimbangkan adalah kualitas, reliabilitas, teknologi, brand image, fleksibilitas, performa dan harga (Apak *et al.*, 2012).

Kemudian pada jurnal *The AHP Approach for Selecting an Automobile Purchase Model* oleh Byun (2001), metode AHP digunakan untuk menemukan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang dalam pemilihan pembelian mobil. Dalam penelitian ini, faktor dibedakan dalam tujuh dimensi, yaitu eksterior, *convenience*, performa, keamanan, aspek ekonomi, *dealer*, dan *warranty* (Byun, 2001).

Masing-masing dimensi meliputi beberapa variabel. Dimensi eksterior meliputi faktor-faktor seperti model, *style* dari mobil, panjang mobil, dekorasi, warna mobil, dan instrumen yang ada di dalam mobil. Dimensi kenyamanan meliputi faktor-faktor seperti ukuran bagian dalam mobil, tempat menaruh barang, pengoperasian, kesesuaian dengan pengguna, dan sistem audio. Dimensi performa meliputi faktor-faktor seperti torsi, kecepatan, tangki bensin, kemampuan berhenti, menikung, suara mesin, dan kemudahan berkendara. Dimensi keamanan meliputi faktor-faktor seperti *airbags*, *antilock braking system*, dampak kecelakaan, keamanan bagasi, sabuk pengaman, badan mobil, dan *alarm*. Dimensi aspek ekonomi meliputi faktor-faktor seperti harga, bensin, asuransi, harga jual di masa depan, dan peralatan. Dimensi *dealer* meliputi faktor-faktor kemudahan untuk mengunjungi *dealer*, sikap *dealer*, kemampuan dan pengetahuan *dealer*, dan kepercayaan terhadap *dealer*. Dimensi jaminan meliputi faktor-faktor tempat perawatan, *spare parts*, kepuasan, dan lama proses perawatan.

Penelitian penulis dengan judul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Kendaraan di Pedesaan” mengombinasikan faktor-faktor pada penelitian Apak *et al.* (2012) dengan Byun (2001) untuk diterapkan pada konteks mobil pedesaan dengan penyesuaian. Faktor-faktor penelitian yang digunakan penulis adalah kualitas, *brand image*,

eksterior, fleksibilitas, performa, harga, reliabilitas, keamanan dan teknologi. Guna menyesuaikan dengan konteks mobil pedesaan, faktor-faktor tersebut didefinisikan sebagai berikut.

1. Kualitas

Pada penelitian ini, peneliti mendefinisikan kualitas sebagai mutu atau tingkat baik/buruknya kendaraan dalam hal spesifikasi kendaraan yang dinilai kesesuaiannya terhadap standar yang dibutuhkan dalam suatu kegiatan/aktivitas yang akan dilakukan dimana pada penelitian ini apakah spesifikasi kendaraan sudah memenuhi standar dalam aktivitasnya untuk digunakan pada daerah pedesaan sehari-harinya.

2. Brand image

Brand image merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat pedesaan dalam membeli kendaraan dikarenakan jika mereka memiliki suatu produk dengan merek yang terkenal, hal ini diyakini mampu mengangkat status mereka di mata orang-orang sekitar.

3. Eksterior

Eksterior merupakan tampilan depan yang dapat dilihat oleh konsumen secara langsung. Faktor ini merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat pedesaan dalam membeli kendaraan adalah karena masyarakat pedesaan juga memiliki nilai estetika tersendiri yang dimana hal ini juga diyakini mampu mengangkat status mereka di mata orang-orang sekitarnya.

4. Fleksibilitas

Fleksibilitas merupakan faktor yang dipandang penting dikarenakan banyaknya kegiatan dan kebutuhan yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan dari kegiatan keluarga, bertani, berdagang, mengirim barang atau hasil panen. Mobil pedesaan diharapkan dapat memenuhi segala kebutuhannya disegala aktivitas.

5. Performa

Performa yang didefinisikan oleh peneliti disini adalah tingkat baik atau buruknya kendaraan dalam melakukan suatu aktivitas. Disini performa merupakan salah satu faktor yang dipandang penting karena tingkat baik atau buruknya kendaraan dalam melakukan aktivitas sangat berpengaruh terhadap kinerja masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-harinya.

