BAB I
PENDAHULUAN

Millenium
Copy Center
Raya Manyar 59 Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih ice cream "MONTANA" di Surabaya, yang antara lain meliputi faktor-faktor: harga, lokasi, produk dan pelayanan. Selain itu penelitian ini juga berguna untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen.

Landasan teori yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah meliputi teori definisi marketing, variabel-variabel marketing mix, yang antara lain meliputi harga, lokasi, produk dan pelayanan. Hipotesis yang digunakan adalah diduga harga, lokasi, produk dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih ice cream "MONTANA", dan produk diduga paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen.

Jumlah responden yang terkumpul ada 118 orang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, dimana variabel tergantungnya adalah keputusan konsumen dan variabel bebasnya adalah harga, lokasi, produk dan pelayanan. Hipotesis diuji dengan menggunakan uji F untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung secara simultan dan uji t untuk mengukur masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung.

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji F test sebesar 31,833, lebih besar daripada F tabel sebesar 2,4593. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh secara simultan dari variabel harga, lokasi, produk dan pelayanan terhadap keputusan konsumen. Sedangkan hasil perhitungan t test untuk variabel x1 sebesar 2,098, variabel x2 sebesar 2,063, variabel x3 sebesar 4,176, dan t test untuk variabel x4 sebesar –4,818. Sehingga dengan demikian maka variabel yang paling dominan mempengaruhi keputusan konsumen adalah variabel produk. Sedangkan hasil penilaian responden terhadap masing-masing variabel harga, lokasi, produk dan pelayanan adalah baik.