

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor- faktor (atribut) produk AMDK yang berpengaruh bagi konsumen dari kelas sosial menengah dan atas dalam menentukan alternatif merek produk AMDK yang akan di konsumsi. Metode yang digunakan adalah *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dengan cara menghitung bobot prioritas masing- masing faktor produk tersebut. Sebagai langkah awal dari penelitian ini dilakukan studi pustaka dan penelitian awal untuk menentukan faktor- faktor pengambilan keputusan yang akan dianalisa sebagai masukan untuk membuat kuesioner 1. Dari hasil kuesioner 1 dapat digunakan untuk menyusun hirarki dan kuesioner 2. Selanjutnya dari hasil kuesioner 2 yang masuk sebelum digunakan untuk analisa selanjutnya maka sesuai dengan kaidah AHP perlu dilakukan uji konsistensi rasio, dimana kuesioner yang layak digunakan harus mempunyai konsistensi rasio kurang dari 0,1. Dari 100 buah kuesioner yang berhasil dikumpulkan ternyata ada 59 buah kuesioner dari responden kelas sosial menengah dan 8 buah kuesioner dari responden kelas sosial atas, kuesioner tersebut yang memenuhi syarat atau layak digunakan untuk analisa selanjutnya. Dari hasil pengolahan data terlihat bahwa faktor kemudahan memperoleh merupakan faktor yang paling banyak diperhatikan oleh konsumen dari kedua kelas, namun pada faktor pilihan kedua masing- masing kelas berbeda untuk kelas sosial menengah lebih memperhatikan faktor harga dan untuk konsumen kelas sosial atas faktor mutu. Dan faktor kemudahan memperoleh ini setelah dilakukan uji statistik yaitu uji-F juga menunjukkan perbedaan yang signifikan dengan keempat faktor utama yang lain. Kemudian dari perhitungan bobot alternatif menunjukkan bahwa konsumen dari kedua kelas lebih cenderung untuk memilih atau membeli produk AMDK dengan merek Aqua.