

Penentuan faktor dominan yang mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk low class MPV dengan metode analisis faktor = Determination of dominant factors which affecting consumers in selecting low class mpv products with factor analysis method

Erika Fitri Yuliani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20250182&lokasi=lokal>

Abstrak

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan manusia akan sarana transportasi yang serbaguna, pasar otomotif mensosialisasikan produk Multi Purpose Vehicle (MPV). Bahkan di Indonesia, pangsa pasar untuk Low Class MPV merupakan yang paling besar. Hal ini membuat persaingan di pasar otomotif pun semakin ketat karena banyaknya produsen yang mengeluarkan produk yang sama di kelas ini.

Banyaknya pangsa pasar bagi produk, tidak menjamin berhasilnya suatu produk yang dilempar ke pasaran. Untuk membuat produk Low Class MPV ini diterima oleh konsumen, maka perlu dilakukan sebuah riset untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen pada produk ini.

Sebuah penelitian pasar dengan menggunakan teknik analisis multivariat yaitu analisa faktor dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor dominan apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pemilihan produk Low Class MPV serta memperoleh gambaran segmentasi pasar untuk produk ini.

Hasil dari penelitian ini akan memberi manfaat terutama bagi para produsen untuk mengetahui apa yang diharapkan oleh konsumen dari produk sehingga dapat membantu dalam pengembangan produk juga strategi yang tepat untuk dipakai dalam pemasaran produk kepada segmentasi konsumen yang tepat juga.

.....Along with the increasing human needs of multifunction transportation, automotive markets socialize a product called Multi Purpose Vehicle (MPV). Even in Indonesia, the market for Low Class MPV is the greatest. This makes the competition in the automotive market is tight because of the large number of producers who issued the same product in this class.

A large market for this product, does not guarantee a successful product which thrown to the market. To create a Low Class MPV product which is well accepted by consumers, it needs to do a research to find out what is desired by consumers on this product.

A market research study using multivariate analysis technique called factor analysis conducted to get the dominant factors which affecting consumers in the selection of a Low Class MPV product and recognize the consumer characteristic for this product.

Results of this research will give advantage, especially for the producers to find out about consumers expectation from the product so that it will assist in the next product development and arrange an appropriate sales strategy to use in appropriate consumer's segmentation.