6. Harga

Masyarakat pedesaan masih sangat sensitif dengan harga suatu produk. Mereka tentu akan sangat memperhatikan harga dari produk yang akan mereka beli. Jika harga dari produk yang mereka beli cenderung mahal, kemungkinan mereka membeli produk tersebut sangatlah kecil. Hal ini menjadikan harga masih termasuk faktor yang mempengaruhi masyarakat pedesaan dalam keputusan membeli mobil.

7. Reliabilitas

Reliabilitas didefinisikan sebagai tingkat seberapa lama atau durasi suatu kendaraan dapat digunakan secara layak. Jumlah aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat pedesaan membuat mereka membutuhkan kendaraan yang dapat diandalkan kapan saja dan di segala jenis medan. Sehingga membuat faktor reliabilitas ini juga menjadi salah satu faktor yang penting dalam keputusan masyarakat desa untuk membeli mobil.

8. Keamanan

Jalanan yang tidak rata, menanjak, dan masih banyaknya jurang di daerah pedalaman desa, berbagai kekurangan dalam infrastruktur pedesaan menjadikan keamanan menjadi salah satu faktor yang penting dalam keputusan masyarakat desa untuk membeli mobil.

9. Teknologi

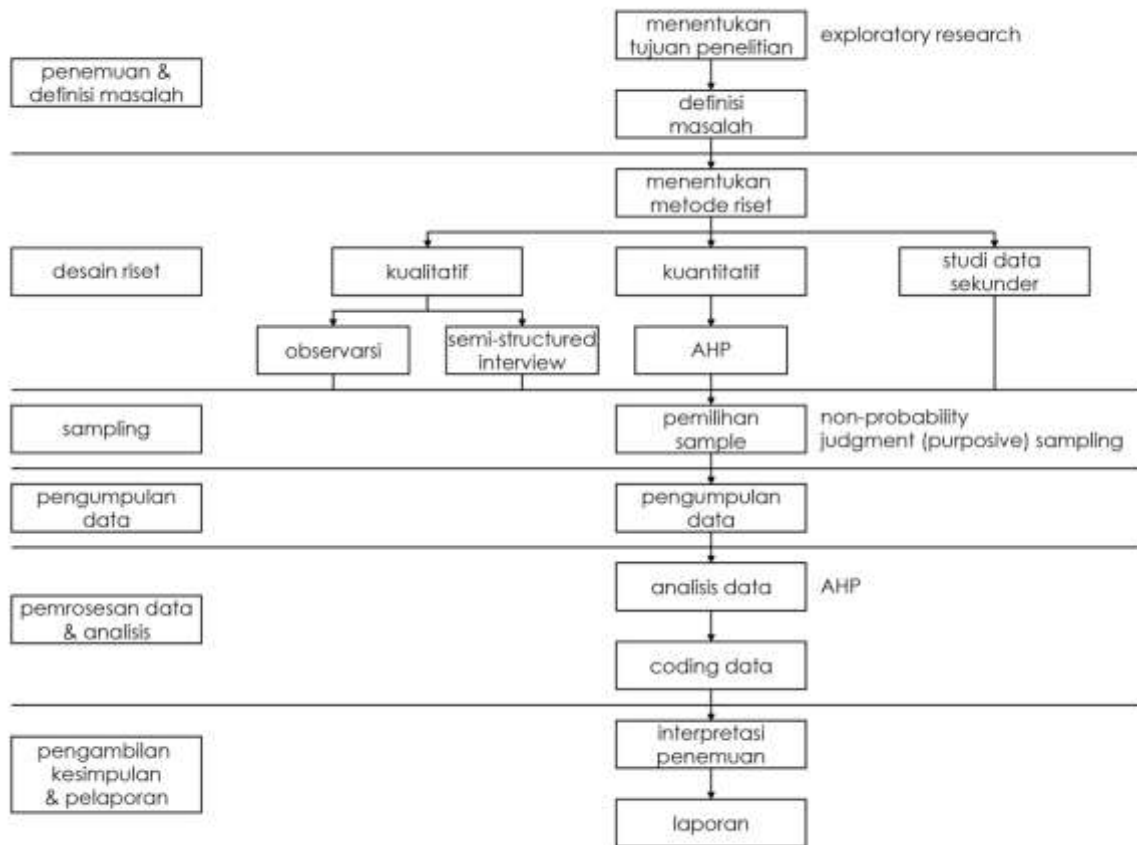
Perkembangan teknologi yang begitu cepat pada masa sekarang juga berpengaruh pada industri otomotif. Sehingga isu teknologi merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan masyarakat desa dalam membeli mobil.

