

ABSTRAK

Di zaman era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia usaha termasuk persaingan antara Depot Bakso yang satu dengan yang lainnya. Mengingat semakin banyaknya Depot Bakso yang ada di Surabaya. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi khusus yang tepat untuk memenangkan persaingan dengan memperhatikan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih Depot Bakso Surya Surabaya. Sukses atau tidaknya suatu penjualan dikarenakan faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih Depot Bakso Surya Surabaya harus memiliki strategi yang khusus untuk mengambil keputusan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah ”untuk mengetahui apakah variabel produk, harga, lokasi dan pelayanan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih depot Bakso Surya Surabaya”.

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah teknik analisa regresi linier berganda dengan uji T dan uji F dengan jumlah responden 100 orang. Melalui hasil pengujian regresi linier berganda untuk uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama – sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih dengan nilai $F_{hitung} 33,116 > F_{tabel} 2,4675$. Dalam hubungan ini, dihasilkan koefisien determinasi (R^2) yang menggambarkan variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih depot bakso surya sidoyoso Surabaya sebesar 58,2% dan sedangkan sisanya 41,8% disebabkan faktor lain. Sedangkan pengujian srcara parsial (uji T) menunjukkan variable produk (X_1), dengan $T_{hitung} 3,652 > T_{tabel} 1,985$ dapat disimpulkan bahwa variabel produk (X_1) kurang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y). Sedangkan variabel harga (X_2) dengan nilai $T_{hitung} 5,460 > T_{tabel} 1,985$ dapat disimpulakn bahwa variabel harga (X_2) berpangaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y). Sedangkan variable lokasi (X_3) dengan nilai $T_{hitung} 2,573 > T_{tabel} 1,985$ dapat disimpulkan bahwa variabel lokasi (X_3) kurang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y). Kemudian variabel pelayanan (X_4) dengan nilai $T_{hitung} 4,135 > T_{tabel} 1,985$ kurang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih (Y).

Dari hasil uji hipotesis diatas menunjukkan bahwa ke empat variabel diatas berpengaruh secara bersama sama terhadap keputusan konsumen dalam memilih terbukti. Sedangkan untuk hipotesis ke dua juga terbukti bahwa variable harga (X_2) yang lebih dominan berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih dengan nilai T_{hitung} sebesar 5,460.