ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan globalisasi yang begitu pesat, berdampak pada semakin tingginya persaingan memperebutkan pangsa pasar pada dunia usaha saat ini. Perusahaan yang ingin berhasil dalam persaingan pada era globalisasi ini harus memiliki strategi perusahaan yang dapat memahami perilaku konsumen. Perusahaan yang baik adalah memahami betul siapa konsumennya dan bagaimana mereka berperilaku.

Tujuan penulis akan meneliti mengenai perilaku konsumen dalam memilih jasa pengangkutan barang di perusahaan angkutan Garuda Mas Sidoarjo. Jasa pengangkutan ini sudah cukup lama berdiri sejak tahun 1940 dan kini semakin berkembang. Meskipun persaingan jasa pengangkutan semakin ketat, perusahaan jasa angkutan Garuda Mas tetap masih dapat bertahan dengan jumlah konsumen yang tidak sedikit.

Variabel bebas yang ada dalam penelitian ini dan terdiri dari: Persepsi (X_1), Motivasi (X_2), Sikap (X_3) dan Pembelajaran (X_4) terhadap variabel terikat (Y) keputusan konsumen dalam memilih Perusahaan jasa angkutan Garuda Mas Sidoarjo. Dalam penelitian ini digunakan uji validitas, uji reliabilitas**,** uji regresi liner berganda, dan uji hipotesis yang menggunakan hasil olahan dari progam komputer SPSS ver. 14.0.

Pada Uji F dapat diketahui bahwa empat variabel bebas (X) memiliki F**hitung** sebesar 12.694 lebih besar dari $F_{\textbf{tabel}}$ sebesar 2.58 sehingga memberikan pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Y).

Secara parsial variabel motivasi (X_2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y) keputusan konsumen memilih jasa angkutan Garuda Mas Sidoarjo diketahui t_{hitung} (0,096) < t_{tabel} (2,000). Variabel sikap (X_3) t_{hitung} (2,438) > t_{tabel} (2,000) dan Variabel pembelajaran (X_4) t_{hitung} (2,086) > t_{tabel} (2,000) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Variabel yang berpengaruh paling dominan dalam memilih Perusahaan jasa angkutan Garuda Mas Sidoarjo adalah Persepsi (X_1) t_{hitung} (3,100) > t_{tabel} (2,000) dengan angka *Standardized Coefficient Beta* terbesar dan signifikan dibawah 0.05 yaitu sebesar 0,39 dengan tingkat signifikan 0,003.