ABSTRAK

Pada jaman sekarang ini, persaingan dalam dunia industri sangat ketat, khususnya dalam industri makanan, hanya usaha dagang yang memiliki sistem distribusi dan produksi yang baik. Karena untuk memenuhi kebutuhan pasar, usaha dagang harus dapat memproduksi sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan diusahakan dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Dalam mendukung kegiatan produksinya tentu perusahaan harus mempunyai fasilitas dan perlengkapan yang dapat menunjang kegiatan tersebut,

The Amor adalah salah satu usaha dagang yang turut meramaikan persaingan di bidang bakery. Roti adalah salah satu makanan pengganti nasi yang paling di gemari. Hal ini dikarenakan sebagai bahan makanan olahan, roti memiliki nilai gizi yang tinggi dan lebih lengkap dibandingkan dengan yang lain. Selain itu, roti juga lebih praktis untuk di konsumsi, memiliki banyak variasi, harga relatif terjangkau, mudah diperoleh dan bisa mengenyangkan.

Diharapkan melalui peningkatan kualitas sehingga semakin menarik konsumen untuk membeli roti merk "The Amor" di UD. AMOR TIRTA LESTARI Surabaya. Sehingga akan terbangun suatu image yang baik dalam masyarakat sebagai salah satu jenis produk roti yang terus berkembang dan memberikan tanggapan yang positif

Melalui variabel kualitas produk, harga, dan pelayanan yang diteliti, untuk membuktikan apakah ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan pembelian konsumen UD. AMOR TIRTA LESTARI Surabaya. Dalam penelitian ini digunakan rata – rata hitung, standar deviasi, analisis regresi linear berganda, uji$_t$, uji$_F$. nilai $F_{\mathbf{hitung}}$ 48.236 (F anova) > $F_{\mathbf{tabel}}$ pada df pembilang 3 dan df penyebut 96 sebesar 2,70 berarti ada pengaruh secara serempak variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian konsumen UD. AMOR TIRTA LESTARI Surabaya. Pemilihan konsumen pada roti merk "The Amor" di UD. AMOR TIRTA LESTARI dengan nilai koefisien determinasi *(R square model summary)* berganda sebesar 0,601 berarti seluruh variabel bebas tersebut berpengaruh secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian konsumen UD. AMOR TIRTA LESTARI Surabaya sebesar 60,1%. Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji$_t$ pada keputusan konsumen menghasilkan $t_{\mathbf{tabel}}$ sebesar 1,985 sedangkan $t_{\mathbf{hitung}}$ untuk variabel kualitas (X_1) sebesar 3,711 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Variabel harga (X_2) sebesar 7,007 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y), variabel pelayanan (X_3) sebesar 1,431 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh atau dominan adalah variabel kualitas harga (X_2) dibandingkan dengan variabel kualitas produk dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen UD. AMOR TIRTA LESTARI Surabaya.