

## ABSTRAK

Benny Gunawan

Skripsi

Analisis Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Air Minum CLUB 240 ml Kemasan Kardus Di Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian air minum club 240 ml kemasan kardus di Surabaya dan analisis yang digunakan adalah analisis faktorial dengan jenis eksploratory, yang bertujuan untuk menemukan faktor-faktor baru yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian air minum club 240 ml kemasan kardus di Surabaya.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan mengkonsumsi air minum club 240 ml kemasan kardus di Surabaya. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik sampling yang di gunakan adalah *Purposive sampling*, yaitu salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan untuk penelitian. Secara bahasa kata *purposive* yang berarti sengaja. Jadi dalam bahasa sederhananya *purposive sampling* berarti teknik pengambilan sampel secara sengaja. Maksudnya, peneliti menentukan sendiri sampel yang di ambil karena ada pertimbangan tertentu.

Dalam meneliti faktor – faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian air minum club 240 ml kemasan kardus di Surabaya, penulis menggunakan uji analisis faktor, yang mensyaratkan adanya korelasi atau hubungan yang kuat antara item atau indikator secara keseluruhan, yang ditunjukkan dengan nilai KMO  $> 0,5$  dan signifikansi *Barlett's Test*  $< 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ). Pada penelitian ini, analisis faktor dengan 32 item, nilai KMO sebesar  $0,838 > 0,5$  dan signifikansi *Barlett's Test* sebesar  $0,000 < 0,05$  ( $\alpha=5\%$ ).

Dari penelitian ini diperoleh 7 faktor baru yang terbentuk yaitu: Kualitas Produk menjelaskan keragaman data sebesar 33,009%, Kemudahan Mendapatkan Produk menjelaskan keragaman data sebesar 8,080%, Merek menjelaskan keragaman data sebesar 6,329%, Pribadi menjelaskan keragaman data sebesar 5,170%, Promosi menjelaskan keragaman data sebesar 5,012%, Lingkungan Sosial menjelaskan keragaman data sebesar 4,121%, Penawaran menjelaskan keragaman data sebesar 3,572%.

**Kata Kunci : Kualitas produk, kemudahan mendapatkan produk, merek**

## ABSTRACT

Benny Gunawan  
Thesis

Analysis of the factors that are Considered Consumer Purchase Decisions in the CLUB drinking water 240 ml Packaging Cardboard in Surabaya

This research purpose is to discover what are factors considered by customer to decide in drinking water 240 ml club brand packaged cardboard in Surabaya. Analysis used are factorial analysis with the kind of exploratory, which aims to find the factors that are considered by consumers in purchase decisions of drinking water 240 ml packaged cardboard club in Surabaya.

The population this research are who bought consumers ever buying and consumed drinking water 240 ml club brand packaging cardboard in Surabaya. Samples are taken as many as 100 respondents and a sampling technique used is Purposive sampling, a sampling technique that is often used for research. In the language of the word purposive meaning intentionally. In the purposive sampling technique the researcher determines its own samples taken since there are certain considerations.

The author uses test analysis of factors, which requires the existence of a correlation or a strong link between the item or overall indicators, shown with the value of KMO  $> 0.5$  Barlett's and significance Test  $< 0.05$  ( $\alpha = 5\%$ ). in this study, an analysis of the factors of 32 items, with a value of KMO  $0.838 > 0.5$  Barlett's and significance Test of  $0.000 < 0.05$  ( $\alpha \leq 5\%$ ).

Then finds 7 factors that form i.e.: product quality explains the diversity data about 33,009%, the ease of Getting the product to explain the diversity of the data of 8,080%, brand explained the diversity data of 6,329% Personal explains the diversity data of 5,170%, promotion of the diversity of data describing 5,012%, social environment explains the diversity data of 4,121%, supply of data diversity explains 3,572%.

**Keywords: Product quality, ease of getting product, brand**