

ABSTRAK

Dewasa ini, semakin banyak produsen-produsen yang usahanya cukup berkembang pesat. Salah satu diantaranya adalah produsen map. Banyak masyarakat sering dan sudah tidak asing lagi mendengar nama produk map SM milik CV. Wijaya Persada. Apalagi untuk map yang terbuat dari kertas ini karena harganya yang relatif murah dan cukup terjangkau untuk berbagai kalangan.

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 40 pengecer. Dari perhitungan regresi dihasilkan: $Y = -2,025 + -0,49.X_1 + 0,656.X_2 + 0,953.X_3$

Sedangkan hasil pengujian regresi linier berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengecer dalam membeli produk CV. Wijaya Persada dengan nilai F hitung sebesar 40,057 dan F tabel sebesar 2,87. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (adjusted R^2) yang menggambarkan bahwa ketiga variabel bebas yaitu pelayanan (X_1), harga (X_2), kualitas produk (X_3) menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan pengecer dalam membeli produk CV. Wijaya Persada 75% sedangkan sisanya 25% disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Melalui pengujian parsial menggunakan uji T pada keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada menghasilkan T tabel sebesar 2,028 sedangkan T hitung untuk variabel pelayanan (X_1) sebesar -0,318 sehingga dapat disimpulkan bahwa pelayanan (X_1) tidak ada pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada (Y). Variabel harga (X_2) sebesar 6,010 dapat disimpulkan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada (Y). Sedangkan variabel kualitas produk (X_3) sebesar 7,344 dapat disimpulkan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel kualitas produk dibandingkan variabel pelayanan, harga terhadap keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada. Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel kualitas produk dibandingkan variabel pelayanan, harga terhadap keputusan pengecer untuk membeli produk CV. Wijaya Persada.