

## **ABSTRAKSI**

Kiki Kurniawati. Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Pelembut Pakaian PT. Unilever (Studi kasus Meruya Jakarta Barat). (Di bimbing Oleh Rina Anindita).

Perkembangan perekonomian nasional dewasa ini mendorong perkembangan industry – industry di Indonesia, apalagi dalam masa sekarang ini perekonomian memasuki era globalisasi, hal ini menjanjikan suatu peluang dan tantangan bisnis baru bagi perusahaan.

PT Unilever adalah induk dari berbagai macam produk, dengan perkembangan perekonomian dan peluang serta melihat kebutuhan masyarakat perusahaan ini meluncurkan produk pelembut pakaian dengan merk” MOLTO”  
Kebutuhan akan pakaian yang bukan hanya bersih melainkan lembut juga harum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Faktor apasaja yang menentukan keputusan konsumen dalam dalam pembelian produk pakaian merek molto.

Metode yang digunakan adalah Analisis Faktor yaitu Mengelompokkan pertanyaan – pertanyaan yang ada yang ada di dalam kuesioner menjadi beberapa dimensi, bisa menjadi empat seperti bauran pemasaran atau lebih. dalam penelitian ini menghasilkan 7 Dimensi antara lain Keistimewaan, Keunggulan, Harga, Tempat, Promosi, Iklan, dan Hadiah. Yang paling dominan adalah dimensi keistimewaan.