

ABSTRAK

Meningkatnya produktivitas adalah keinginan dari setiap perusahaan agar dapat mencapai tujuan perusahaan. Dalam suatu perusahaan yang kegiatan utamanya adalah memasarkan produk, peningkatan produktivitas biasanya diukur dari tercapai atau tidaknya target penjualan yang telah ditetapkan. Untuk mencapai target penjualan yang diharapkan, maka perusahaan berusaha untuk terus meningkatkan kualitas produknya agar mutu yang diberikan terjamin dan berimbang juga pada penjualan, selain kualitas produk ada beberapa faktor pendukung yaitu penentuan harga dan jaringan distribusi yang tepat juga dapat meningkatkan volume penjualan. Penentuan harga yang tidak tepat akan berpengaruh pada pandangan masyarakat dikarnakan jika pemilihan harga terlalu tinggi maka dipastikan akan berpengaruh pada daya beli masyarakat, dan jika harga yang ditawarkan terlalu rendah maka akan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas produk yang diberikan jadi pemilihan harga yang tepat akan memberikan pandangan baik oleh masyarakat Yang Terakhir adalah faktor distribusi, 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. Jadi ketiga variabel ini sangat penting dalam proses penjualan suatu produk.

Pengambilan obyek pada penelitian ini yaitu pada Galery Sepeda di Bangkalan. Berdasarkan data jumlah responden yang bertransaksi di Surabaya, seluruhnya ada 100 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 versi 16.

Dari hasil analisis disimpulkan bahwa untuk hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat tidak pengaruh yang signifikan secara simultan antara produk, pelayanan, dan harga terhadap keputusan bertransaksi teruji kebenarannya, hal ini dapat dibuktikan dari nilai $F_{hitung} (2,562) < F_{tabel} (2,70)$. Selain itu dari hasil uji t juga dapat disimpulkan bahwa variabel poduk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $2.431 > t_{tabel} 1.984$. Untuk variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $-1,051 < t_{tabel} 1.984$. Yang terakhir untuk variabel penjualan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel keputusan pembelian, hal ini dapat dibuktikan dari nilai t_{hitung} sebesar $0.121 < t_{tabel} 1.984$. Untuk hipotesis menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian terbukti kebenarannya Karena setelah melakukan perhitungan, diketahui variabel produk 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 0,13