

ABSTRAK

Persaingan bisnis dibidang jasa pergudangan yang kian marak, mendorong agar para pebisnis lebih memahami perilaku pelanggan. Terutama berhubungan dengan faktor – faktor yang menentukan keputusan pelanggan. Ada empat faktor yang menjadi kajian dalam penelitian ini yang di anggap erat hubungannya dengan keputusan pelanggan di dalam menggunakan pergudangan. UD.”X” merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pergudangan. Dari permasalahan di atas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : Apakah faktor produk, harga, pelayanan, dan lokasi dapat menentukan keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa pergudangan pada UD. “X” di Surabaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana peranan produk, harga, pelayanan, dan lokasi dapat menentukan keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa pergudangan pada UD. “X”.

Adapun variabel yang diteliti adalah variabel bebas yaitu produk (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) dalam menentukan keputusan pelanggan (Y). Analisa yang di pergunakan adalah analisa regresi linear berganda dengan uji T dan uji F untuk mengetahui pengaruh variabel secara simultan dan secara parsial dengan jumlah responden sebanyak 31 responden.

Dari perhitungan regresi dihasilkan : $Y = 0,297 + 0,125.X_1 + 0,152.X_2 + 0,177.X_3 + 0,436.X_4$. Dari perhitungan korelasi dihasilkan $R = 0,910$ yang menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap keputusan pelanggan (Y).

Dengan menggunakan analisis uji F dapat di simpulkan bahwa produk (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama – sama mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pelanggan. Hal ini dinyatakan dengan $F_{hitung} (31, 296) > F_{tabel} (2,74)$, dengan demikian hipotesis pertama terbukti.

Dengan menggunakan analisis uji T dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 2,186 > T_{tabel} 2,0556$. Variabel harga (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 2,219 > T_{tabel} 2,0556$. Variabel pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 2,243 > T_{tabel} 2,0556$. Variabel lokasi (X_4) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 5,039 > T_{tabel} 2,0556$.

Dari keempat variabel tersebut lokasi merupakan variabel yang dominan di dalam menentukan keputusan pelanggan untuk menggunakan pergudangan, maka hipotesis kedua terbukti.