

INTISARI

Penelitian ini melakukan analisis tentang bagaimana tahapan pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk pembiayaan haji PT. Trihamas Finance. Secara rinci, penelitian ini akan menggunakan beberapa teori pengambilan keputusan konsumen dimulai dari pengenalan masalah konsumen, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan untuk membeli dan juga keputusan setelah pembelian. Dari beberapa teori tersebut nantinya akan dijadikan beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan terhadap responden.

Subjek penelitian ini merupakan nasabah-nasabah pembiayaan haji PT. Trihamas Finance. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan bersifat eksploratori. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Non Probability Sampling. Subjek yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 10 orang dan berdomisili di Jakarta, Bogor, Bekasi dan Tangerang. Teknik pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara mendalam terhadap responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih produk pembiayaan haji PT. Trihamas Finance diantaranya faktor ekonomi, pemasar dan grup referensi. Sumber responden mendapatkan informasi tentang produk pembiayaan haji PT. Trihamas Finance diantaranya dari sumber komersil dan sumber pribadi. Enam responden tidak mengetahui perusahaan alternatif selain PT. Trihamas Finance dan empat responden mengetahui alternatif perusahaan lain yang menyediakan produk pembiayaan haji. Beberapa responden mengatakan tidak ada pilihan lain selain memilih produk pembiayaan haji PT. Trihamas Finance. Selain itu beberapa responden mengatakan memilih PT. Trihamas Finance karena pelayanan yang baik dan persyaratan pendaftaran yang mudah. Sembilan responden puas dengan layanan pembiayaan haji PT. Trihamas Finance dan delapan responden mengatakan akan mereferensikan produk pembiayaan haji PT. Trihamas Finance terhadap rekan dan kerabat.

Kata Kunci: Proses Pengambilan keputusan konsumen, Produk pembiayaan Haji PT. Trihamas Finance.

ABSTRACT

This research will analyze the stages of consumer decision making in selecting products of Hajj financing from PT. Trihamas Finance. In detail, this research will use several theories of consumer decision-making starting from the introduction of consumer problems, information search, alternative evaluation, decision to buy and also post purchase decision. From some of these theories will be made into several questions that will be asked to respondents.

The subjects of this research are the customers of Hajj financing of PT. Trihamas Finance. This research uses qualitative and exploratory methods. Sampling technique in this research use Non Probability Sampling. Subjects studied in this study are 10 persons and domiciled in Jakarta, Bogor, Bekasi and Tangerang. Technique of data retrieval in this research use depth interview to responder.

The results of this study indicate that the factors that influence consumers in selecting products Hajj financing PT. Trihamas Finance include economic factors, marketers and reference groups. Respondents get information source about PT. Trihamas Finance financing products of Hajj from commercial sources and personal sources. Six respondents do not know alternative companies other than PT. Trihamas Finance and four respondents know the alternatives of other companies that provide hajj financing products. Some respondents said there was no choice except to choose the product of Hajj financing of PT. Trihamas Finance. In addition, some respondents said they choose PT. Trihamas Finance for good service and easy registration requirements. Nine respondents satisfied with the service of hajj financing of PT. Trihamas Finance and eight respondents said they will refer the product of Hajj financing of PT. Trihamas Finance against colleagues and relatives.

Keywords: *Consumer Decision Making Process, Products of Hajj Financing, PT. Trihamas Finance.*