

ABSTRAK

Dalam era globalisasi yang berkembang saat ini, banyak perusahaan yang sejak dini mempersiapkan dan mengembangkan perusahaan agar lebih baik. Hal ini dimaksudkan, agar mereka tidak tertinggal dengan perusahaan-perusahaan yang telah berdiri terlebih dahulu. Cengkeh merupakan salah satu komponen utama bahan baku rokok kretek. Besarnya pendapatan cukai dan kemampuannya menyediakan lapangan kerja berskala besar, menempatkan industri rokok sebagai salah satu bagian penting dalam ekonomi nasional. Saat ini, Indonesia masih merupakan negara penghasil sekaligus konsumen terbesar cengkeh dunia. Selain untuk rokok, dari cengkeh dapat dihasilkan berbagai produk alternatif seperti minyak cengkeh. Minyak cengkeh merupakan bahan baku industri farmasi dan pestisida nabati. Mengingat besarnya peluang untuk mengembangkan industri hilir, pemanfaatan hasil samping dan diversifikasi hasil maka peluang investasinya menjadi sangat terbuka dan menantang.

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian cengkeh Ambon di PT. Gamalama di Surabaya. Penelitian tersebut terdiri dari dua variabel independen (kualitas produk, harga dan pelayanan) dan satu variabel dependen (keputusan pembelian). Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah tidak semua fit. Hal ini dapat terlihat dari hasil uji hipotesis.

Yang mengatakan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian. Hal ini berdasarkan dari hasil uji probabilitas signifikansi yang diperoleh sebesar $0,045 < 0,05$ yang berarti dengan kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli Cengkeh Ambon di PT. Gamalama.

Hasil uji hipotesis dua mengatakan bahwa ada pengaruh antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian tetapi tidak signifikan. Hal ini berdasarkan dari hasil uji probabilitas yang tidak signifikansi yang diperoleh

sebesar $0,31 < 0,05$ yang berarti harga yang mempengaruhi terhadap keputusan konsumen terhadap pembelian Cengkeh Ambon di PT.Gamalama.

Hasil uji hipotesis tiga mengatakan bahwa ada pengaruh antara variabel promosi terhadap variabel keputusan pembelian tetapi tidak signifikan. Hal ini berdasarkan dari hasil uji probabilitas yang tidak signifikan yang diperoleh sebesar $0,925 < 0,05$ yang berarti pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen tetapi tidak signifikan terhadap pembelian Cengkeh Ambon di PT.Gamalama. Analisis kualitatif ini akan menjelaskan tentang hasil dari analisis kuantitatif masing-masing variabel bebas (X).