

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN MEMBELI PRODUK HELM MEREK KYT

(Studi pada konsumen produk helm produk KYT yang menjadi anggota
komunitas JPN dan JVC)

ABSTRAKSI

Disusun oleh : Achmad Mujib Hidayat

Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta 2014

Dibimbing oleh : Dr. Susanta, M.Si dan Saaptika Kancana, SS, M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor- faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk helm merek KYT dan untuk mengetahui faktor apa yang mempunyai kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk helm merek KYT. Tipe penelitian ini adalah eksploratory karena peneliti ingin menggali atau mencari faktor- faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam membeli produk helm merek KYT dan faktor apa yang memiliki kontribusi paling besar terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk helm merek KYT. Penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data. Populasi yang menjadi penelitian ini sebanyak 107 yaitu konsumen produk helm merek KYT yang menjadi anggota komunitas JPN dan JVC. Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder.

Penelitian ini dilakukan dengan tiga tahap. Tahap pertama adalah dengan menggunakan judgement dan FGD (Focus Group Discussion). FGD yaitu metode pengumpulan data atau informasi mengenai permasalahan tertentu secara spesifik melalui diskusi kelompok. FGD dilakukan dengan 10 responden dan menghasilkan 29 indikator yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli produk helm merek KYT. Tahap kedua adalah dengan melakukan Test Cochran yang dilakukan untuk menguji indikator- indikator mana yang valid. Test Cochran dilakukan dengan jumlah responden 30 dan menghasilkan 18 indikator yang mempengaruhi konsumen membeli produk helm merek KYT.

Tahap ketiga adalah melakukan analisis faktor yang dimana 18 indikator yang sudah valid disederhanakan dan dikelompokkan menjadi beberapa faktor. Kuesioner disebar pada 52 responden dengan teknik probability sampling dimana simple random sampling digunakan untuk penarikan sampel. Hasilnya didapatkan 6 faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu faktor 1 diberi nama faktor rekomendasi teman, dengan eigenvalue 3,517, terdiri dari rekomendasi dari teman, sesuai situasi ekonomi dan sesuai gaya hidup. Faktor 2 diberinama faktor distribusi dengan eigenvalue 2,062, terdiri dari indikator mudah didapatkan, harga bervariasi, harga jual kembali tinggi. Faktor 3 diberinama faktor produk dengan eigenvalue 1,811, terdiri dari indikator merek terkenal, nyaman dipakai, desain bagus. Faktor 4 diberinama faktor kualitas dengan eigenvalue 1,554, terdiri dari indikator busa empuk dan banyak pilihan model. Faktor 5 diberinama faktor promosi dengan eigenvalue 1,253, terdiri dari indikator dipakai pembalap GP dan sikap positif terhadap merek KYT. Faktor 6 diberinama faktor lingkungan dengan eigenvalue 1,096, terdiri dari indikator di lingkungan banyak yang menggunakan produk dan sertifikasi internasional DOT.