

ABSTRAK

Dalam menentukan keputusan pembelian ada beberapa variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian tersebut. Seperti yang telah diungkapkan pada penelitian-penelitian terdahulu yaitu variabel-variabel yang menentukan keputusan pembelian adalah kualitas produk, harga, promosi, tempat, dan pelayanan. Pada penelitian ini diduga variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga, lokasi, promosi, produk dan merek, untuk mengetahuinya maka penulis menggunakan data yang diperoleh dari sampel yang berjumlah 100 responden.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh secara simultan, parsial dan dominan antara variabel Harga (X_1), Lokasi (X_2), Promosi (X_3), Produk (X_4) dan Merek (X_5) terhadap Keputusan Pembelian konsumen di Toko Listrik Sumber Mulia Gresik (Y). Pada penelitian ini, penulis menggunakan alat statistik yaitu berupa Analisis Regresi Linear Berganda dengan menggunakan program SPSS ver 20 *for windows*. Hipotesis pada penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh secara simultan, parsial dan dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Listrik Sumber Mulia Gresik.

Dari ketiga hipotesis, hipotesis yang terakhir tidak terbukti karena yang berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian di toko listrik Sumber Mulia Gresik adalah variabel Merek

Kata kunci : Toko Listrik Sumber Mulia, Merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

In order to make a buying decision, there are five variables that influence. Based on the last researches, the decision influencing variables are quality of product, price, promotion, location, and service. In this research, price, location, promotion, product, and brand are the decision influencing variables. For making the data, the writer use the data according to 100 respondents.

This research is done to know about simultaneously impact, partial and dominant between variable price (X1), Location (X2), Promotion (X3), Product (X4) and Brand (X5) on the customer buying decision in Sumber Mulia Store Gresik (Y). In this research, the measurement is multiple linear regression analysis by using SPSS program version of 20 for windows. The hypothesis in this research has a destiny to see the simultaneously impact, partial as well as dominant to customer buying decision in Sumber Mulia Store, Gresik.

Based on three hypothesis, the last hypothesis is non-proven because brand variable is dominant influence for buying decision in the Sumber Mulia Gresik store.

Keywords : Sumber Mulia Electric Store, Brand, Puchasing Decisions