

ABSTRAK

Perkembangan teknologi seluler saat ini telah mengubah gaya hidup manusia. Yang semula merupakan barang mewah telah berubah menjadi perangkat komunikasi sekaligus kebutuhan pribadi masyarakat modern. Terutama berhubungan dengan faktor yang menentukan keputusan konsumen. Ada empat faktor yang menjadi kajian dalam penelitian ini yang di anggap erat hubungannya dengan keputusan konsumen dalam memilih produk *flexi*. Dari permasalahan diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut : Apakah factor produk, harga, saluran distribusi, promosi mempengaruhi keputusan konsumen memilih produk *flexi* di Surabaya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana peranan produk, harga, saluran distribusi, promosi dapat mempengaruhi keputusan konsumen memilih produk *flexi* di Surabaya.

Adapun variabel yang di teliti adalah variabel bebas yaitu produk (X1), harga (X2), saluran distribusi (X3), promosi (X4) dan variabel terikat yaitu keputusan konsumen (Y). Untuk itu digunakan pengujian hipotesis kerja dengan menggunakan analisis linier berganda yaitu uji F dan uji T.

Dari perhitungan regresi dihasilkan : $Y = 1,430 + 0,06549X_1 + 0,226X_2 + 0,267X_3 - 0,00609X_4$. Dari perhitungan korelasi dihasilkan $R = 0,596$ yang menunjukkan terdapat hubungan yang positif dan kuat antara variabel bebas (X1, X2, X3, X4) terhadap keputusan konsumen (Y).

Dengan menggunakan analisis uji F dapat disimpulkan bahwa produk (X1), harga (X2), Saluran distribusi (X3) promosi (X4) secara bersama – sama mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan konsumen (Y). Hal ini dinyatakan dengan $F_{hitung} (13,087) > F_{tabel} (2,68)$.

Dengan menggunakan analisis uji T dapat di simpulkan bahwa variabel produk (X1) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 1,063 < T_{tabel} = 1,960$. Variabel harga (X2) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = 2,900 > T_{tabel} = 1,960$. Variabel Saluran distribusi (X3) berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} 3,490 > T_{tabel} = 1,960$. Variabel promosi (X4) berpengaruh negatif terhadap keputusan konsumen dengan nilai $T_{hitung} = - 0,075 < T_{tabel} = 1,960$.

Dari ke empat variabel tersebut saluran distribusi merupakan variabel yang dominandalam mempengaruhi keputusan konsumen memilih produk *flexi*.