

ABSTRAK

Putusan pembelian konsumen terhadap suatu produk maupun jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor yang berasal dari diri konsumen maupun oleh faktor yang berasal dari luar diri konsumen. Faktor-faktor yang umumnya mempengaruhi perilaku konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk ataupun jasa adalah faktor harga, kualitas disamping juga dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain. Karena faktor-faktor tersebut mempunyai pengaruh yang penting bagi konsumen dalam memutuskan untuk membeli atau tidaknya suatu produk maupun jasa, maka perusahaan harus benar-benar memiliki kemampuan untuk mempengaruhi dan memuaskan konsumennya.

Demikian pula dengan konsumen yang membeli dan mengkonsumsi produk roti dari perusahaan roti Fran's di Surabaya. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, ternyata perilaku pembelian konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel-variabel harga, kualitas, keanekaragaman bentuk roti dan saluran distribusi. Hal ini ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,6251 atau sebesar 62,51% perilaku konsumen dalam membeli produk roti Fran's di Surabaya dipengaruhi oleh variabel harga, kualitas, keanekaragaman bentuk roti dan saluran distribusi sedangkan sisanya sebesar 37,49% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hubungan antara harga, kualitas, keanekaragaman bentuk roti dan saluran distribusi dengan perilaku konsumen dalam membeli produk roti Fran's di Surabaya adalah kuat. Ini ditunjukkan oleh nilai R sebesar 0,7906.

Berdasarkan uji F diketahui bahwa keempat variabel bebas tersebut secara serempak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk roti Fran's di Surabaya. Ini dapat dilihat dari nilai F hitung = 35,426 > F tabel = 2,53. Disamping itu, dari hasil uji t diketahui bahwa masing-masing variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk roti Fran's di Surabaya. Ini dapat dilihat dari $tb_1 = -4,557 < t \text{ tabel} = -2,000$; $tb_2 = 6,679$; $tb_3 = 5,885$ dan $tb_4 = 3,127$ dimana nilai tb_2 , tb_3 , dan $tb_4 > t \text{ tabel} = 2,000$. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi parsial diketahui bahwa variabel kualitas mempunyai pengaruh yang paling dominan terhadap perilaku konsumen dalam membeli produk roti Fran's di Surabaya dengan nilai koefisien korelasi parsial sebesar 0,3442.

Berdasarkan hal tersebut, maka pihak perusahaan harus lebih memperhatikan faktor kualitas produk yang dihasilkan dengan tidak mengesampingkan perhatian kepada ke tiga faktor yang lain karena faktor-faktor inipun sedikit banyak ikut juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian produk dari perusahaan yang bersangkutan.