

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang dipertimbangkan klien ketika memilih jasa konsultasi manajemen di PT Uruzin Solusi Bisnis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif eksploratif, dengan data primer diperoleh melalui kuesioner skala Likert dan data sekunder dari dokumen perusahaan. Populasi penelitian adalah seluruh klien PT Uruzin Solusi Bisnis untuk periode 2024–2025. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik pengambilan sampel probabilitas dengan metode pengambilan sampel acak sederhana. Teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Faktor Eksploratif dengan metode Analisis Komponen Utama dan rotasi Varimax untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang terbentuk dari sejumlah indikator pertimbangan pemilihan konsultan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat enam faktor utama yang memengaruhi keputusan untuk memilih konsultan: reputasi konsultan, kompetensi profesional, strategi implementasi, pertimbangan biaya jasa, relevansi solusi konsultan, dan kualitas interaksi layanan. Faktor reputasi konsultan merupakan faktor yang paling dominan dengan kontribusi varians terbesar, sekaligus mengidentifikasi keunikan kompetitif PT Uruzin Solusi Bisnis dari perspektif klien. Secara keseluruhan, keenam faktor tersebut mampu menjelaskan sebagian besar varians total dalam data, sehingga model yang dikembangkan memiliki kemampuan yang baik untuk menjelaskan fenomena pengambilan keputusan pemilihan jasa konsultasi manajemen.

Kata kunci: Jasa konsultan manajemen, Exploratory factor analysis, Keputusan pemilihan, Marketing Mix 7P.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors clients consider when selecting management consulting services at PT Uruzin Solusi Bisnis. This study uses an exploratory descriptive quantitative approach, with primary data obtained through a Likert-scale questionnaire and secondary data from company documents. The study population was all clients of PT Uruzin Solusi Bisnis for the 2024–2025 period. Sampling was conducted using a probability sampling technique with a simple random sampling method. The data analysis technique used was Exploratory Factor Analysis with the Principal Component Analysis method and Varimax rotation to identify factors formed from a number of consultant selection consideration indicators. The results show that there are six main factors influencing the decision to select a consultant: consultant reputation, professional competence, implementation strategy, service cost considerations, the relevance of the consultant's solution, and the quality of service interactions. The consultant reputation factor is the most dominant factor with the largest variance contribution, while also identifying PT Uruzin Solusi Bisnis's competitive uniqueness from the client's perspective. Overall, the six factors are able to explain most of the total variance in the data, thus the developed model has good ability to explain the phenomenon of management consulting service selection decisions.

Keywords: Management consulting services, Exploratory Factor Analysis, Selection decisions, Marketing Mix 7P.