

## **ABSTRAK**

George Gilberth Thie

Skripsi

“Faktor-Faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Di Anugerah Bakery Kaimana, Papua Barat”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah faktor kualitas produk, pelayanan, harga, dan promosi dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian roti di Anugerah Bakery di Kaimana, Papua Barat. Dari adanya pesaing roti lainnya, roti Anugerah Bakery masih terlihat sangat unggul dari segi kualitas dan minat konsumen. Ditambah lagi dengan adanya fenomena penelitian, bahwa adanya anggapan masyarakat Indonesia kalau belum makan nasi belum kenyang, sangat bertolak belakang dengan kebiasaan masyarakat Kaimana yang gemar mengkonsumsi roti. Jumlah responden yang digunakan adalah 123 responden dengan menggunakan metode kuantitatif dan survei. Kuisioner yang telah disebar akan dibantu analisis dengan teknik analisis faktor. Hasilnya menunjukkan bahwa faktor kualitas produk menempati posisi paling utama yang paling dipertimbangkan konsumen dalam pembelian roti Anugerah Bakery Kaimana, Papua Barat dengan nilai besaran komulatif varians sebesar 4.896. Selanjutnya, diikuti dengan faktor pelayanan, harga, dan promosi yang dipertimbangkan juga akan tetapi tidak terlalu spesifik.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Pelayanan, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian Konsumen, Analisis Faktor, Kuantitatif

## **ABSTRACT**

George Gilberth Thie

*Thesis*

*"Factors Considered by Consumers in Consumer Purchase Decisions at Anugerah Bakery Kaimana, West Papua"*

*This study aims to determine whether the factors of product quality, service, price, and promotion are considered by consumers in purchasing decisions for bread at Anugerah Bakery in Kaimana, West Papua. From other bakery competitors, Anugerah Bakery still looks very superior in terms of quality and consumer interest. Coupled with the research phenomenon, that there is an assumption that Indonesian people have not eaten rice yet are not full, this is in stark contrast to the habits of the Kaimana people who like to eat bread. The number of respondents used is 123 respondents using quantitative and survey methods. Questionnaires that have been distributed will be assisted by analysis with factor analysis techniques. The results show that the product quality factor occupies the most important position that is most considered by consumers in purchasing bread from Anugerah Bakery Kaimana, West Papua with a cumulative variance value of 4,896. Next, it is followed by service, price, and promotion factors which are also considered but not very specific.*

*Keywords: Product Quality, Service, Price, Promotion, Consumer Purchasing Decisions, Factor Analysis, Quantitative*