

ABSTRAK

Alfa Mart Medang sebagai salah satu swalayan dan tempat untuk memasarkan produk deterjen mempunyai peranan penting dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas menggunakan produk deterjen tersebut. Oleh karena itu, Alfa Mart Medang harus melakukan strategi pemasaran yang baik dan mengetahui *market share* produk yang dijualnya termasuk produk deterjen.

Untuk mengetahui dan menganalisis *market share* produk deterjen periode berikutnya dapat menggunakan analisis rantai marcov, sedangkan untuk mengetahui kelompok konsumen yang banyak menggunakan satu merek deterjen tertentu dapat menggunakan analisis cluster yaitu dengan mengetahui atribut-atribut yang lebih diprioritaskan oleh sebagian besar konsumen dalam memilih satu merek deterjen tertentu

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa *market share* tertinggi untuk bulan Agustus, September dan Oktober dipegang oleh deterjen merek Rinsos yaitu sebesar 26%, 24%, 26% dibandingkan dengan deterjen merek lainnya seperti So-klin (22%, 19%, 22%), Surf (14%, 17%, 14%), Daia (11%, 10%, 11%), Attack (20%, 21%, 20%), B-29 (4%, 5%, 4%) dan merek lainnya (3%, 4%, 3%), sehingga deterjen yang banyak digunakan oleh konsumen Alfa Mart Medang adalah merek Rinsos. Sedangkan untuk atribut-atribut yang disajikan diperoleh bahwa harga meraih peringkat pertama yang masuk dalam prioritas yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli deterjen. Sedangkan kelompok konsumen yang paling dominan adalah konsumen yang berada pada *cluster* 1.

Kata Kunci : produk deterjen, konsumen, *market share*.

Alfa Mart Medang as one supermarket and a place to market their detergent products have an important role in meeting the needs and desires of consumers, so that consumers are satisfied with the use of detergent products. Therefore, the Alfa Mart Medang should do a good marketing strategy and know the market share of products it sells products including detergents.

To identify and analyze the market share next period detergent products can use marcov chain analysis, while consumer groups to know that many use a particular brand of detergent to use cluster analysis to determine which attributes are more prioritized by most consumers in choosing a brand of detergent certain

From the research it can be seen that the highest market share for August, September and October are held by Rinsos brand detergent that is equal to 26%, 24%, 26% compared with other brands such as detergents So-klin (22%, 19%, 22%) , Surf (14%, 17%, 14%), Daia (11%, 10%, 11%), Attack (20%, 21%, 20%), B-29 (4%, 5%, 4%) and other brands (3%, 4%, 3%), so detergents are widely used by consumers is the brand Alfa Mart Medang Rinsos. As for the attributes presented obtained that price ranks first in the priorities that are considered by consumers to buy detergent. While the dominant consumer group is consumers who are in cluster 1.

Keywords: detergent products, customers, market share.