

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor dominan yang ada pada kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan waktu pengadaan terhadap keputusan pembelian *Bulk Conveyor System* di Indonesia dalam skema pemasaran antar perusahaan (*Business to Business*). Pengambilan sampel penelitian dilakukan secara *non random sampling* dan metode *convenience sampling*.

Setelah diketahui adanya faktor dominan yang ada pada kualitas pelayanan, kualitas produk, harga dan waktu pengadaan maka penelitian ini dilanjutkan dengan menggunakan metode statistik diskriptif untuk mengetahui apakah ada perbedaan persepsi terhadap faktor – faktor yang ada pada kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan waktu pengadaan terhadap keputusan pembelian *Bulk Conveyor System* pada responden yang dibedakan menurut departemen.

Dari hasil analisa didapat bahwa rasa aman dan yakin akan produk merupakan faktor terpenting dalam kualitas pelayanan dan tidak ditemukan adanya perbedaan persepsi antar departemen responden terhadap kualitas pelayanan dalam keputusan pembelian *Bulk Conveyor System*.

Kualitas peralatan yang sesuai dengan spesifikasi dan sesuai kesepakatan awal yang telah ditawarkan pada proposal proyek merupakan hal terpenting dalam kualitas produk dan tidak ditemukan ada perbedaan persepsi antar departemen responden terhadap kualitas produk dalam keputusan pembelian *Bulk Conveyor System*.

Harga pertama yang ditawarkan dalam proposal pengadaan *Bulk Conveyor System* merupakan hal terpenting dari faktor harga secara keseluruhan, hal tersebut merupakan representasi keinginan pembeli dan kemampuan penjual pada suatu tingkat harga tertentu yang dapat diwujudkan. Kemampuan dan kompetensi teknis dari penjual sangat berperan dalam hal menyampaikan dan menyimpulkan harga yang sesuai dalam suatu paket sistim pengadaan peralatan yang terintegrasi pada *Bulk Conveyor System*.

Durasi proyek umumnya merupakan hal penting dalam keputusan pembelian *Bulk Conveyor System*.