

ABSTRAK

Dengan semakin pesatnya perkembangan dunia usaha dewasa ini, menyebabkan semakin meningkatkan persaingan usaha, baik dari pelaku-pelaku usaha yang sudah ada maupun pelaku-pelaku usaha yang baru. Dengan demikian, maka persaingan usaha dalam rangka merebut pasar dan perhatian konsumen pun semakin tajam dan kompetitif bahkan cenderung tiap pelaku usaha menggunakan segala cara dan upaya di dalam menarik perhatian konsumen. Hal ini juga berlaku pada popok bayi pampers. Berbagai macam kualitas ditawarkan mulai dari bentuk popok yang tipis, tingkat daya serap yang tinggi, dan sebagainya. Salah satu keunggulan dari popok bayi pampers yaitu mempunyai *ballon stretch* yang berfungsi untuk membuat popok menjadi lebih pas pada bentuk tubuh bayi sehingga membuat bayi menjadi lebih nyaman.

Diharapkan melalui peningkatan kualitas yang semakin lengkap maka akan semakin menarik konsumen untuk memilih popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC. sehingga akan terbangun suatu *image* yang baik dalam masyarakat sebagai salah satu popok bayi sekali pakai yang terus berkembang dan memberikan tanggapan yang positif.

Melalui variabel kualitas, harga, dan produk yang diteliti, untuk membuktikan apakah ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC. Dalam penelitian ini digunakan rata – rata hitung, standar deviasi, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F. nilai F_{hitung} 126.871 (F_{anova}) > F_{tabel} pada df pembilang 3 dan df penyebut 96 sebesar 2,68 berarti ada pengaruh secara serempak variabel kualitas(X_1), harga(X_2), dan merek (X_3) terhadap keputusan konsumen dalam memilih popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC. Pemilihan konsumen pada popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC dengan nilai koefisien determinasi (*r square model summary*) berganda sebesar 0,799 berarti seluruh variabel bebas tersebut berpengaruh secara bersama – sama terhadap keputusan konsumen dalam memilih popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC sebesar 79,9%

Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji t pada keputusan konsumen menghasilkan t_{tabel} sebesar 1,9850 sedangkan t_{hitung} untuk variabel kualitas(X_1) sebesar 5,697 berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel harga(X_2) sebesar 2,955 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y), variabel merek(X_3) sebesar 2,385 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang berpengaruh/dominan adalah variabel kualitas (X_1) dibandingkan dengan variabel harga dan merek terhadap keputusan konsumen dalam memilih popok bayi pampers (pita perekat) di Carrefour ITC.