

ABSTRAK

Dewasa ini, semakin banyak produsen-produsen yang usahanya cukup berkembang pesat. Salah satu diantaranya adalah produsen outdoor fashion. Salah satu diantaranya adalah cartenz. Harganya yang relatif murah dan kualitas produk yang tidak kalah dengan merk lainnya membuat cartenz cukup di kenal di kalangan masyarakat.

Diharapkan produk – produk dari Cartenz mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Melalui variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3) yang diteliti untuk membuktikan apakah ketiga variabel bebas tersebut mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. CARTENZ INDONESIA, SURABAYA. Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dengan uji t dan uji F yaitu untuk mengetahui variabel secara simultan dan sevara parsial dengan jumlah responden sebanyak 60. Dari perhitungan regresi dihasilkan : $Y = 0,006 + -0,244.X_1 + 0,333.X_2 + 0,401.X_3$. nilai koefisien Determinasi Berganda (*R Square*) sebesar 0,548 atau 54,8%. Hal ini menunjukkan pengaruh antara semua variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) pada PT. CARTENZ INDONESIA, SURABAYA adalah sebesar 54,8%, sedangkan sisanya sebesar 45,2% disebabkan oleh variabel yang lain.

Adapun hasil hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis yang pertama terbukti bahwa ketiga variable bebas (X) yang terdiri dari : kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan pelayanan (X_3) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. CARTENZ INDONESIA, SURABAYA (Y). hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} 24,853 > F_{tabel} 2,77$. Dan hipotesis kedua tidak terbukti bahwa variable harga (X_2) merupakan faktor yang dominan. Hal ini dapat dibuktikan dengann nilai variabel pelayanan yang merupakan variabel paling dominan yaitu sebesar 0,398 lebih besar dari nilai variabel harga yang sebesar 0,327.