ABSTRAK

UD. Jaya Raya adalah sebuah usaha dagang yang bergerak di bidang penjualan peralatan listrik beserta segala macam kebutuhan. Perusahaan ini berlokasi di jalan Baliwerti no.96 Surabaya. Dalam penelitian ini perusahaan menggunakan faktor harga, pelayanan, kualitas barang/produk, dan lokasi sebagai faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli peralatan listrik sesuai kebutuhannya di UD. Jaya Raya.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data perusahaan yang ada dengan menggunakan analisa uji F menunjukkan bahwa variabel harga (X_1), variabel pelayanan (X_2), variabel kualitas barang/produk (X_3), dan lokasi (X_4) secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan membeli (Y) di UD. Jaya Raya, dimana nilai F Hitung (46,234) yang diperoleh lebih besar dari nilai F Tabel (2,711). Sedangkan koefisien determinasi yang dihasilkan menunjukkan bahwa variabel harga, pelayanan, kualitas barang/produk, dan lokasi secara bersama-sama mampu menjelaskan variabel keputusan membeli sebesar 68,5%, dimana sisanya sebesar 31,5 % dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini berarti bahwa hubungan antara variabel bebas dengan variabel tidak bebas tersebut cukup kuat.

Pada analisa uji T menghasilkan kesimpulan bahwa secara parsial variabel harga (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan membeli dengan nilai T hitung (4,709), pelayanan (X_2) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan membeli dengan nilai T hitung (4,378), kualitas barang/produk (X_3) berpengaruh secara nyata terhadap keputusan mambeli dengan nilai T hitung (2,440) sedangkan lokasi (X_4) berpengaruh secara nyata terhadap variabel keputusan membeli dengan nilai T hitung (2,457) jika dibandingkan dengan nilai T tabel sebesar 1,988. Hal ini menunjukkan bahwa keempat variabel tidak bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel bebas.

Berdasarkan hasil analisa uji T diatas, maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X_1) merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap variabel keputusan membeli (Y), jika dibandingkan dengan variabel pelayanan, kualitas barang/produk dan lokasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa variabel pelayanan, lokasi dan hadiah memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan membeli, sehingga disarankan kepada pimpinan UD "X" untuk lebih mengoptimalkan faktor-faktor tersebut dengan melakukan berbagai terobosan agar dapat menarik konsumen lebih banyak lagi, dimana pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan pendapatan perusahaan.