

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih oli sepeda motor dan apakah ada perbedaan yang signifikan yang membuat konsumen mengambil keputusan untuk melakukan pembelian oli sepeda motor. Dengan mengambil sampel 100 responden yang diambil di wilayah Kota Cilegon.

Dari jumlah 25 faktor (variabel) tersebut dioperasionalkan dengan metode penelitian sebagai berikut:

- Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik quota sample.
- Scoring atas jawaban-jawaban responden menggunakan skala Likert.
- Analisis data menggunakan Analisa Faktor untuk mereduksi sejumlah variabel yang diteliti dengan menggabungkannya ke dalam beberapa faktor yang jumlahnya lebih sedikit dari variabel asal.
- Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih oli sepeda motor dan perbedaan yang signifikan antar konsumen, penulis menggunakan Analisis Diskriminan yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS 15.0 for Windows.

Dengan teknik tersebut diperoleh hasil penelitian sebagai berikut:

- Setelah dilakukan uji validitas diperoleh 12 variabel yang dinyatakan valid yaitu: kualitas yang prima, harga kompetitif, promosi yang menarik, desain produk yang baik, produk oli sepeda motor cukup lengkap, pelayanan yang baik pada saat membeli, hadiah langsung pada saat membeli, hadiah undian yang diundi secara berkala, brand image yang baik, karena sudah percaya (turun-temurun), konsumen oli cukup luas, informasi produk yang up to date.
- Kemudian dilakukan Analisa Faktor direduksi kembali menjadi 10 faktor (variabel) yang terbentuk dengan nama (identitas) sebagai berikut: harga kompetitif, promosi yang menarik, desain produk yang baik, produk oli sepeda motor cukup lengkap, pelayanan yang baik pada saat membeli, adanya hadiah langsung pada saat membeli, adanya hadiah undian yang diundi secara berkala, brand image yang baik, karena sudah dipercaya (turun-temurun), konsumen oli cukup luas. Karena ke sepuluh faktor tersebut mempunyai angka MSA diatas 0,5.
- Dari sepuluh variabel yang diteliti, dengan proses factoring bisa direduksi hanya menjadi tiga faktor yaitu: faktor persepsi produk dan merk, faktor hadiah, faktor variasi produk, harga dan pelayanan.

- Berdasar tabel Wilk's Lambda yang berkisar 0,849 sampai 1, dari kolom Sig bisa dilihat bahwa ke tiga faktor dalam memilih jenis oli ternyata berbeda secara signifikan.