

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat persaingan bisnis khususnya di bidang retail semakin ketat. Sehingga banyak perusahaan yang bergerak di bidang retail khususnya supermarket berkompetisi untuk mendapatkan para konsumen yang hendak berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini juga berlaku di Supermarket Sinar Bintoro. Berbagai macam kebutuhan ditawarkan mulai dari kebutuhan pokok, kebutuhan rumah tangga, kebutuhan jasmani, sampai kebutuhan kantor seperti, alat – alat tulis dan sebagainya. Salah satu keunggulan dari Supermarket Sinar Bintoro yaitu menyediakan produk – produk dalam negeri maupun luar negeri.

Diharapkan melalui penyediaan kebutuhan yang lengkap maka akan semakin menarik konsumen untuk berbelanja di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya. sehingga akan terbangun suatu *image* yang baik dalam masyarakat sebagai salah satu supermarket yang terus berkembang dan memberikan persepsi yang positif sebagai supermarket yang berciri khas *One Stop Shopping*.

Melalui variabel gaya hidup, produk, pelayanan, harga, dan lokasi yang diteliti, untuk membuktikan apakah kelima variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya. Dalam penelitian ini digunakan rata – rata hitung (*mean*), standar deviasi, analisis regresi linear berganda, uji T, uji F. nilai F_{hitung} 19,269 (F_{anova}) > F_{tabel} pada df pembilang 5 dan df penyebut 94 sebesar 2,37 berarti ada pengaruh secara serempak variabel gaya hidup(X_1), produk(X_2), pelayanan(X_3), harga(X_4), dan lokasi(X_5) terhadap keputusan pembelian pada wanita karier untuk berbelanja di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya dengan nilai koefisien determinasi (*r square model summary*) berganda sebesar 0,506 berarti seluruh variabel bebas tersebut berpengaruh secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian pada wanita karier untuk berbelanja di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya sebesar 50,6%

Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji t pada keputusan konsumen menghasilkan t_{tabel} sebesar 2,000 sedangkan t_{hitung} untuk variabel gaya hidup(X_1) sebesar -1,880 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel produk(X_2) sebesar -3,845 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y), variabel pelayanan(X_3) sebesar 5,936 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y), variabel harga (X_4) sebesar 4.600 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y), dan variabel lokasi (X_5) sebesar -3,025 dapat disimpulkan mempunyai pengaruh secara negatif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel pelayanan (X_3) dibandingkan dengan variabel gaya hidup, produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada wanita karier untuk berbelanja di Supermarket Sinar Bintoro Surabaya.