ABSTRAK

Semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang ada dipasar saat ini menimbulkan persaingan yang ketat dalam merebut pangsa pasar, sehingga membuat perusahaan harus berorientasi pada konsumen dengan memperhatikan perilaku konsumen terutama pada faktor – faktor yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian, karena perilaku konsumen merupakan kunci perusahaan untuk merencanakan, mengelola dan menilai pemasaran dalam lingkungan perusahaan. Tujuan penulisan skripsi iniuntuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian kue "Pia" pada agen kue Kim Ling di Babatan Pantai Utara Surabaya.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dengan uji F dan uji T dan jumlah responden 105 orang.

Berdasarkan penelitian menunjukkan adanya pengaruh secara simultan faktor kualitas, harga, pelayanan, dan lokasi terhadap keputusan pembelian kue "Pia" pada agen kue Kim Ling, terbukti dengan F hitung (199,2648) > F tabel (2,46), maka Ho ditolak dan Hi diterima.

Variabel Kualitas (X_1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung (6,0089) > t tabel (1,9840), maka Ho ditolak dan Hi diterima.Variabel Harga (X_2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung (4,9853) > t tabel (1,9840), maka Ho ditolak dan Hi diterima. Variabel Pelayanan (X_3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung (2,4587) > t tabel (1,9840), maka Ho ditolak dan Hi diterima. Variabel Lokasi (X_4) :berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung (3,2442) > t tabel (1,9840), maka Ho ditolak dan Hi diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan hipotesis yang ada yaitu variabel Kualitas (X_1) adalah variabel yang paling dominan terhadap keputusan membeli (Y).