

Analisis Faktor – Faktor Yang Mendominasi Keputusan Konsumen Dalam Memilih Produk Di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung

Katarina Yesi Candra

20612010015

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mendominasi keputusan konsumen dalam memilih produk di UD Surya Hita, Way Kanan, Provinsi Lampung. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi penelitian mencakup semua konsumen yang membeli produk home appliances di UD Surya Hita, baik secara kredit maupun tunai. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih sampel. Data dikumpulkan melalui angket/kuesioner yang diisi langsung oleh konsumen. Analisis data menggunakan uji Cochran Q untuk menentukan faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan adalah faktor yang paling dominan, sedangkan kondisi ekonomi konsumen adalah faktor yang paling tidak dominan dalam keputusan pembelian produk di UD Surya Hita.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Citra Merek, Pelayanan, Harga, Ekonomi Konsumen, Keputusan Konsumen

Analysis of Factors that Dominate Consumer Decisions in Choosing Products At UD Surya Hita, Way Kanan, Lampung Province

Katarina Yesi Candra

20612010015

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors that dominate consumer decisions in choosing products at UD Surya Hita, Way Kanan, Lampung Province. The method used is quantitative with a descriptive approach. The study population includes all consumers who buy home appliances products at UD Surya Hita, both on credit and cash. The purposive sampling technique was used to select the sample. Data were collected through questionnaires / questionnaires filled in directly by consumers. Data analysis uses the Cochran Q test to determine the most dominant factor in influencing consumer decisions. The results showed that service is the most dominant factor, while the economic condition of consumers is the least dominant factor in product purchasing decisions at UD Surya Hita.

Keywords : Product Quality, Brand Image, Service, Price, Consumer Economy, Consumer Decisions