

ABSTRAK

Susantik :

Skripsi

Analisa Faktor yang di Pertimbangkan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bearing Bermerek Koyo di Jawa Timur

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih produk bearing bermerek koyo di Jawa Timur. Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin banyaknya merek pesaing yang bermunculan. Tidak hanya dikota besar saja, tetapi di kota kecil juga. Bearing merek koyo adalah salah satu merek terkenal di Jawa Timur, komponen bearing yang selalu mewujudkan keinginan kosumen dengan mengedepankan kualitas yang terbaik. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner terhadap 100 toko responden, yang merupakan konsumen dari UD.Usaha Mandiri Cemerlang Surabaya yang pernah membeli bearing merek koyo dengan teknik sampling purposive. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah menunjukkan terdapat delapan faktor baru yaitu: faktor kualitas produk, faktor *brand image*, faktor promosi, faktor distribusi, faktor kemasan, faktor kesesuaian harga dengan kualitas dan harga pasar, faktor *discount*, dan faktor ketersediaan. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini hendaknya Perusahaan UD. Usaha Mandiri Cemerlang tetap memepertahankan kedelapan faktor tersebut agar konsumen tetap merasa puas.

Kata Kunci : Faktor Kualitas Produk, Faktor Brand Image, Faktor Promosi, Faktor Distribusi, Faktor Kemasan, Faktor Kesesuaian Harga dengan Kualitas dan Harga Pasar, Faktor Discount, dan Faktor Ketersediaan.

ABSTRACT

Susantik :

Thesis

Factors analysis consumers decision against consider purchase products bearing brand koyo in East Java

This study aims to determine any factors that consumers consider in choosing a product bearing the branded Koyo in East Java. This research was motivated by the increasing number of competitors emerging brands. Not only the big cities, but in small towns as well. Bearing Koyo brand is one of the famous brand in East Java, bearing components that always embodies the desire of consumers by promoting the best quality. The method used in this research is the method of questionnaires to 100 respondents stores, which are consumers of UD.Usaha Mandiri Cemerlang Surabaya ever buy Koyo brand bearing the purposive sampling technique. Methods of data analysis used in this study is factor analysis by using SPSS software. The results of this study is to show that there are eight new factors: product quality factors, factors brand image, promotion factor, distribution factor, factor packaging, price suitability factors with quality and market price, the discount factor and the availability factor. Therefore, the conclusions of this study should be firm UD. Usaha Mandiri Cemerlang still maintain the eight key points that consumers continue to feel satisfied.

Keywords : Product quality factors, factors brand image, promotion factor, distribution factor, factor packaging, price suitability factors with quality and market price, the discount factor and the availability factor.