ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat persaingan bisnis khususnya di bidang kecantikan semakin ketat. Sehingga banyak salon – salon berkompetisi untuk mendapatkan para konsumen yang hendak mempercantik diri untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini juga berlaku di Salon Shinjiru. Salon Shinjiru berusaha bersaing dengan cara menyediakan produk – produk berkualitas dengan harga ekonomis dan dengan disertai kualitas maupun pelayanan yang bagus.

Diharapkan melalui penyediaan kebutuhan yang lengkap maka akan semakin menarik konsumen untuk mempercantik diri di Salon Shinjiru Surabaya. Sehingga akan terbangun suatu *image* yang baik dalam masyarakat.

Melalui variabel gaya hidup, produk, harga dan pelayanan yang diteliti, untuk membuktikan apakah keempat variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam mempercantik diri di Salon Shinjiru Surabaya. Dalam penelitian ini pengambilan obyek di Salon Shinjiru di jl Kranggan II no 1 di Surabaya, dengan jumlah responden 106 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda yang disesuaikan dengan penelitian ini. Sedangkan untuk perhitungannya menggunakan alat bantu komputer program SPSS for windows. Dari hasil analisis disimpulkan bahwa untuk hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Gaya Hidup, Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan konsumen dalam mempercantik diri di Salon Shinjiru Surabaya. telah teruji kebenarannya, hal ini dapat dibuktikan dari nilai F_{hitung} (13.458) > F_{tabel} (2.46). Besarnya kontribusi atau pengaruh variabel Gaya Hidup , Produk, Harga dan Pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan bertransaksi yang dihasilkan oleh koefisien determinasi berganda (R^2) adalah sebesar 34.8% sedangkan sisanya 65.2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain. Selain itu dari hasil uji t juga dapat disimpulkan bahwa variabel Gaya Hidup berpengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan konsumen dalam mempercantik diri, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} (-0.301) < t_{tabel} (1.984). Untuk variabel produk, juga dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel target keputusan konsumen dalam mempercantik diri, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} (3.195)> t_{tabel} (1,984).

Untuk variabel Harga, juga dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel target keputusan konsumen dalam mempercantik diri, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} (3.904)> t_{tabel} (1,984).Sedangkan untuk variabel Pelayanan, juga dapat disimpulkan bahwa mempunyai pengaruh tidak signifikan secara parsial terhadap variabel target keputusan konsumen dalam mempercantik diri, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} (0.681) < t_{tabel} (1,984) Untuk hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Harga berpengaruh dominan terhadap variabel keputusan konsumen dalam mempercantik diri di Salon Shinjiru Surabaya terbukti kebenarannya, dengan Standardized Coeficient Beta sebesar 0,349.