

ABSTRAKSI

Kartono Uumbu Kota Pa, Nomor Mahasiswa 152100004, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran “ Yogyakarta, Judul Penelitian Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Membeli Ban Merek FDR (Studi pada Konsumen Pengguna Ban Merek FDR di Club Motor), Pembimbing Dr, Susanta, Msi dan Saaptika Kancana, Ss, Msi. Diera Globalisasi tingkat persaingan di industri Ban Motor sangat ketat dimana perusahaan berlomba- lomba dalam meningkatkan profit dari perusahaan agar kegiatan bisnis terus berjalan. PT. FDR adalah salahsatu anak cabang dari perusahaan berskala internasional milik yaitu PT. Astra Honda Motor (AHM). PT. FDR merupakan salahsatu produk yang memiliki loyalitas konsumen tinggi. Oleh sebab itu dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui factor apasaja yang mempengaruhi konsumen dalam pembelian Ban Merek FDR. Tipe Penelitian ini adalah penelitian Survei yang bertujuan mengeksploratif variabel atau indikator yang dominan yang membentuk factor keputusan pembelian konsumen, lokasi penelitian ini di kota Yogyakarta, Populasi dalam penelitian ini adalah Clup motor JACKY yang menggunakan ban FDR sebanyak 60 dan Clup motor JPN 50 yang menggunakan Ban FDR, Jumlah keseluruhan 110 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian anggota Club JACKY dan JPN yang menggunakan Ban FDR sebanyak 60 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah dengan metode Analisis Cochran dan Analisis Faktor. Dalam penelitian ini ada 15 indikator dari 22 indikator yang telah di Uji Cochran yaitu merek terkenal, daya tahan produk, keindahan tampilan produk, kualitas yang dirasakan, lentur, tidak mudah bocor, tersedia banyak pilihan, mudah didapatkan, citra produk yang baik, harga terjangkau, harga lebih murah, iklan di media cetak, iklan di media elektronik, referensi keluarga, lingkungan sosial. Setelah Uji cochran langkah selanjutnya adalah melakukan analisis factor, hasilnya adalah terdapat 4 indikator yang dikeluarkan dari indikator penelitian yaitu keindahan tampilan produk, kualitas yang dirasakan, lentur, tidak mudah bocor, sehingga dari hasil analisis faktor terbentuklah 3 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli ban merek FDR, setelah itu dilakukan penamaan Fakkor, faktor pertama adalah Harga yang terdiri dari harga terjangkau, citra produk yang baik, harga lebih murah dan mudah didapatkan. Faktor ke dua adalah Produk yang terdiri dari dayatahan produk, merek terkenal, lingkungan sosial, dan faktor ke tiga adalah faktor promosi yang terdiri dari iklan media cetak, iklan media elektronik