

## ABSTRAK

Dalam memilih sarana hiburan, masyarakat dapat memilih musik dan film. Namun kesibukan dari aktivitas sehari-hari menyebabkan tidak semua orang dapat menikmati secara langsung di layar lebar atau konser musik, sehingga dibutuhkan sarana hiburan yang dapat dinikmati secara individu sesuai dengan waktu dan tempat yang diinginkan. Kondisi semacam ini merupakan peluang yang menarik perhatian banyak pengusaha untuk membuka usaha toko CD dan VCD. UD "X" sebagai toko CD dan VCD yang menjual secara eceran dan partai dengan harga grosir ini juga ikut terbawa dalam arus persaingan yang ketat dalam usahanya untuk meningkatkan omset penjualan. UD "X" dapat mengetahui secara obyektif kepuasan yang dirasakan konsumen sehingga dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam menjalankan usahanya untuk dapat meningkatkan kualitas produk, ragam produk yang selalu baru, pelayanan, fasilitas dan harga pada toko tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, ragam produk, lokasi, pelayanan dan fasilitas terhadap keputusan konsumen dalam membeli CD/VCD.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *sample random sampling* dengan jumlah penyebaran responden 130 orang. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji F untuk mengetahui pengaruh secara serentak terhadap variabel terikat. Uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Tingkat signifikansi 0,05.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh nilai F hitung  $59,09 > F$  tabel 2,177 artinya ada pengaruh secara serempak dari variabel harga, kualitas produk, ragam produk, fasilitas, lokasi dan pelayanan terhadap variabel terikat yaitu pengambilan keputusan konsumen dalam membeli CD/VCD. Hasil analisis juga terbukti diperoleh nilai "uji t" sebesar 75,35%. Hal ini membuktikan ada pengaruh secara parsial dari faktor kualitas yang dominan mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih CD/VCD di UD "X".