

## **ABSTRAK**

Eddo Kangtoro

Skripsi

Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk kabel Jembo di Surabaya

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk kabel Jembo di Surabaya. Tipe penelitian adalah penelitian kuantitatif. Variabel penelitian adalah faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian. Jumlah sampel sebanyak 100 sampel. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Skala pengukuran variabel menggunakan skala likert. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hasil analisis faktor menunjukkan bahwa dari keseluruhan faktor (42 faktor) yang mempengaruhi keputusan pembelian kabel Jembo tereduksi menjadi sepuluh faktor baru. Hasil penamaan kesepuluh faktor baru tersebut adalah: empati layanan, kredibilitas layanan, kelancaran distribusi, kehandalan layanan, reputasi merek, kualitas produk, program promosi, daya saing harga, sosial media, dan kinerja produk. Keseluruhan faktor tersebut dengan nilai akumulatif pengaruh sebesar 84,82% artinya bahwa kesepuluh faktor yang terbentuk memiliki kemampuan untuk dipertimbangkan konsumen dalam membeli kabel Jembo sebesar 84,82%.

Kata Kunci : Empati, Kredibilitas, Distribusi, Kehandalan Layanan, Reputasi Merek, Kualitas Produk, Program Promosi, Daya Saing Harga, Sosial Media, Kinerja Produk.

## **ABSTRACT**

Eddo Kangtoro

*Thesis*

*The factor determinant purchase intention of Jembo Cable at Surabaya*

*This study aims to analyze the factors which considered by consumer to buy the Jembo cable at Surabaya. The research variables are factor which considered to buy Jembo cable. The number of samples are 100 samples. Data collecting method using questionnaire. The variable measurement scale using likert scale. Data analysis technique using factor analysis.*

*This research showing that according the result of factor analysis, factors reduction from 42 factor to be ten factors. The name of new factors are: empathy, service credibility, distribution, service reliability, brand image, product quality, promotion program, price competitiveness, social media, and product performance. The ten of new factors have determinant score as 84,82%, so the ten of new factors have contribution about 84,82% as factors which considered by consumer to buy Jembo cable.*

*Keywords: Empathy, Service Credibility, Distribution, Service Reliability, Brand Image, Product Quality, Promotion Program, Price Competitiveness, Social Media, Product Performance.*