

ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK PISANG ASKHA JAYA

Oleh

ANNISA KARININA

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor keputusan pembelian keripik pisang Askha Jaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil dari penelitian ini adalah keripik pisang di Lampung begitu identik dengan Askha Jaya dan menjadi produk yang paling disukai konsumen karena ciri khas rasa yang menjadi pembeda dari merek lainnya sehingga ada 5 faktor yang terbentuk setelah dilakukannya wawancara. Faktor pertama adalah faktor atribut produk yang berkaitan dengan rasa pada keripik pisang Askha Jaya yang memiliki ciri khas pada bumbunya, harga yang terjangkau, tempatnya nyaman dengan penataan etalase yang enak dipandang serta parkir yang luas, dan packaging yang bermacam-macam dan aman untuk dibawa ke tempat yang jauh. Faktor kebudayaan yang terdiri dari konsumen yang datang ke toko dominan laki-laki, serta nama brand Askha Jaya yang dikenal luas sehingga menjadi alasan bagi konsumen untuk kembali lagi berbelanja keripik pisang disana setiap datang ke Lampung, faktor sosial merupakan suatu interaksi sosial seorang konsumen Askha Jaya yang mampu mempengaruhi orang lain untuk memilih keripik pisang Askha Jaya, faktor Pribadi meliputi gaya hidup konsumen yang mengikuti trend, status sosial yang merupakan tuntutan untuk lebih bergengsi, pekerjaan serta situasi ekonomi yang mendukung konsumen untuk bisa mempertahankan loyalitasnya terhadap keripik pisang Askha Jaya, dan kepribadian serta konsep diri yang sangat mempengaruhi, faktor psikologis yang merupakan proses pembelajaran pada konsumen, oleh karena itu kedatangan konsumen ke toko Askha Jaya tentu memiliki tujuan tersendiri yang dapat memberikan manfaat untuk konsumen tersebut atau orang di sekitarnya.

Kata kunci: Faktor Atribut Produk, Faktor Kebudayaan, Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Faktor Psikologis.

ABSTRACT

FACTORS OF ASKHA JAYA BANANA CHIPS PURCHASING DECISION

By

ANNISA KARININA

The purpose of this study was to determine the factors of the decision to buy Askha Jaya banana chips. The method used in this study is a descriptive method with a qualitative approach. The result of this study is that banana chips in Lampung are so identical to Askha Jaya and become the most preferred product for consumers because of the distinctive taste that distinguishes it from other brands so that there are 5 factors formed after the interview. The first factor is the product attribute factor related to the taste of Askha Jaya banana chips which has characteristics in the seasoning, affordable prices, a comfortable place with a storefront arrangement that is pleasing to the eye and a large parking lot, and packaging that is various and safe to take to distant places. Cultural factors consisting of consumers who come to male-dominant stores, as well as the widely known brand name Askha Jaya so that it becomes a reason for consumers to return to shopping for banana chips there every time they come to Lampung, social factors are a social interaction of an Askha Jaya consumer who is able to influence others to choose Askha Jaya banana chips, Personal factors include consumer lifestyles that follow trends, social status which is a demand to be more prestigious, jobs and economic situations that support consumers to be able to maintain their loyalty to Askha Jaya banana chips, and personality and self-concept that greatly influence, psychological factors that are a learning process for consumers, therefore the arrival of consumers to Askha Jaya stores certainly has its own purpose that can provide benefits for those consumers or those around them.

Keywords: Product Attribute Factors, Cultural Factors, Social Factors, Personal Factors, Psychological Factors.