

ABSTRAK

Pada masa kondisi saat ini, tingkat persaingan bisnis yang khususnya dibidang minuman semakin ketat, sehingga salah satu penyebab berhasil atau tidaknya setiap usaha dapat dilihat dari faktor pemasarannya. Demikian pula seperti yang dialami oleh perusahaan es puter merek WIA di Surabaya, untuk itu dalam penelitian ini penulis menyebarkan kuesioner 80 responden di Surabaya, dimana data yang diperoleh kemudian diolah dengan teori-teori dan metode pengujian relevan yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peranan kualitas produk (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3), dan promosi (X_4) berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli (Y). Analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan uji t dan uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan dan secara parsial dengan jumlah responden sebanyak 80 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan $Y = 1,089 + 0,054 X_1 - 0,520 X_2 + 0,640 X_3 + 0,523 X_4$

Dari hasil pengujian *regresi linier* berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji f) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli dengan nilai F_{hitung} yaitu sebesar 16.486 dan F_{tabel} sebesar 2.4937. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan *koefisien determinasi* (R^2) yang menggambarkan bahwa variabel-variabel bebas yang ada menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sebesar 45,3% sedangkan sisanya 54,7 % disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji t (t test) pada responden menghasilkan t_{tabel} sebesar 2.4927 dimana berdasarkan t_{hitung} Dari setiap variabel bebas yang ada, yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan konsumen dalam membeli (Y) adalah variabel pelayanan (X_3).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel pelayanan, dikatakan demikian karena variabel pelayanan memiliki nilai *Standardized Coefficients* sebesar 0,470. Yang lebih besar dari nilai *Standardized Coefficients* bebas lainnya.