ABSTRAK

RIVAN ZULFIANO 201812202017. “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Besi Baja di PT. Hanwa Indonesia”. Dibawah bimbingan Husnayeti, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Besi Baja di PT. Hanwa Indonesia. Desain penelitian yang digunakan yaitu asosiatif kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di lingkungan konsumen PT. Hanwa Indonesia. Berdasarkan data yang diperoleh diperkirakan total pelanggan berjumlah 500 pelanggan. Dengan mempertimbangkan waktu dan tenaga, yang cenderung dari segi tingkat toleransi kesalahan sebesar 10%, maka jumlah sample yang diperoleh dari total pelanggan tersebut adalah 83 sample pelanggan. Analisis faktor digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian besi baja di PT. Hanwa Indonesia yaitu untuk menguji ketepatan dalam model faktor, uji statistic yang digunakan adalah Kaiser-meyer-olkin (KMO) dan Barlett's Test of Sphericity atau MSA. Syarat yang harus dipenuhi dalam melakukan analisis faktor adalah angka Measure of Sampling Adequency (MSA) adalah 0,724 dan nilai Chi-Square sebesar 56,303 dengan derajat kebebasan (df) sebesar 15 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu angka KMO di bawah 0,5 maka kumpulan variabel tersebut tidak dapat diproses lebih lanjut sedangkan jika $KMO > 0,5$. Kemudian dalam Penentuan jumlah faktor dalam penelitian ini didasarkan pada nilai Eigenvalue dengan kriteria nilai Eigenvalue lebih besar dari 1 dianggap valid dan jumlah faktor yang terbentuk. Lalu terdapat 2 faktor saja yang memiliki nilai total Eigenvalue > 1 . Faktor pertama memiliki nilai Eigenvalue sebesar 2,169 dan faktor kedua memiliki nilai Eigenvalue 1,115. Jadi dari 6 variabel yang ada, hanya terbentuk 2 faktor saja yang mewakilinya. Setelah diketahui faktor baru yang terbentuk berdasarkan tabel Variance Explained dari 6 variabel yang diteliti terdapat 2 faktor baru yang terbentuk mewakili variabel-variabel tersebut. Pada penelitian ini rotasi dilakukan dengan menggunakan metode varimax. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 6 faktor dengan menggunakan analisis faktor maka terpilih 5 faktor yang dibentuk yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian besi baja pada PT. Hanwa Indonesia.

Kata Kunci : Analisis Faktor, Keputusan Pembelian, Kepuasan pelanggan.