

ABSTRAK

Christian Prayitno

Skripsi

Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Membeli Perhiasan Emas Di Pasar Kapasan Surabaya Tahun 2016

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih perhiasan emas di Pasar Kapasan Surabaya tahun 2016. Penelitian ini dilatar belakangi oleh terjadinya penurunan tingkat penjualan emas selama beberapa tahun belakangan ini. Penurunan ini tidak hanya terjadi di Pasar Kapasan saja tetapi juga di tempat-tempat lain yang juga merupakan salah satu dari pusat perdagangan jual beli emas dan terjadi juga di beberapa kota besar selain di Surabaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner terhadap 50 orang responden, yang merupakan konsumen dari toko-toko emas di Pasar Kapasan yang berumur diatas 15 tahun dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan terdapat Sembilan faktor baru yaitu : faktor kualitas produk dan tempat, faktor daya tarik produk, faktor keterjangkauan, faktor persepsi konsumen, faktor psikologis konsumen, faktor fasilitas, faktor keunggulan, faktor garansi atau jaminan dan faktor harga. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini hendaknya toko-toko emas di Pasar Kapasan tetap mempertahankan sekaligus meningkatkan kesembilan faktor tersebut agar konsumen tetap merasa puas.

Kata kunci : faktor kualitas produk dan tempat, faktor daya tarik produk, faktor faktor keterjangkauan, faktor persepsi konsumen, faktor psikologis konsumen, faktor fasilitas, faktor keunggulan, faktor garansi atau jaminan, faktor harga.

ABSTRACT

Christian Prayitno

Thesis

Factors that consumers consider in buying gold jewelry at Market Kapasan in Surabaya 2016

This study aims to determine any factors that consumers consider in buying gold jewelry at Market Kapasan in Surabaya 2016. This research was inspired by the decreasing number of sales that have been happening for a few years back. This decline not only happening at Market Kapasan, but also at any other places that are those of the trade center in gold and occurs also in major cities other Surabaya. The method used in this research is by distributing questionnaires to 50 respondents, who are consumers from gold shops in the Market Kapasan aged over 15 years using purposive sampling techniques. Methods of data analysis used in this study is factor analysis of SPSS software. The results of this study is to show there are nine new factors, namely : product quality and place factors, product appeal factors, affordability factors, consumer perception factors, psychological consumers factors, facility factors, factors of excellence, warranty or guarantee factors, and the price factors. Therefore, the conclusions of this study gold shop at Market Kapasan should maintain and also increase the ninth of these factors in order to keep consumers satisfied.

Keywords: *product quality and place factors, product appeal factors, affordability factors, consumer perception factors, psychological consumers factors, facility factors, factors of excellence, warranty or guarantee of factors, and the price factor.*