

ABSTRAKSI

Pada masa seperti sekarang ini persaingan bisnis adalah hal yang sangat penting dan kerap terjadi. Oleh karena itu upaya peningkatan kualitas mutu perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap perilaku membeli konsumen. Konsumen adalah hal yang terpenting bagi perusahaan. Kepuasan konsumen akan mendorong adanya proses pembelian dan nantinya memberikan keuntungan kepada perusahaan. Salah satu upaya yang dilakukan perusahaan adalah dengan memberdayakan dan meningkatkan pengaruh harga, fasilitas dan pelayanan purna jual kepada konsumennya sehingga konsumen merasakan value lebih terhadap produk yang ditawarkan. Dengan menfokuskan pada harga, fasilitas dan pelayanan purna jual maka diharapkan konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

Pengambilan obyek pada penelitian ini yaitu pada Ichiko Elektronik di Surabaya. Berdasarkan hasil penyebaran kuisisioner diperoleh 100 orang responden. Responden penelitian adalah konsumen Ichiko Elektronik. 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 11.00.

Dalam skripsi ini penulis menggunakan teknik analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F. Dari regresi ini dapat diketahui suatu rumus untuk memperoleh kinerja karyawan di masa yang akan datang, yaitu :

$$Y = 7,159 + 0,127 X_1 + 0,459 X_2 + (- 0.06356) X_3$$

Hipotesis pertama yang menyatakan harga, fasilitas dan pelayanan purna jual secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku membeli produk televisi Ichiko Elektronik dinyatakan diterima karena terbukti nilai signifikan anova mencapai 0.012 yang berada dibawah batas maksimal 0.05.

Hipotesis kedua harga, fasilitas dan pelayanan purna jual secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku membeli produk televisi Ichiko Elektronik dinyatakan ditolak karena hanya satu variabel yang dapat memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumen.

Hipotesis terakhir juga dinyatakan ditolak karena karena terbukti fasilitas adalah variabel yang paling dominan bukan variabel harga. Hipotesis yang diambil dinyatakan diterima karena terbukti variabel independen secara memberikan pengaruh terhadap variabel dependen dimana signifikansi F hitung (0,039) lebih kecil dari standar minimal signifikansi F (0,05).

Kata kunci : Harga, fasilitas, Pelayanan Purna Jual, analisis regresi linear berganda