

ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat persaingan bisnis khususnya dibidang pemasaran semakin ketat, sehingga berhasil atau tidaknya suatu perusahaan tentunya dapat ditentukan dari sistem pemasarannya. Begitu pula seperti halnya yang dialami oleh UD. Sumber Jaya yang bergerak dibidang bisnis pelumas di Surabaya. Sehingga seberapa besar pengaruh kualitas produk, harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen membeli produk pelumas PrimaXP di UD. Sumber Jaya. Untuk itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen pelumas PrimaXP di UD. Sumber Jaya Surabaya yang kemudian diolah dengan teori-teori dan metode pengujian yang relevan, yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas produk (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3) dan lokasi (X_4) berpengaruh terhadap keputusan konsumen (Y).

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 100 orang. Dari perhitungan regresi dihasilkan: $Y = -0,224 + 1,166 X_1 - 0,049 X_2 + 0,160 X_3 - 0,103 X_4$

Melalui hasil pengujian regresi linier berganda diatas untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dengan nilai F_{hitung} sebesar 20,241 dan F_{tabel} sebesar 2,45. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan bahwa keempat variabel bebas yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2), pelayanan (X_3) dan lokasi (X_4) menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan konsumen 46 % sedangkan sisanya 54 % disebabkan oleh faktor-faktor lain.

Sedangkan pengujian parsial menggunakan uji T pada keputusan konsumen menghasilkan T_{tabel} sebesar 1,645 sedangkan T_{hitung} untuk variabel kualitas produk (X_1) sebesar 8,292 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X_1) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel harga (X_2) sebesar -0,479 dapat disimpulkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Sedangkan variabel pelayanan (X_3) sebesar 1,361 dapat disimpulkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Variabel lokasi (X_4) sebesar -1,247 dapat disimpulkan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis tersebut dapat diketahui bahwa variabel yang lebih dominan adalah variabel kualitas produk dibandingkan dengan variabel harga, pelayanan dan lokasi terhadap keputusan konsumen membeli produk pelumas PrimaXP di UD. Sumber Jaya Surabaya.