

## **ABSTRAK**

### **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MINYAK GORENG DI PERUMAHAN PT. INDOLAMPUNG PERKASA**

**Oleh**

**Rully Arif Wicaksono**

Penggunaan minyak goreng di masyarakat Indonesia mencapai 70 %. Minyak goreng sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat yang ada di Indonesia. Tingginya penggunaan minyak goreng menyebabkan diperlukannya analisis keputusan pembelian minyak goreng. Metode yang digunakan untuk melakukan penelitian yaitu metode kuantitatif, yang menggunakan data berbentuk angka untuk mengalalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik pendekatan *Exploratory Factor Analysis* (EFA). Analisis EFA menunjukkan bahwa faktor kualitas produk merupakan faktor dominan yang mempengaruhi pembelian minyak goreng dengan nilai varian sebesar 36,669%. Faktor harga produk memiliki nilai varian sebesar 10,117%. Faktor loyalitas merk yang paling kecil mempengaruhi pembelian minyak goreng dengan nilai varian sebesar 8,895%. Hasil analisis faktor pada penelitian ini didapatkan tiga faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian minyak goreng di PT. Indolampung Perkasa KM 43. Ketiga faktor tersebut yaitu, faktor kualitas produk (*product quality*), faktor harga produk (*product price*), dan faktor loyalitas merk (*brand loyalty*).

Kata kunci: *Exploratory Factor Analysis*, minyak goreng, keputusan pembelian, PT. Indolampung Perkasa

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION TO PURCHASE COOKING OIL IN PT. INDOLAMPUNG PERKASA HOUSING AREA**

**By**

**Rully Arif Wicaksono**

The use of cooking oil in Indonesia reaches 70%. Cooking oil is primary needs in Indonesia. The high use of cooking oil causes the need for purchasing decisions analysis of cooking oil. The method used in this research was a quantitative method, which uses data in the form of numbers to analyze information about what you want to know. Data analysis in this study used the Exploratory Factor Analysis (EFA) approach. EFA analysis shows that the product quality factor is the dominant factor in influencing the purchase of cooking oil with a variance value of 36.669%. The product price factor has a variant value of 10.117%. The smallest factor is brand loyalty that influences the purchase of cooking oil with varian value of 8.895%. The results of the factor analysis in this study found three factors that influence the decision to purchase cooking oil at PT. Indolampung Perkasa KM.43 These three factors are product quality, product price, and brand loyalty.

**Keywords:** cooking oil, Exploratory Factor Analysis, PT. Indolampung Perkasa, purchasing decision