ABSTRAK

Saat ini perkembangan pasar swalayan sangat menonjol di kota-kota besar, termasuk Surabaya. Hal ini ditunjukkan dengan perang besar-besaran antar pasar swalayan mulai dari harga barang yang dijual, produk yang dijual, promosi penjualan, lokasi penjualan, pelayanan serta fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

Penelitian ini penulis mengambil objek Hypermarket Giant yang berlokasi di Maspion Square jalan Achmad Yani Surabaya. Giant Maspion Square adalah salah satu pasar swalayan di Surabaya yang mengalami perkembangan pesat. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh harga, produk, promosi, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di Giant Maspion Square Surabaya.

Dari analisis regresi linier berganda disimpulkan bahwa harga (X_1), produk(X_2), promosi(X_3), lokasi(X_4), dan pelayanan(X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Giant Maspion Square Surabaya. Disimpulkan pula bahwa harga (X_1), produk (X_2), promosi (X_3) dan lokasi (X_4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Giant Maspion Square Surabaya, sedangkan pelayanan (X_5) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Giant Maspion Square Surabaya. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Giant Maspion Square Surabaya adalah harga (X_1) yang terbukti dengan nilai t_{hitung} (3,695) > t_{tabel} (1,986).

Kata Kunci: Harga, Produk, Promosi, Lokasi, Pelayanan.