

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG DIPERTIMBANGKAN KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK DI TOKO TAUCO CAP MEONG KABUPATEN CIANJUR JAWA BARAT

Oleh: Hasna Ismah Saniyyah
Dibimbing oleh: Antik Suprihanti dan Siti Hamidah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) mengetahui karakteristik konsumen yang melakukan pembelian produk di Toko Tauco Cap Meong, (2) menganalisis faktor-faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Tauco Cap Meong, (3) menganalisis faktor paling dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Tauco Cap Meong. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif dan metode pelaksanaan menggunakan metode survey yang dilaksanakan di Toko Tauco Cap Meong. Metode penentuan lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*). Metode pengambilan responden menggunakan *sampling incidental*. Responden adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian produk Tauco Cap Meong minimal satu kali dalam kurun waktu 6 bulan terakhir dengan jumlah responden 150 orang. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis yang digunakan yaitu dengan analisis deskriptif dan analisis faktor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) konsumen yang membeli produk di Toko Tauco Cap Meong lebih banyak perempuan daripada laki-laki, dalam rumah tangga berstatus sebagai anak, berusia sekitar 20 – 30 tahun, berpendidikan terakhir SMA/SMK, bekerja sebagai pelajar/mahasiswa, dan memiliki pendapatan kurang dari Rp 1.000.000/bulan, (2) Ada 6 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Tauco Cap Meong yaitu faktor produk, harga, dan saluran distribusi; faktor psikologis; faktor lingkungan; faktor sosial; faktor situasi; dan faktor pribadi, (3) faktor paling dominan yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian produk di Toko Tauco Cap Meong yaitu faktor produk, harga, dan saluran distribusi.

Kata Kunci: Karakteristik Konsumen, Keputusan Pembelian, Faktor yang dipertimbangkan, Tauco Cap Meong

**ANALYSIS OF FACTORS CONSIDERED BY CUSTOMERS IN PURCHASING
DECISIONS OF PRODUCT AT TAUCO CAP MEONG STORE
IN CIANJUR DISTRICT WEST JAVA**

*By: Hasna Ismah Saniyyah
Supervised by: Antik Suprihanti and Siti Hamidah*

ABSTRACT

This research aims to (1) know the characteristic of customers that purchase product at Tauco Cap Meong store, (2) analyze factors that is considered by the customers in purchasing decisions of product at Tauco Cap Meong store, (3) analyze the dominant factor that customers considered in buying product at Tauco Cap Meong store. The research methodology used descriptive method and survey method in Tauco Cap Meong store. The determination of location used purposive method. Meanwhile, respondents were taken by using incidental sampling. Respondents in this research were customers who purchase product minimum once within 6 months in Tauco Cap Meong store with total of 150 respondents. The data used primary data and secondary data. Data collection techniques used observation, interview, and documentation. The analysis technique used descriptive analysis and factor analysis. The results of research showed that (1) the number of customers female was more than male, majority of customer status in household was a child, 20 – 30 years old, Senior High School, student, and had income less than Rp 1.000.000/month (2) There were 6 factors that customers considered before purchasing product at Tauco Cap Meong store were products, prices, and places; psychologic; environmental; social; situational; and personal. (3) The most dominant factors that customers considered before purchasing product at Tauco Cap Meong store were products, prices, and places.

Keywords: *Characteristic of Customers, Purchasing Decision, Considering Factor, Tauco Cap Meong*