

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERTIMBANGAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR CONDITIONER DI DKI JAKARTA

Handy Wijaya – 1200956432

ABSTRAK

Perkembangan bisnis yang semakin ketat dengan banyaknya merek AC yang saling berkompetisi untuk mendapatkan minat beli dari konsumen ini membuat peranan bagian pemasaran sangatlah penting untuk mendorong kinerja perusahaan agar dapat bertahan di pasar hingga meraih pangsa pasar yang lebih besar.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang paling mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian air conditioner tipe inverter di DKI Jakarta. Dan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor yang paling dipertimbangkan oleh konsumen untuk setiap alternatif air conditioner tipe inverter di DKI Jakarta.

Teknik pengambilan sampel berdasarkan pendekatan nonprobability sampling. Lokasi pengambilan sample di outlet Electronic City (Jakarta Barat dan Jakarta Selatan), Electronic Solution (Jakarta Pusat dan Jakarta Barat). Metode penelitian yang digunakan adalah metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Model pendukung keputusan ini akan menguraikan masalah multi faktor atau multi kriteria yang kompleks menjadi suatu hirarki.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen Panasonic sangat mempertimbangkan faktor kualitas dan desain dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Saran adalah pihak PT Panasonic Gobel Indonesia dapat mempertahankan kualitas dan terus berinovasi dalam desain teknologi serta menambahkan fungsi atau manfaat baru dalam penggunaan air conditioner.

Kata Kunci: Analisis faktor, keputusan pembelian