

ABSTRAK

Makan adalah hal utama bagi setiap orang baik itu makanan ringan, makanan ringan adalah teman bagi banyak kalangan baik anak kecil, remaja, maupun orang tua. Obyek yang diteliti dalam penelitian ini adalah makanan ringan merek Bigtoz, dengan harga yang murah Rp,500,- membuat Bigtoz dapat menguasai pasaran bawah.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode Analisis Faktor dengan menggunakan sampel 125 responden dan menggunakan instrument kuisioner. Hasil dari penelitian ini adalah adanya 7 faktor-faktor baru yang dipertimbangkan dalam keputusan pembelian makanan ringan merek Bigtoz di Surabaya, yaitu Psikologi, Kepuasan, Kualitas, Inovasi, Merek, Promosi dan Layanan, dan Harga.

Peneliti memberikan beberapa saran yang berhubungan dengan 7 faktor tersebut, salah satunya dalam faktor inovasi. Bigtoz harus mencoba memberikan inovasi yang baru, karena dengan inovasi yang sama dalam jangka waktu yang lama akan menimbulkan titik jenuh bagi konsumen. Titik jenuh itu yang harus dihindari dan mempersiapkan strategi selanjutnya untuk terus dapat bertahan di masyarakat.

ABSTRACT

Food is a huge thing for people, we live this world to fulfill our stomach even with snacks. Snack is something many people like including kids, teenager, and adults. The object of this research is a snack called Bigtoz with only price Rp. 500,- make Bigtoz rule the low market.

In this study, the researcher used Factorial Analysis Method with 125 respondents, and using a questionnaire instrument. The results of this study is the presence a new of seven factors that is be considered in purchasing decisions Bigtoz in Surabaya, those are Psychology, Satisfaction, Quality, Innovation, Brand, Promotion and Services, and Price.

Researcher gave some suggestions relating to 7 of these factors, one of them is innovation. Bigtoz should give more new innovations because if we use same innovation in long term will make consumer reach highest saturation point. We must avoid that point and prepare for better strategies to keep our market high.