

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI  
KONSUMEN DALAM MEMBELI PRODUK SIKAT GIGI  
PEPSODENT**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan  
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1  
Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun oleh :

Nama : Ardian Delta Pramudya  
NIM : 98.30.3494

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2007**

## ABSTRAKSI

Pembelian sikat gigi sudah menjadi suatu kebutuhan dan keinginan yang kuat, tapi juga karena perbedaan pendapatan, pendidikan, pengalaman keluarga, kelompok regerensi, sikap dan motivasi konsumen yang menimbulkan perilaku konsumen dalam pembelian produk sikat gigi dan pemakaian sikat gigi juga berbeda. banyak terdapat merek-merek sikat gigi yang berbedar di pasaran, dimana masing-masing produk memiliki keunggulan tersendiri dengan harga yang beraneka ragam pula. dalam penelitian ini, produk yang diteliti adalah produk sikat gigi Pepsodent. Hal ini dikarenakan rata-rata produk sikat gigi Pepsodent banyak dibeli dan digunakan oleh sebagian besar responden yang ditemui dan ditanyai secara langsung. Dan rata-rata jawaban responden mengenai produk sikat gigi yang dibeli adalah sama yaitu produk sikat gigi Pepsodent. selain itu dalam penelitian ini responden yang diteliti adalah warga di daerah Puspowarno wilayah Semarang Barat dengan pertimbangan untuk tidak terlalu luas dan mempersingkat waktu penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli produk sikat gigi Pepsodent di daerah Puspowarno wilayah Semarang Barat. Data mengenai berapa jumlah warga Puspowarno yang menggunakan sikat gigi Pepsodent di wilayah tersebut tidak dapat diketahui secara pasti. Dikarenakan tidak ada jumlah yang pasti yang dapat menunjukkan jumlah warga Puspowarno yang membeli produk sikat gigi Pepsodent di wilayah tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *quota sampling* yaitu dengan menetapkan jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 100 responden. jenis data yang digunakan adalah data primer dengan metode pengumpulan data yaitu metode kuesioner. teknik analisis data yang digunakan adalah validitas, reliabilitas dan analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan meas nilai KMO sebesar 0,758 dapat disimpulkan bahwa dari penelitian ini diperoleh beberapa faktor analisis dimana faktor analisis yang digunakan layak untuk dipakai sebagai alat ukur untuk meneliti faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen untuk membeli sikat gigi Pepsodent. Berdasarkan rotasi faktor varimax dapat disimpulkan bahwa ada 6 faktor yang mempunyai nilai eigenvalue di atas 1. Dari 6 faktor tersebut memberikan sumbangan presentase kumulatif variance sebesar 64,899 %. Artinya bahwa 6 faktor tersebut dapat menjelaskan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian Sikat Gigi Pepsodent sebesar 64,899 % sedangkan sisanya 35,101 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model ini. Berdasarkan pengelompokan faktor diperoleh 6 pengelompokan faktor sebagai berikut : a) Faktor 1 (Atribut produk dan pertimbangan kesehatan) b) Faktor 2 (Keluarga) c) Faktor 3 (Promosi dan penampilan sikat gigi), d) Faktor 4 (Warna sikat gigi) e) Faktor 5 (ketersediaan produk) f) Faktor 6 (Kebiasaan keluarga) Berdasarkan pengelompokan faktor dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi paling dominan terhadap keputusan pembelian produk adalah faktor atribut produk dan pertimbangan kesehatan, hal ini ditunjukkan dengan nilai prosentase paling besar yaitu sebesar 28,394 %.