

## ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti pada saat ini, dimana persaingan dalam dunia usaha, termasuk didalamnya persaingan antara depot yang satu dengan yang lainnya mengingat semakin banyaknya depot yang ada di Surabaya, maka diperlukan strategi khusus yang tepat untuk memenangkan persaingan dengan berorientasi pada konsumen dengan memperhatikan perilaku konsumen yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam memilih produk yang dihasilkan depot, dimana sukses atau gagalnya suatu penjualan disebabkan faktor - faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih. Oleh karena itu Depot Madiun memiliki strategi khusus dalam meningkatkan penjualan sehingga dapat memperoleh laba yang maksimal. Untuk menentukan strategi yang dipergunakan perlu diketahui faktor – faktor apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih makan di Depot Madiun.

Penelitian ini menggunakan teknik analisa regresi linier berganda dengan uji F dan uji t dan jumlah responden 100 orang

Melalui hasil pengujian regresi berganda untuk uji simultan (uji F), dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yaitu produk, harga, pelayanan, lokasi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih makan di Depot Madiun, yaitu dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 74,6088 dan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,465. Dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menggambarkan bahwa variabel tidak bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memilih makan sebesar 75,85%. Sedangkan sisanya sebesar 24,15% adalah karena faktor lain.

Pengujian parsial dengan menggunakan uji T (T test) pada Depot Madiun menghasilkan  $T_{tabel}$  sebesar 1,9853 sedangkan nilai  $T_{hitung}$  untuk variabel produk ( $X_1$ ) sebesar 8,2548 sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor produk juga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan variabel harga ( $X_2$ ) sebesar 2,7349 menunjukkan bahwa faktor harga juga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan variabel pelayanan ( $X_3$ ) sebesar 4,2058 menunjukkan bahwa faktor pelayanan juga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan variabel lokasi ( $X_4$ ) sebesar 2,9027 menunjukkan bahwa faktor lokasi juga mempengaruhi keputusan pembelian.

Melalui hasil uji hipotesis T ini menunjukkan bahwa faktor yang dominan dalam mempengaruhi terhadap keputusan konsumen dalam memilih makan di Depot Madiun adalah variabel produk dengan nilai  $T_{hitung}$  terbesar yaitu 8,2548.