ABSTRAK

Pada saat ini, perusahan-perusahaan di Indonesia, baik perusahaan yang bergerak di bidang produk maupun jasa sudah mulai menapakkan kakinya memasuki era globalisasi dalam persaingan bisnis, suatu era dengan persaingan ketat. Arus Globalisasi membawa dampak yang cukup signifikan terhadap dunia usaha apalagi adanya krisis finansial sehingga memaksa konsumen untuk mencari kebutuhan sehari – hari dengan harga yang murah dan layak untuk dikonsumsi.

Hal ini dapat terlihat dari para pelaku usaha yang semakin kompetitif untuk menarik perhatian konsumen, sehingga timbulnya persaingan – persaingan dalam dunia usaha baik dari pelaku usaha yang sudah ada maupun pelaku usaha baru salah satunya adalah perusahaan air minum isi ulang " Trawas Fresh Water " di jalan Kapasan.

Pengambilan obyek pada penelitian ini adalah perusahaan air minum isi ulang " Trawas Fresh Water " di jalan Kapasan yang berdiri sejak tahun 2001, perusahaan air minum isi ulang " Trawas Fresh Water " di jalan Kapasan ini tiap hari dapat menjual ± 500 galon air. Pada penelitian ini, penulis menggunakan 90 responden.

Keputusan konsumen untuk membeli air minum isi ulang "Trawas Fresh Water" pada perusahaan ini memperhatikan harga (X_1), pelayanan (X_2), kualitas produk (X_3), serta lokasi (X_4). Ke empat variabel tersebut akan diteliti untuk membuktikan apakah berpengaruh terhadap keputusan konsumen membeli air minum isi ulang " Trawas Fresh Water " di jalan Kapasan.

Dalam penelitian ini digunakan analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi berganda, analisis *standardized coefficients beta*, dan uji hipotesis dengan menggunakan hasil pengolahan data dari program komputer SPSS versi 10.0. Persamaan dari koefisien regresi linier berganda adalah sebagai berikut : $Y = 0{,}700 + 0.264\ X_1 + 0.417\ X_2 + 0.245\ X_3 - 0{,}0436\ X_4 + \epsilon$. Nilai koefisien determinasi berganda (*R square*) sebesar 0,565 atau 56,5%. Hal ini menunjukkan pengaruh antara semua variabel bebas (X) yaitu variabel harga (X_1), Pelayanan (X_2), Kualitas produk (X_3), dan lokasi (X_4) terhadap variabel keputusan memilih (Y) adalah sebesar 56,5 %, sedangkan sisanya sebesar 43.5 % disebabkan oleh faktor lain.

Adapun hasil uji hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis yang pertama terbukti bahwa keempat variabel bebas (X) yang terdiri dari harga (X_1), pelayanan (X_2), Kualitas produk (X_3), dan Lokasi (X_4) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan memilih (Y), hal ini dapat dibuktikan dengan nilai F_{hitung} (27,665) > F_{tabel} (2,53). Dan hipotesis kedua terbukti bahwa variabel yang dominan mempengaruhi keputusan memilih adalah variabel pelayanan (X_2), karena memiliki nilai *standardized coefficients beta* paling tinggi sebesar 0,423 atau 42,3%.