Selanjutnya, penulis menggunakan teori, model AHP dan jumlah responden penelitian Apak *et al.* (2012) sebagai *benchmark* penelitian.

Pemilihan Responden AHP dilakukan dengan menentukan populasi yang menjadi target penelitian, yaitu masyarakat Desa Cikondang, Cislak dan Cibaregbeg Kecamatan Cibeber yang memerlukan mobil pedesaan untuk mendukung aktivitas sehari-hari. Selanjutnya, penulis memilih responden berdasarkan penilaian penulis terhadap kesesuaian responden dengan tujuan penelitian. Responden AHP sejumlah 13 orang berdasarkan *benchmark* penelitian Apak *et al.* (2012). AHP dapat dilaksanakan dengan tanpa minimum responden karena *expertise* atau wewenang responden sebagai pengambil keputusan lebih diutamakan.

METODOLOGI PENELITIAN

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Penelitian “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Pembelian Kendaraan di Pedesaan” mengombinasikan dua metode pengumpulan data, kualitatif dan kuantitatif dengan dukungan data sekunder. Metode kualitatif dilakukan dengan observasi dan *semi-structured interview*, sedangkan metode kuantitatif dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Kualitatif

1. Observasi

Observasi dilakukan penulis di Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur pada tanggal 7-9 Oktober 2017. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi alam desa dan infrastruktur jalan yang tersedia, mengamati aktivitas sosial ekonomi penduduk serta mempelajari budaya setempat.

2. *Semi-structured Interview*

Semi-structured interview dilakukan dengan penduduk Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg serta pejabat dan pengurus koperasi setempat. *Interview* dilakukan untuk mengetahui kebutuhan masyarakat setempat akan mobil pedesaan serta mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian mobil.

Data hasil *semi-structured interview* diuraikan dengan metode *coding* berdasarkan kata atau kalimat yang merepresentasikan tema penelitian.

Kuantitatif

1. *Analytical Hierarchy Process (AHP)*

AHP digunakan sebagai data pendukung metode penelitian kualitatif guna menguji dan menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil pedesaan.

AHP dilakukan melalui kuesioner perbandingan antar faktor terhadap 13 responden masyarakat Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg Kecamatan Cibeber yang memerlukan mobil pedesaan untuk mendukung aktivitas sehari-hari dengan *expertise* atau wewenang sebagai pengambil keputusan.

Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari penelitian serupa berjudul *An Analytic Hierarchy Process Approach with a Novel Framework for Luxury Car Selection* oleh Apak *et al.* (2012) dan *The AHP Approach for Selecting an Automobile Purchase Model* oleh Byun (2001). Selain itu, data juga diperoleh dari studi literatur via internet.

ANALISIS DATA

Data Kualitatif

Berdasarkan hasil observasi dan *semi-structured interview*, penulis memperoleh gambaran keadaan dan aktivitas sehari-hari masyarakat Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg sebagai berikut.

- **Ekonomi**

Penduduk Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg bekerja di bidang pertanian padi, perkebunan dan UKM makanan ringan seperti makaroni pedas, susu kedelai atau tapai. Mayoritas penduduk generasi muda bekerja sebagai buruh pabrik di Cianjur atau pergi merantau.

- **Sosial Budaya**

Penduduk Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg memiliki *social pride* relatif tinggi, dengan kepemilikan kendaraan bermotor dianggap menunjang status sosial pemilik. Oleh karena itu, banyak generasi muda di ketiga desa tersebut melakukan pembelian sepeda motor melalui sistem cicilan meski belum memiliki pekerjaan tetap.

