

## ABSTRAK

Di dalam penelitian ini akan dibahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam memilih Bengkel "X" di Surabaya, yang antara lain meliputi faktor Pelayanan, Lokasi, Harga. Selain itu penelitian ini juga berguna untuk mengetahui faktor mana yang paling dominan untuk mempengaruhi Keputusan Konsumen.

Landasan teori yang digunakan untuk menunjang penelitian ini adalah meliputi teori tentang Pemasaran jasa, Variabel-variabel marketing mix, yang antara lain meliputi pelayanan, harga, lokasi dan teori tentang Prilaku Konsumen. Hipotesis yang digunakan adalah diduga Pelayanan, Harga, Lokasi berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen.

Jumlah Responden yang terkumpul adalah 48 orang. Penelitian ini menggunakan analisis Regresi linear berganda, dimana variabel tergantungnya adalah Keputusan Konsumen dan variabel bebasnya adalah Pelayanan, Harga, dan Lokasi. Hipotesis diuji dengan menggunakan uji F untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung secara simultan dan uji t digunakan untuk mengukur masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel tergantung secara parsial.

Hasil perhitungan dengan menggunakan uji F test sebesar 74,793 lebih besar dari pada F tabel sebesar 2,824. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh secara simultan dari variabel Pelayanan, Harga, Lokasi terhadap Keputusan Konsumen

Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) sebesar 83,6 % dari data yang ada menunjukkan bahwa ketiga Variabel bebas yaitu Pelayanan, Harga, Lokasi mampu menjelaskan Variabel terikat yaitu Keputusan Konsumen, sedangkan sisanya 16,4 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hubungan antara Variabel bebas secara keseluruhan dengan Variabel terikat adalah kuat. Ini berarti hipotesis penelitian pertama terbukti.

Hasil perhitungan t test untuk variabel Pelayanan ( $X_1$ ) sebesar 2,446, variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 2,363 dan variabel Lokasi ( $X_3$ ) sebesar 2,408. Sehingga dengan demikian maka variabel yang paling dominan mempengaruhi Keputusan Konsumen adalah variabel Pelayanan.