

ABSTRACT

Abd Kholid Ghahtoni, 170211100039. Analysis of Factors Considered by Consumers in Advertising the Use of Salesperson Services at PT. MADURA INTERMEDIA JAVA PRESS POST MADURA RADAR Bangkalan Bureau. Under the guidance of Mrs. Nirma Kurriwati, S.P., M.Sc. Mrs. Triana Setiyarini, S.E., M.M.

PT. MADURA INTERMEDIA PRES JAVA POS RADAR MADURA Bangkalan Indonesia is no longer the only print media, the emergence of many new competitors also causes the shift of customers. PT. MADURA INTERMEDIA JAVA PRESS POSTAL RADAR MADURA Bangkalan Indonesia Bureau is required to always be innovative in order to win the competition with new competitors in order to survive. The purpose of this study was to determine what factors are considered by consumers in using the services of a salesperson at PT. MADURA NTERMEDIA PRESS JAVA POSTING RADAR MADURA Bangkalan Bureau and to find out the dominant factors considered by consumers in using Salesperson services at PT. MADURA INTERMEDIA JAVA PRESS POST MADURA RADAR Bangkalan Bureau. This study uses a quantitative approach and analyzed using factor analysis. The results showed that the factors considered by consumers in the use of sales services at PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAVA POSTAL RADAR MADURA Bangkalan Bureau is the Presentation factor with eigenvalue (9,886), Follow up factor with eigenvalue (5,438), Prospecting factor with eigenvalue (1,434). While the dominant factor considered by consumers in advertising the use of sales force services at PT. MADURA INTERMEDIA JAVA PRESS POST MADURA RADAR Bangkalan Bureau is the Presentation factor.

Keywords: Factor Analysis

ABSTRAK

Abd Kholid Ghahtoni, 170211100039. Analisis Faktor-faktor yang Dipertimbangkan Konsumen Dalam Pemasangan Iklan Penggunaan Jasa Wiraniaga di PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan. Dibawah Bimbingan ibu Nirma Kurriwati, S.P., M.Si. Ibu Triana Setiyarini, S.E., M.M.

PT. MADURA INTERMEDIA PRES JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan Indonesia tidak lagi menjadi satu-satunya media cetak , munculnya banyak kompetitor baru juga menyebabkan beralihnya para pelanggan. PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan Indonesia dituntut untuk selalu inovatif dalam rangka memenangkan persaingan dengan para kompetitor baru agar dapat terus bertahan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam penggunaan jasa Wiraniaga di PT. MADURA NTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan dan untuk mengetahui faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam penggunaan jasa Wiraniaga di PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dianalisis menggunakan analsisi faktor. Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam penggunaan jasa Wiraniaga di PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan adalah faktor *Presentation* dengan nilai *eigenvalue* (9,886), faktor *Follow up* dengan nilai *eigenvalue* (5,438), faktor *Prospecting* dengan nilai *eigenvalue* (1,434). Sedangkan faktor yang dominan dipertimbangkan konsumen dalam pemasangan iklan penggunaan jasa Wiraniaga di PT. MADURA INTERMEDIA PERS JAWA POS RADAR MADURA Biro Bangkalan adalah faktor *Presentation*.

Kata kunci: Analisis Faktor