

RINGKASAN

SUPRIYANTI, Program Studi Ekonomi Magister manajemen-Program Pascasarjana, Universitas Jenderal Soedirman, Faktor pertimbangan pembelian dan analisis nilai pelanggan produk gula di Purwokerto. Pembimbing I Prof. Dr. Suliyanto SE, MM, Pembimbing II Dr. Margani Pinasti, M. Si, Ak.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang menentukan konsumen mengambil keputusan untuk membeli gula dan menganalisis nilai pelanggan untuk produk gula. Sampel penelitian adalah konsumen gula di Purwokerto sejumlah 100 orang. Metode yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan cara *convenience sampling*. Data penelitian diperoleh dengan membagikan kuesioner. Alat analisis yang digunakan adalah analisis faktor dengan perangkat lunak *Statistical Process Social Science* (SPSS) dan analisis nilai pelanggan. Dari hasil penelitian dan analisis data diperoleh kesimpulan bahwa terdapat 5 faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli gula di Purwokerto yaitu :

1. Faktor 1 Penampilan yang terdiri dari kelarutan yaitu kecepatan gula larut atau hancur, sertifikat yaitu jaminan sertifikasi dari badan sertifikat yang terpercaya bahwa produk gula tersebut adalah organik dan estetika yaitu tampilan seberapa menariknya gula.
2. Faktor 2 Kemudahan yang terdiri dari bentuk yaitu tampilan produk, merek yaitu nama kemasan yang melekat di produk gula, lokasi yaitu jarak yang harus di tempuh dalam membeli produk gula dan berat yaitu timbangan produk gula.
3. Faktor 3 Promosi yang terdiri dari label kadaluarsa yaitu keterangan masa pakai produk gula, pengawet yaitu apakah ada campuran bahan sebagai pengawet makanan, dan iklan yaitu iklan yang dipasang produsen pada media massa untuk memberitahukan kepada khalayak.
4. Faktor 4 Daya Tarik yang terdiri dari kebersihan yaitu indikator kualitas dilihat dari ada tidaknya benda-benda lain di dalam gula dan diskon yaitu potongan harga yang di berikan penjualan kepada pembeli.
5. Faktor 5 Kesehatan yang terdiri dari kesehatan yaitu faktor kandungan yang terdapat dalam produk gula yang membahayakan atau menguntungkan kesehatan ada atau tidak.

Untuk analisis pelanggan diketahui nilai pelanggan yang paling mendekati kepuasan yaitu harga gula pasir dikarenakan harga pasar adalah Rp 13.000 sedangkan di hitung nilai pelanggan harga yang diperoleh Rp 16.099, sehingga nilainya lebih rendah dibanding harga yang seharusnya menurut pelanggan.

Kata Kunci : Penampilan, Kemudahan, Promosi, Daya Tarik, Kesehatan, Gula, Gula Pasir, Gula Kelapa Cetak, Gula Kelapa Kristal.

SUMMARY

SUPRIYANTI, Postgraduate Program, Jenderal Soedirman University, Purchase Consideration Factors and Analysis of Customer Value of Sugar in Purwokerto. Supervisor : Prof. Dr. Suliyanto SE, MM, Co-supervisor : Dr. Margani Pinasti, M. Si, Ak.

This research is also aimed to analyze of customers value of sugar products. 100 sugar customers in Purwokerto were involved as the samples of this research. The sampling method applied was purposive sampling using convenience sampling. The data of the research were obtained by distributing questionnaires.

The analysis tool used was factor analysis employing *Statistical Process Social Science* (SPSS) software as well as analysis of customers' value. The result and data analysis showed that there are 5 factors which are considered by customers in purchasing sugar in Purwokerto i.e.:

1. Factor 1 Appearance, consists of solubility (the pace of sugar to be dissolved or crushed), certificates (a guarantee from trusted institution that certifies a sugar product as organic), and aesthetics i.e. how attractive the sugar is.
2. Factor 2 Ease, this covers the design of the product, brand (the name attached on the product's packaging), location (the distance one must travel to get the product), and quantity (the amount of sugar).
3. Factor 3 Promotion, i.e. expiry label that describes the lifespan of the sugar, preservatives (mixture of material as food preservative), and advertisements in mass media that are used by the producers to introduce their products to the public.
4. Factor 4 Attractiveness, this part covers the hygiene (quality indicator seen from the absence of any other objects in the sugar), and discount given to the customers.
5. Factor 5 Health, it considers whether there is certain content within the sugar that is harmful for the customers' health.

From the analysis of sugar customers, it was found that the value that comes closest to satisfaction belongs to white sugar's price, for its market price reaches IDR 13,000, while the customers appraise a price of IDR 16,099. On the other words, the price is lower than the customers' expectation.

Keywords: Appearance, Ease, Promotion, Appeal, Health, Sugar, White Sugar, Coconut Sugar Blocks, Granulated Coconut Sugar.