Status sosial juga ditunjukkan masyarakat Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg melalui penggunaan helm. Dalam melaksanakan aktivitas berkendara, masyarakat jarang menggunakan helm, meski kondisi infrastruktur jalan tidak mendukung. Masyarakat cenderung diolok-olok jika menggunakan helm pemberian *dealer*. Oleh karena itu, banyak penduduk lebih memilih tidak menggunakan helm jika mereka belum memiliki helm dengan *brand image* tinggi (contoh: helm merek INK atau KYT).

Masyarakat Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg relatif sering melakukan perawatan sepeda motor. Berdasarkan hasil observasi penulis, terdapat banyak jasa pencucian sepeda motor dengan jarak berdekatan di ketiga desa, termasuk daerah pelosok. Sebaliknya, penduduk Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg memiliki tingkat kepercayaan rendah pada bengkel resmi otomotif karena dianggap mencurangi konsumen dengan mengganti *spare parts* yang tidak perlu diperbaiki. Oleh karena itu, masyarakat cenderung lebih memilih bengkel otomotif tidak resmi.

- **Infrastruktur dan Transportasi**

Kondisi infrastruktur Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg relatif buruk dengan pembangunan jalan tidak merata, jalan sempit dan terjal dan kurangnya pembatas dan penerangan jalan. Pembangunan jalan dilaksanakan oleh pemerintah masing-masing desa, sehingga jalan penghubung antar desa dapat berubah dari beraspal menjadi jalan tanah dan sebaliknya setiap beberapa kilometer. Pemerintah Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg tidak melakukan kolaborasi pembangunan jalan karena keterbatasan dana desa dan kinerja pemerintah yang kurang efektif dan efisien sehingga jalan yang telah dibangun memerlukan perbaikan setiap tahunnya.

Dengan lebar jalan berkisar antara 80-120 cm, kemiringan mencapai 15 derajat dan kondisi jalan relatif buruk, masyarakat mengalami kesulitan mengakses angkutan umum pedesaan. Angkutan umum hanya tersedia satu kali sehari dan tidak menjangkau daerah pelosok. Oleh karena itu, masyarakat mengandalkan sepeda motor sebagai alat transportasi sehari-hari. Namun, jika cuaca hujan, aktivitas masyarakat cenderung terganggu bahkan terhenti karena jalan sulit dan berbahaya dilalui.

Buruknya infrastruktur jalan juga menghambat layanan masyarakat Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg. Sebagai contoh, berdasarkan hasil wawancara warga, pemadam kebakaran memerlukan waktu hingga 2 jam untuk mencapai lokasi kebakaran di daerah pelosok. Selain itu, akses masyarakat terhadap layanan kesehatan juga terbatas dengan jarak ke puskesmas terdekat 17 km (Desa Cikondang), 18 km (Desa Cisalak) dan 24 km (Desa Cibaregbeg).

Keterbatasan infrastruktur juga menghambat perekonomian Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg. Petani memerlukan biaya tambahan untuk mengirimkan hasil tani ke kecamatan atau Kabupaten Cianjur. Dengan menggunakan sepeda motor, petani dapat mengangkut 2-4 karung hasil tani, dengan berat 50 kg per karung. Apabila petani mempekerjakan anak-anak untuk memegang hasil tani di belakang sepeda motor, diperlukan biaya tambahan berkisar Rp 10.000,- per perjalanan. Selain itu, sulitnya akses petani ke pasar juga meningkatkan ketergantungan petani pada tengkulak.

Perhitungan *Analytic Hierarchy Process* (AHP)

Perhitungan AHP dilakukan berdasarkan tujuh langkah sebagai berikut.

1. Definisi Masalah

Masalah yang hendak diselesaikan adalah belum tersedianya informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil oleh masyarakat pedesaan.

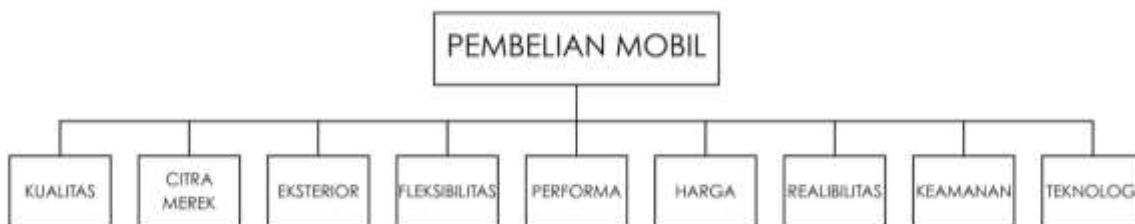
2. Tujuan

Tujuan analisis AHP adalah untuk mengetahui tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil oleh masyarakat pedesaan.

