

ABSTRAK

Rak susun plastik saat ini sangat dicari oleh masyarakat, karena memiliki banyak fungsi dan praktis. Pada penelitian ini yang diduga mempengaruhi keputusan pembelian, yaitu Merek, Produk, Harga, Lokasi, dan Promosi terhadap keputusan pembelian rak susun plastik "Josin Star" di CV Jadi Subur Surabaya.

Sampel yang dipakai pada penelitian ini adalah 100 responden retailer rak susun plastik "Josin Star" Di CV Jadi Subur Surabaya selama penelitian. Untuk diproses dalam regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu yaitu kuesioner

Kesimpulan penelitian ini yaitu data dari kuesioner ini diolah untuk mendapatkan analisis regresi linear berganda melalui program SPSS *ver 20.0 for windows*. Hipotesis pada penelitian ini untuk melihat pengaruh secara simultan, parsial, dan dominan terhadap keputusan pembelian rak susun plastik "Josin Star" di CV Jadi Subur Surabaya. Dari ketiga hipotesis, satu hipotesis tidak terbukti, yaitu variabel Merek (X_1) berpengaruh dominan dengan nilai *Standardized Coefficient Beta* (β) paling tinggi yaitu 0.281, sedangkan variabel Produk (X_2) tidak berpengaruh dominan.

Kata Kunci : Merek, Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Keputusan Pembelian Rak Susun Plastik "Josin Star" Di CV Jadi Subur Surabaya.

ABSTRACT

Plastic stacking shelf today are highly sought after by the public, because it has many functions and practical. In this study suspected of influencing the purchase decision, is Brand, Product, Price, Location, and Promotions on purchasing decisions plastic stacking shelves “Josin Star” in CV Jadi Subur Surabaya.

The samples used in this study were 100 respondents retailer shelf plastic stacking “Josin Star” in CV Jadi Subur Surabaya during the study. To be processed in a multiple linear regression using the tools that the questionnaire.

The conclusion of this study is the data from the questionnaire is processed to obtain multiple linear regression analysis through SPSS ver 20.0 for windows. Hipotesis in this study to see the effect of simultaneous, partial, and dominant on purchasing decisions plastic stacking shelves “Josin Star” in CV Jadi Subur Surabaya. Of the three hypotheses, the hypothesis is not proven, that the Brand variable (X_1) with a dominant effect Standartdized value Coefficient Beta (β) the highest of 0.281, while the Product variable (X_2) is not the dominant effect.

Keywords: Brand, Product, Price, Location, Promotion, Purchase Decision Plastic Stacking Shelves “Josin Star” In CV Jadi Subur Surabaya.