

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat persaingan bisnis semakin ketat membuat tidak sedikit perusahaan yang tidak mampu bertahan dan terpaksa tutup. Agar dapat menghadapi ketatnya persaingan itu, maka dibutuhkan suatu strategi pemasaran yang tepat untuk dapat menarik minat pelanggan. Begitu pula seperti halnya yang dialami oleh Red Lotus yang bergerak dibidang bisnis aksesoris di Surabaya. Sehingga seberapa besar pengaruh harga, mutu produk, iklan dan pelayanan, terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk aksesoris di Red Lotus Mall Galaxy Surabaya. Untuk itu penulis melakukan penyebaran kuisioner kepada 100 responden yaitu yang membeli produk aksesoris di Red Lotus Mall Galaxy Surabaya.

Analisa yang digunakan adalah analisa regresi berganda dengan uji t dan uji F yaitu untuk mengetahui variabel secara simultan dan secara parsial dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan:

$$Y = 0,455 + 0,506.X_1 + 0,365.X_2 + 0,090.X_3 - 0,013.X_4 .$$

Sedangkan hasil pengujian regresi linier berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 32,769 dan F tabel sebesar 2,45. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (adjusted R^2) yang menggambarkan bahwa keempat variabel bebas yaitu harga (X_1), mutu produk (X_2), iklan (X_3), dan pelayanan (X_4) menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan konsumen 56,2% sedangkan sisanya 43,8% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Melalui pengujian parsial menggunakan uji t pada kepuasan pelanggan menghasilkan t tabel sebesar 1,985 sedangkan t hitung untuk variabel harga (X_1) sebesar 7,894 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel mutu produk (X_2) sebesar 6,499 dapat disimpulkan bahwa mutu produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Sedangkan variabel iklan (X_3) sebesar 1,321 dapat disimpulkan bahwa iklan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel pelayanan (X_4) sebesar 0,220 dapat disimpulkan tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel harga dibandingkan variabel mutu produk, iklan, dan pelayanan terhadap keputusan konsumen dalam membeli produk aksesoris di Red Lotus Mall Galaxy Surabaya.