3. Identifikasi Kriteria

Kriteria atau faktor yang digunakan dalam analisis AHP adalah kualitas, citra merek, eksterior, fleksibilitas, performa, harga, reliabilitas, keamanan dan teknologi.

4. Struktur Masalah



Gambar 2. Struktur Masalah

5. Matriks Pembandingan

Tabel 2. Matriks Pembandingan

	KUALITAS	CITRA MEREK	EKSTERIOR	FLEXIBILITAS	PERFORMA	HARGA	RELIABILITAS	KEAMANAN	TEKNOLOGI
KUALITAS	1.00	4.51	3.94	1.11	0.64	0.44	0.91	1.41	3.61
CITRA MEREK	0.22	1.00	2.41	0.23	0.19	0.27	0.44	0.27	1.70
EKSTERIOR	0.25	0.42	1.00	0.24	0.21	0.60	0.21	0.21	1.59
FLEXIBILITAS	0.90	4.29	4.20	1.00	1.57	1.18	1.32	1.58	3.84
PERFORMA	1.57	5.26	4.74	0.64	1.00	1.08	0.78	0.86	4.08
HARGA	2.30	3.66	1.66	0.85	0.92	1.00	3.73	2.29	5.23
RELIABILITAS	1.10	2.30	4.74	0.76	1.29	0.27	1.00	1.16	2.77
KEAMANAN	0.71	3.71	4.81	0.63	1.16	0.44	0.86	1.00	3.47
TEKNOLOGI	0.28	0.59	0.63	0.26	0.25	0.19	0.36	0.29	1.00
SUM	8.33	25.74	28.12	5.73	7.22	5.46	9.60	9.07	27.30
SUM X PV	1.11	1.15	1.03	0.98	1.09	1.01	1.16	1.12	0.94
LambdaMax	9.58								
CI	0.07								
CR	0.05								

	ROW MULTIPLE	9TH ROOT	PRIORITY VECTOR
KUALITAS	25.33723	1.43210	0.13351
CITRA MEREK	0.00129	0.47730	0.04450
EKSTERIOR	0.00022	0.39273	0.03661
FLEXIBILITAS	238.38720	1.83714	0.17128
PERFORMA	74.01657	1.61326	0.15040
HARGA	491.75505	1.99105	0.18563
RELIABILITAS	10.11023	1.29312	0.12056
KEAMANAN	12.12153	1.31946	0.12301
TEKNOLOGI	0.00013	0.36998	0.03449

Berdasarkan matriks korelasi pada Tabel 2 diatas, diketahui perbandingan tingkat kepentingan antara satu faktor dengan faktor lainnya. Sebagai contoh, kualitas dianggap 4.51 kali lebih penting dibanding citra merek. Atau sebaliknya, citra merek dianggap 0.22 kali lebih tidak penting dari kualitas.

6. Consistency Index (CI) dan Consistency Ratio (CR)

Dengan melibatkan sembilan faktor, analisis AHP mobil pedesaan menggunakan nilai random index 1.45. Hasil perhitungan CI dan CR adalah 0.07 dan 0.050.

7. Nilai $CR > 0.1$ untuk matriks berukuran lebih besar dari 4x4 menandakan penilaian yang tidak konsisten. Oleh karena itu, analisis AHP mobil pedesaan dengan $CR 0.05 < 0.1$ tergolong konsisten.

