

ABSTRAK

Persaingan bisnis otomotif yang kian marak mendorong agar para variasi mobil lebih memahami perilaku konsumennya, terutama berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen. Ada 4 faktor utama yang menjadi kajian dalam penelitian ini yang dianggap sangat erat hubungannya dengan keputusan konsumen. Maka dengan ini penulis mengambil tempat survey di variasi mobil Budi Manyar yang bertempat tinggal di Jln. Manyar Kertoadi VI/6. Dari permasalahan diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : Faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih variasi mobil Budi Manyar di Surabaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah peranan pelayanan, harga, lokasi, produk mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih variasi mobil Budi Manyar.

Adapun variabel yang diteliti adalah variabel bebas (X) yaitu : pelayanan, harga, lokasi, produk dan variabel terikat (Y) yaitu keputusan konsumen. Untuk itu digunakan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu uji F dan uji t. dari keempat variabel bebas tersebut, pelayanan mempunyai pengaruh yang paling dominan.

Dari perhitungan regresi dihasilkan : $Y = 0,023 + 0,233X_1 + 0,288X_2 + 0,177X_3 + 0,289X_4$. Dari perhitungan korelasi dihasilkan $R = 0,941$ yang menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4) terhadap keputusan konsumen (Y).

Dengan menggunakan analisa uji t dapat disimpulkan bahwa pelayanan (X_1), ada pengaruh positif terhadap keputusan konsumen (Y) dengan nilai t hitung $4,347 > t$ tabel $1,9867$. Variabel harga (X_2) berpengaruh secara positif terhadap keputusan konsumen (Y) dengan nilai t hitung $3,309 > t$ tabel $1,9867$. Variabel lokasi (X_3) berpengaruh secara positif terhadap keputusan konsumen (Y) dengan nilai t hitung $2,190 > t$ tabel $1,9867$. Variabel produk (X_4) berpengaruh secara positif terhadap keputusan konsumen (Y) dengan nilai t hitung $3,115 > t$ tabel $1,9867$.

Dengan menggunakan analisis uji F dapat disimpulkan bahwa pelayanan (X_1), harga (X_2), lokasi (X_3), produk (X_4) secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen (Y). Hal ini dinyatakan dengan F hitung $(172,411) > F$ tabel $(2,47)$.

Ini berarti masing-masing H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini membuktikan bahwa hipotesis yang diajukan penulis benar.