

ABSTRAKSI

Billy

Skripsi

Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saos tiram merek AAA di Surabaya

Perkembangan industri mamin (makanan dan minuman) terus bertumbuh dengan pesat. Kondisi ini merupakan peluang bagi saos tiram merek AAA untuk terus mengembangkan diri sehingga bisa diterima oleh konsumen. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saos tiram merek AAA. Desain penelitian adalah penelitian kualitatif, jumlah sampel penelitian sebanyak 100 sampel. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat sembilan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada saos tiram merek AAA. Sembilan faktor tersebut adalah: promosi dan relationship marketing, daya saing harga, kualitas produk yang didukung kecepatan distribusi, penampilan pemasar yang didukung kemampuan menyelesaikan masalah langsung, merek yang didukung aroma dan cita rasa, variasi ukuran dan kesesuaian harga, kemasan dan label, dan keamanan kemasan.

Kata Kunci: Saos tiram merek AAA, Keputusan Pembelian Konsumen, Analisis Faktor, industri Makanan dan Minuman

ABSTRACT

Billy

Thesis

The factors analysis which influence consumer decision buying for saos tiram merek AAA at Surabaya

Food and beverages industry continuous increasingly, and this condition give the opportunities for saos tiram merek AAA to develop by self so accepted by consumers. This purpose of this research is to identify the factors which influence consumer decision buying for saos tiram merek AAA. This study is quantitative design, the number of samples re 100 samples. Data analysis technique using factors analysis.

This result of this research showing that there is nine factors which influence consumer decision buying for saos tiram merek AAA. These factors are: promotion and relationship marketing, price competitiveness, product quality which support by distribution, salesperson appearance with complaint handling ability for consumers, quality of brand, price dispersion by variation of size pack, packaging and labeling, and the safety of packaging.

Keywords: Saos tiram merek AAA, Consumer decision buying, factors analysis, food and beverages industry