ABSTRAK

Pasar modern dalam bentuk minimarket saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat, tentunya dapat dilihat dengan sudah banyaknya minimarket yang bermunculan di sekitar lingkungan kita. Indomaret adalah salah satu minimarket yang sangat memperhatikan faktor produk, harga, promosi, fasilitas, dan lokasi untuk meningkatkan keputusan pembelian dari konsumennya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Indomaret Mulyosari Surabaya serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen.

Dari analisis regresi linier berganda disimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi, fasilitas dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan sebesar 61.7% terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Mulyosari Surabaya, sedangkan sisanya yaitu 38.3% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel-variabel tersebut di atas. Disimpulkan pula bahwa baik itu variabel produk, harga, fasilitas dan lokasi masing-masing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Mulyosari Surabaya, sedangkan variabel promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan. Faktor yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian konsumen di Indomaret Mulyosari Surabaya adalah harga.