

## ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan yang ketat pada bisnis sepatu anak, diperlukan strategi yang bisa menarik konsumen. Pelaksanaan bauran pemasaran yang tepat akan mampu menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Toko Semangat Baru adalah salah satu toko sepatu anak yang menerapkan bauran pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya.

Penelitian ini menggunakan 5 variabel (X) yaitu Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>), Promosi (X<sub>3</sub>), Lokasi (X<sub>4</sub>), dan Pelayanan (X<sub>5</sub>) dengan variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya, dengan populasi yaitu pembeli sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya dan sudah diambil sampel sebanyak 100 responden. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Realibilitas, Analisa Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi Berganda (R), Uji F (Uji Secara Simultan), dan Uji t (Uji Secara Parsial).

Hipotesis penulis yang menduga bahwa variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk, harga, promosi, lokasi, dan pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya telah terbukti. Hal ini dapat dibuktikan dengan menggunakan uji F, dimana hasil yang didapatkan adalah menunjukkan angka  $F_{hitung} 19.421 > F_{tabel} 2.311$  ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga, dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga, promosi, lokasi dan pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya dan sampel sebanyak 100 responden. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa, hasil dari Uji Validitas adalah *valid*. Uji Realibilitas adalah reliable, dari Analisa Regresi Linear Berganda telah didapatkan permodelan yaitu  $Y = 0.004 + 0.2881X_1 + 0.302X_2 + 0.191X_3 + 0.019X_4 + 0.250X_5$ . Dari Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) diadaptkan hasil yaitu 50.8%. Dari Uji F (uji simultan) didapatkan hasil yaitu  $F_{hitung} 19.421 > F_{tabel} 2.311$  sehingga dapat dikatakan bahwa kelima variabel independen secara simultan mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu anak-anak di toko Semangat Baru Surabaya. Dari hasil uji t (uji parsial) didapatkan hasil yaitu variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dengan  $t_{hitung}$  sebesar  $2.621 > t_{tabel} 1.986$ , Harga (X<sub>2</sub>)  $t_{hitung}$  sebesar  $3.142 > t_{tabel} 1.986$ , Promosi (X<sub>3</sub>)  $t_{hitung}$  sebesar  $2.028 > t_{tabel} 1.986$ , Lokasi (X<sub>4</sub>)  $t_{hitung}$  sebesar  $0.282 < t_{tabel} 1.986$ , Pelayanan (X<sub>5</sub>)  $t_{hitung}$  sebesar  $2.922 > t_{tabel} 1.986$ . Dari kelima hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X<sub>4</sub>) tidak memberi memberi pengaruh yang signifikan yaitu sebesar  $t_{hitung} 0.282 < t_{tabel} 1.984$  dan Harga (X<sub>2</sub>) merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan dibandingkan dengan variabel lainnya yaitu sebesar  $t_{hitung} 3.142 > t_{tabel} 1.984$ .