

ABSTRAKSI

Cendra Halim. *Faktor yang Menentukan Keputusan Pembelian Private Brand Oleh Konsumen Pada Carrefour di Season City.* (dibimbing oleh Rina Anindita)

Studi ini bertujuan untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk membeli private brand di Carrefour Season City. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian ditinjau dari bauran pemasaran (4P).

Metode yang digunakan adalah Analisis Faktor yaitu Mengelompokkan pertanyaan – pertanyaan yang ada di dalam kuesioner menjadi beberapa dimensi, bisa menjadi empat seperti bauran pemasaran atau lebih. Dalam penelitian ini menghasilkan 5 dimensi yaitu Faktor 1 diberinama **Keunggulan**, terdiri atas Manfaat sesuai dengan yang tertera pada label kemasannya, Isi dan kemasan tidak mudah rusak, Harga murah, Harga bersaing dengan national brand, Harga sesuai dengan kualitas, Informasi tentang harga jelas dan tepat, Persediaan barang selalu ada, Diletakan di area strategis, Mudah untuk ditemukan, Adanya billboard yang menarik, Adanya brosur yang menarik, Adanya catalog yang menarik, dan Adanya Poster yang menarik Faktor 2 diberinama **Kemudahan**, terdiri atas Kemasan diciptakan untuk mempermudah penggunaan produk. Faktor 3 diberinama **Keistimewaan**. terdiri atas Kinerja sesuai dengan yang tertera pada label kemasannya. Faktor 4 diberinama **Kualitas Produk**, terdiri atas Awet dalam penyimpanan. Faktor 5 diberinama **Desain**, terdiri atas Mudah diperbaiki dan Kemasan dikemas dengan menarik.