Berdasarkan tujuh langkah analisis AHP, tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil pedesaan oleh masyarakat desa adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Tingkat Kepentingan Faktor

Faktor	% Tingkat Kepentingan
Harga	18.56
Fleksibilitas	17.13
Performa	15.04
Kualitas	13.35
Keamanan	12.30
Reliabilitas	12.06
Citra Merek	4.45
Eksterior	3.66
Teknologi	3.45

Dari sembilan faktor yang diteliti, harga menjadi faktor pertimbangan utama bagi masyarakat pedesaan. Faktor pertimbangan berikutnya adalah fleksibilitas karena masyarakat pedesaan membutuhkan alat transportasi multifungsi untuk mengangkut manusia, barang atau menjadi kendaraan khusus seperti mobil pemadam kebakaran.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian, berdasarkan hasil riset kualitatif dan kuantitatif, tiga faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian mobil di pedesaan adalah harga, fleksibilitas dan performa. Selanjutnya, faktor-faktor yang turut dipertimbangkan berdasarkan tingkat kepentingan adalah kualitas, keamanan, reliabilitas, citra merek, eksterior dan teknologi.

Kontribusi Akademik

Penelitian ini memberikan sumbangsih akademik pada bidang studi transportasi pedesaan di Indonesia dengan mengombinasikan kerangka kerja dan faktor *Analytic Hierarchy Process* (AHP) pada penelitian *An Analytic Hierarchy Process Approach with a Novel Framework for Luxury Car Selection* oleh Apak *et al.* (2012) dan faktor AHP pemilihan pembelian mobil pada penelitian *The AHP Approach for Selecting an Automobile Purchase Model* oleh Byun (2001) untuk diterapkan dengan penyesuaian pada konteks mobil pedesaan berdasarkan informasi hasil riset kualitatif penulis.

Kontribusi Praktis

Penelitian membantu Kementerian Perindustrian dan produsen mobil pedesaan, khususnya PT Velasto Indonesia, untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan pembelian mobil di pedesaan oleh masyarakat dan mendukung proses penyesuaian *prototype* mobil pedesaan dengan kebutuhan calon konsumen.

Limitasi Penelitian

Limitasi penelitian adalah sebagai berikut.

1. Penelitian mobil pedesaan dilakukan di daerah dataran rendah dengan objek penelitian Desa Cikondang, Cisalak dan Cibaregbeg, Kecamatan Cibeber, Kabupaten Cianjur.
2. Penulis melakukan *Analytic Hierarchy Process* (AHP) dengan 13 responden pembeli potensial/pengambil keputusan pembelian mobil pedesaan.
3. *Software* yang digunakan dalam penelitian ini adalah Microsoft Excel.

Daftar Pustaka

Apak Sinan, Gogus Gizem Gureli, dan Karakadilar Ibrahim Sarper (2012), “An analytic hierarchy process approach with a novel framework for luxury car selection”
ELSEVIER Procedia - Social and Behavioral Science, 58: 1301-1308

Byun Dae-Ho (2001), “The AHP approach for selection an automobile purchase model”,
ELSEVIER Information & Management, 38: 289-297

SlideShare, <https://www.slideshare.net/lakshanasuresh/ahp-calculations>, (31 Oktober 2017)

Media Indonesia, <http://mediaindonesia.com/news/read/117957/presiden-pembangunan-infrastruktur-untuk-pemerataan/2017-08-16>, (13 Januari 2018)

Kompas, <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/03/22/071623426/tahun.2018.alokasi.untuk.dana.desa.rp.120.triliun> (13 Januari 2018)

Bisnis.com, <http://kabar24.bisnis.com/read/20171101/15/705263/dana-desa-fokus-untuk-infrastruktur> (13 Januari 2018)

Koran Sindo, http://koran-sindo.com/page/news/2017-10-02/0/0/Infrastruktur_Pacu_Penjualan_Mobil (14 Januari 2018)

Lampiran

Lampiran A: Kuesioner Analytical Hierarchy Process (AHP)

KRITERIA EVALUASI	SKALA NUMERIK															KRITERIA EVALUASI		
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Citra Merek
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Eksterior
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Flexibilitas
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Performa
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Harga
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Kualitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Eksterior
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Flexibilitas
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Performa
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Harga
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Citra Merek	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Flexibilitas
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Performa
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Harga
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Eksterior	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Flexibilitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Performa
Flexibilitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Harga
Flexibilitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Flexibilitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Flexibilitas	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Performa	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Harga
Performa	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Performa	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Performa	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keandalan
Harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Harga	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Keandalan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Keamanan
Keandalan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi
Keamanan	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Teknologi