

**Analisis Faktor-Faktor Yang Menjadi Pertimbangan Konsumen  
Dalam Memilih Bedak Biang Keringat Di Surabaya**

**ABSTRAK**

Penjualan Bedak Herocyn Medicated selama 5 tahun terakhir mengalami kenaikan yang tidak signifikan, bahkan cenderung menurun. Penurunan ini terjadi karena kenaikan penjualan Herocyn Medicated disebabkan karena adanya target ataupun reward yang harus dicapai distributor sebagai pelanggan sehingga pada satu waktu unit penjualan Bedak Herocyn Medicated terkesan meningkat namun dalam jangka waktu tertentu penjualan menurun drastis. Alasan lainnya disebabkan karena Herocyn merupakan produk dengan repurchase cycle yang lama, adanya kompetitor bedak biang keringat, serta dimungkinkan karena adanya strategi pemasaran yang tidak tepat dalam penjualan Bedak Herocyn. Hal ini akan menjadi masalah bagi keberlangsungan PT. Coronet Crown karena Bedak Herocyn merupakan produk unggulan (backbone product). Disini PT. Coronet Crown mulai menyadari bahwa konsumen /end user merupakan faktor yang penting selain grosir dalam peningkatan penjualan produk Herocyn, untuk itulah strategi pemasaran mulai berfokus pada perilaku konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian awal dan pendekatan kuantitatif pada penelitian akhir yang disesuaikan dengan permasalahan yang akan dibahas. Penelitian ini menggali informasi langsung dari konsumen pengguna bedak gatal dengan menggunakan metode wawancara (depth interview) pada penelitian awal dan kuisioner pada penelitian lanjutan sebagai alat bantu. Penelitian ini kemudian dianalisa dengan menggunakan teknik analisis faktor yaitu metode yang dapat menghubungkan faktor-faktor yang berkaitan dan membentuk faktor baru.

Dari hasil penelitian, terdapat delapan faktor yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih bedak biang keringat, yaitu faktor I: Product Characteristic , faktor II: Advertising and Promotion, faktor III: Brand Awareness, faktor IV: Product Variance, faktor V: Functionality / Habit, faktor VI: Trusted Group References, faktor VII: Basic Availability, faktor VIII: Online Availability. Faktor yang memiliki level of importance tertinggi ada pada faktor I yaitu Product Characteristic. Usulan strategi pemasaran untuk PT. Coronet Crown sebagai produsen Bedak Herocyn yakni memperhatikan 3 faktor yang memiliki tingkat kepentingan / level of importance paling tinggi dimata konsumen, yaitu Product Description, Advertising and Promotion, dan Brand Awareness.

**Kata kunci:** Bedak Biang Keringat, Herocyn Medicated, Perilaku Konsumen, Analisis Faktor, Strategi Pemasaran