ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN B2B TERHADAP PRODUK DAN LAYANAN ATAP UPVC ORYX

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

Alfonso Jonathan Trykokoh
22.D1.0022

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG

2026

ABSTRAK

Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk menawarkan produk dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen bisnis agar dapat membangun kerja sama jangka panjang. Dalam konteks B2B, keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh harga, tetapi juga oleh berbagai faktor yang mendukung keberlangsungan bisnis, seperti kualitas produk, pelayanan, distribusi, dan kemudahan penjualan. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen B2B terhadap produk dan layanan atap uPVC Oryx. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 172 konsumen B2B. Data dianalisis menggunakan analisis faktor dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen B2B dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu faktor harga dan kemudahan penggunaan, distribusi dan dukungan purna jual, manfaat dan kemudahan penjualan, serta kualitas dan layanan. Faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah faktor kualitas dan layanan.

Kata kunci : Keputusan Pembelian konsumen B2B, Analisis faktor, Atap uPVC Oryx, Pemasaran B2B

ABSTRACT

In an increasingly competitive business environment, companies are required to offer products and services that meet the needs of business customers in order to establish long-term business relationships. In the Business-to-Business (B2B) context, purchasing decisions are influenced not only by price but also by various factors that support business sustainability, such as product quality, service quality, distribution, and ease of selling. Therefore, this study aims to identify the factors influencing the purchasing decisions of B2B customers toward Oryx uPVC roofing products and services. This research employed a descriptive research method, with data collected through questionnaires distributed to 172 B2B customers. The data were analyzed using exploratory factor analysis with the assistance of SPSS software. The results indicate that B2B purchasing decisions are influenced by four main factors: Price and Ease of Use, Distribution and After-Sales Support, Business Benefits and Ease of Selling, and Quality and Service. Among these, Quality and Service was identified as the most dominant factor influencing B2B purchasing decisions.

Keywords : B2B Customer Purchasing Decision, Factor Analysis, Oryx uPVC Roofing, B2B Marketing