

## **ABSTRAK**

### **Analisis Faktor Psikologis Pada Pengguna Produk Deterjen (Studi Pada Konsumen Deterjen Di Pasar Pekalongan Lampung Timur)**

**Oleh**

**Reza Yoga Subarkah**

Deterjen adalah sabun cuci pembersih pakaian yang berbentuk serbuk atau tepung yang dapat berbusa bila tercampur dengan air. Deterjen dibutuhkan karena setiap orang pasti menginginkan pakaian yang digunakan setiap hari harus selalu bersih.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya kontribusi faktor motivasi, faktor persepsi, faktor pembelajaran, faktor keyakinan dan sikap pada pengguna produk deterjen. Dari dimensi faktor psikologis tersebut terdapat salah satu faktor yang paling dominan,

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif verifikatif yang tujuannya adalah memaparkan suatu fenomena serta memeriksa apakah teori yang melandasinya masih berlaku atau tidak. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen deterjen di pasar Pekalongan Lampung Timur dengan jumlah sampel sebanyak 85 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *convenience sampling*. Untuk menganalisis data digunakan analisis faktor.

Berdasarkan hasil uji analisis faktor diketahui terdapat 17 indikator yang membentuk 4 faktor karakteristik pembeli. Kontribusi varian dari faktor keyakinan dan sikap sebesar 15,449 % dengan *eigen values* 2,626. Kontribusi varian dari faktor persepsi adalah sebesar 14,242 % dengan *eigen values* 2,421. Kontribusi varian dari faktor motivasi sebesar 11,037 % dengan *eigen value* sebesar 1,876. Faktor pembelajaran mempunyai kontribusi varian sebesar 10,553% dengan *eigen value* sebesar 1,794.