

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Ricky Wijaya

Skripsi

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI RANGKA ATAP GALVALUM DI SURABAYA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejumlah faktor yang mempengaruhi minat beli rangka atap galvalum. Ada 3 latar belakang yang menjadi dasar penelitian dalam ini yaitu peningkatan jumlah penduduk di Indonesia yang semakin bertumbuh dari tahun ke tahun sehingga menyebabkan terjadi perkembangan di industri konstruksi, munculnya peraturan pemerintah no. 60 tahun 2009 tentang perlindungan hutan, terjadinya tingkat persaingan yang cukup banyak di pasar yang membuat pembeli harus memilih merek yang terbaik dengan harga kompetitif. Di dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data yang berupa kuesioner dengan jumlah responden 210 responden. Teknik yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan teknik isendential sampling non probability. Sedangkan metode analisanya menggunakan metode analisa faktor dengan program SPSS. Hasil dari analisa faktor memunculkan faktor sebanyak 8 faktor yaitu (1) faktor referensi, (2) faktor kepercayaan terhadap merek, (3) faktor green produk, (4) faktor popularitas merek, (5) faktor kualitas produk, (6) faktor kenyamanan penggunaan, (7) faktor keamanan, (8) faktor efisiensi biaya.

Keywords : Rangka atap galvalum, galvalum, Spyro, Faktor referensi, Faktor kepercayaan terhadap merek, Faktor green produk, Faktor popularitas merek, Faktor kualitas produk, Faktor kenyamanan penggunaan, Faktor keamanan, Faktor efisiensi biaya.

ABSTRACT

This study aims to determine a number of factors that influence interest in buying a galvalum roof frame. There are 3 backgrounds that form the basis of this research, namely an increase in the number of population in Indonesia which is growing year by year, causing a development in the construction industry, the emergence of government regulations no. 60 of 2009 concerning forest protection, there is a considerable level of competition in the market that makes buyers have to choose the best brand at competitive prices. In this study using data collection methods in the form of questionnaires with the number of respondents 210 respondents. The technique used in this study uses non-probability sampling technique. While the analysis method uses a factor analysis method with the SPSS program. The results of factor analysis gave rise to a factor of 8 factors, namely (1) reference factors, (2) trust in the brand factors, (3) green product factors, (4) brand popularity factors, (5) product quality factors, (6) convenience factors use, (7) security factors, (8) cost efficiency factors.

Keywords: roofframe galvalum, galvalum, Spyro, reference factor, trust factor on brand, green factor product, brand popularity factor, product quality factor, usage comfort factor, safety factor, cost efficiency factor.