# ABSTRAK

Dengan semakin banyaknya perusahaan Industri Produk Alat Rumah Tangga yang muncul akan memudahkan dalam memberikan banyaknya pilihan produk kepada konsumen, maka sebuah perusahaan harus memperkenalkan ke konsumen. Salah satunya yaitu perusahaan CV. Surya Srikandi Sejati yang memperkenalkan merek produknya, dengan cara mengadakan demo masak atau *cooking class* di hotel-hotel juga memberikan diskon harga dan *door prise* bagi konsumen yang membeli produknya. Selain itu Signora juga memiliki daya tahan produk yang lebih lama dibanding dengan merek produk lainnya.

Diharapkan produk-produk dari Signora mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumen . Melalui variabel harga ($X_1$), daya tahan ($X_2$) dan merek ($X_3$) yang diteliti untuk membuktikan apakah ketiga variabel tersebut mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Signora (Y). Dalam penelitian ini digunakan uji reliabilitas, uji validitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi berganda, analisis *standardized coefficient beta,* dan uji koefisien regresi linier berganda adalah sebagai berikut: Y=0,760 + 0,160X1 + 0,472 X2+ 0,199 X3. Nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0,510 atau 51,0% sedangkan sisanya sebesar 49% disebabkan faktor yang lain.

Adapun hasil uji hipotesis dari penelitian ini adalah hipotesis yang pertama terbukti bahwa ketiga variabel bebas (X) yang terdiri dari: harga ($X_1$), daya tahan ($X_2$) dan merek ($X_3$) terhadap variabel Keputusan Konsumen Membeli Produk Signora (Y), hal ini dapat dibuktikan dengan nilai $F_{hitung}$ (22,923) > $F_{tabel}$ (2,76). Dan hipotesis kedua terbukti bahwa variabel daya tahan (X2) berpengaruh secara dominan terhadap Keputusan Konsumen Membeli Produk Signora (Y) karena memiliki nilai *standardized coefficient beta* paling tinggi sebesar 0,564.