

## ABSTRAK

Dalam suatu perusahaan yang kegiatan utamanya adalah memasarkan produk, peningkatan produktivitas biasanya diukur dari tercapai atau tidaknya target penjualan yang telah ditetapkan, perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan kualitas produknya agar mutu yang diberikan terjamin dan berimbang juga pada penjualan, penentuan harga yang tidak tepat akan berpengaruh pada pandangan masyarakat dikarenakan jika pemilihan harga terlalu tinggi maka dipastikan akan berpengaruh pada daya beli masyarakat, dan kurangnya jumlah distribusi dapat menyebabkan tidak tersalurnya produk ke tangan konsumen secara maksimal, distribusi yang baik akan berpengaruh juga pada promosi karena semakin luas jaringan distribusi maka produk akan semakin dikenal oleh masyarakat luas.

Berdasarkan data jumlah responden yang membeli dan meminum minuman berisotonik merk pocari sweat di Surabaya, seluruhnya ada 100 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows versi 16.

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa untuk hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk, promosi, produk, harga, dan distribusi terhadap keputusan pembelian teruji kebenarannya, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , sebesar  $25,365 > 2,20$ . Selain itu dari hasil uji t juga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $t_{hitung} 1,800 < t_{tabel} 1,984$ . Untuk variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,671 > t_{tabel} 1,984$ . Untuk variabel promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $3,420 > t_{tabel} 1,984$ . Untuk variabel produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $0,833 < t_{tabel} 1,984$ . Yang terakhir untuk variabel distribusi tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $1,243 < t_{tabel} 1,984$ . Untuk hipotesis menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian tidak terbukti kebenarannya Karena setelah melakukan perhitungan, diketahui variabel harga merupakan variabel yang dominan dalam pengambilan keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari *Standardized Coefficient Beta*, memiliki nilai yang paling tinggi daripada variabel yang lain yaitu 0,333. Hal ini menolak hipotesis ketiga yang berbunyi “diduga variabel kualitas produk berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian produk minuman berisotonik merk pocari sweat.” Variabel harga menunjukkan variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

**Kata kunci: kualitas produk, harga, produk, promosi, distribusi, keputusan pembelian**