

ABSTRAKSI

Bubur bayi merek Cerelac menjadi salah satu nominasi pemenang survei top brand award tahun 2012, tetapi untuk periode 2013 – 2015 tidak masuk nominasi. Temuan ini menunjukkan bahwa minat konsumen untuk membeli bubur bayi Cerelac mengalami penurunan, sehingga tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap biskuit bayi merek Cerelac. Jenis penelitian termasuk penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor. Hasil analisis faktor mendapatkan temuan bahwa dari 46 faktor yang dianalisis tereduksi menjadi 10 faktor. Penamaan faktor baru hasil reduksi faktor adalah: komunikasi pemasaran, persepsi kualitas, referensi, promosi penjualan, motivasi konsumen, nutrisi produk, kebiasaan konsumen, demografis konsumen, daya tarik produk, dan tingkat pendapatan

Kata Kunci: Bubur Bayi Cerelac, Analisis Faktor, Komunikasi Pemasaran, Persepsi Kualitas, Referensi, Promosi Penjualan, Motivasi Konsumen, Nutrisi Produk, Kebiasaan Konsumen, Demografis Konsumen, Daya Tarik Produk, Tingkat Pendapatan.

ABSTRACT

Cerelac baby pap is one of the winner of nomination at top brand award survey at 2002, but during terhadap years 2013 – 2015 cerelac baby pap loose. The phenomen showing that the consumer buying intention for cerelac baby pap is decrease, so the purpose of this research is to identify the factors which influence the consumer to buy the carelac baby pap. The research type is quantitative research, data collecting method using questionnaire. Data analysis technique using factors analysis. The result of this research showing that from 46 of factors analysis, there is 10 new factors which influence the consumer to buy the carelac baby pap. The named of these factors are: marketing communication, quality perception, reference, sales promotion, consumer motivation, product nutrition, consumer habit, consmer demography, interesting of product, level of income.

keywords: cerelac Baby Pap, Factors Analysis, Marketing Communication, Quality Perception, Reference, Sales Promotion, Consumer Motivation, Product Nutrition, Consumer Habit, Consmer Demography, Interesting of Product, Level of Income.