

INTISARI

Pertumbuhan pasar kendaraan bermotor Indonesia yang terus meningkat dan juga persaingan usaha yang semakin ketat, mendorong PT Krama Yudha Tiga Berlian agar memformulasikan strategi tepat agar dapat mengoptimalkan penjualan di semua sektor terutama kendaraan penumpang.

Oleh karena itu, penelitian ini mencoba menganalisis *Key Success Factors* (KSF) kendaraan penumpang, karena dalam beberapa tahun ini kategori kendaraan penumpang PT KTB terus merosot penjualannya. Untuk lebih memfokuskan KSF yang ada, maka cara membuat skala prioritasnya adalah dengan menggunakan metode survey dan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP).

Survey dan AHP terhadap responden dilakukan untuk melihat tren dan prioritas dalam pemilihan kendaraan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga kendaraan (14.5%) merupakan faktor utama dalam pemilihan kendaraan disusul dengan irit konsumsi bahan bakar (13.9%). Hasil ini juga dilengkapi dengan analisis pemilihan kendaraan penumpang model mini MPV yang mempunyai pangsa pasar terbesar (34.3%) dari seluruh penjualan di Indonesia.

Kata kunci: Kendaraan Penumpang, Mitsubishi, *Key Success Factors*, *Analytic Hierarchy Process*.

ABSTRACT

The development of motor vehicle in Indonesia that keeps growing and a more stiff competition in the industry have pushed PT Krama Yudha Tiga Berlian to formulate an appropriate strategy to maximize sales in all sectors especially for passenger's vehicle.

Therefore, this research tries to analyze the Key Success Factors (KSF) in passenger's vehicle due to in the last few years the sales of passenger's vehicle in PT KTB kept declining. To focus more on the existing KSF, the priority scale can be made by using survey method and Analytic Hierarchy Process (AHP) which will be appropriately tested.

Survey and AHP toward respondent are done to observe the trend and priority in choosing a vehicle. The result of this research will show that the price of the vehicle (14.5%) is the main factor of choosing a vehicle and followed by fuel consumption (13.9%). The result will also be supported by an analysis of passenger's vehicle type Mini MPV that has the largest market share (34.3%) from all sales in Indonesia.

Keywords: Passenger's Vehicle, Mitsubishi, Key Success Factors, Analytic Hierarchy Process.