

ABSTRAK

Muhammad Ardyan Rivaldy. Analisis Faktor-Faktor yang mempengaruhi Pemilihan Oli oleh Konsumen di Bengkel Mutiara Motor. Program Studi Teknik Otomotif. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan. Universitas Muhammadiyah Purworejo. 2025.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemilihan oli terhadap kinerja mesin kendaraan bermotor serta mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih oli di Bengkel Mutiara Motor. Fokus utama dari penelitian ini mencakup: pengaruh jenis oli terhadap performa mesin, faktor-faktor yang memengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan, serta penentuan faktor dominan yang paling berpengaruh dalam proses pembelian oli. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini juga memberikan rekomendasi pemilihan oli yang tepat bagi konsumen demi menjaga performa mesin kendaraan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan pendekatan mendalam untuk memahami perilaku dan preferensi konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bengkel Mutiara Motor pada tanggal 23 Juni hingga 5 Juli 2025. Data dikumpulkan melalui wawancara terstruktur, angket, dan teknik catat, dengan instrumen berupa panduan wawancara untuk konsumen, mekanik, dan pemilik bengkel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor sosial menjadi pertimbangan paling dominan dalam pemilihan oli, dengan 25 responden (terbanyak) dipengaruhi oleh rekomendasi teknisi bengkel, teman, keluarga, maupun media sosial. Selanjutnya, faktor budaya berkontribusi sebesar 8 responden (sedang), mencakup pengalaman pribadi, hasil riset, dan kebiasaan individu dalam merawat kendaraan. Adapun faktor pribadi, seperti keterbatasan ekonomi dan keputusan mandiri, hanya memengaruhi 4 responden (terendah). Konsumen yang tergolong dalam kategori terakhir menunjukkan tingkat kemandirian yang tinggi dalam memilih oli, meskipun tidak selalu disertai dengan pengetahuan teknis yang memadai. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya peran teknisi bengkel sebagai sumber informasi dan pengaruh utama dalam keputusan konsumen, serta perlunya edukasi agar konsumen dapat memilih oli berdasarkan pertimbangan teknis dan kebutuhan mesin.

Kata Kunci: oli kendaraan, perilaku konsumen, keputusan pembelian, bengkel motor.