

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan lima variabel (X) yaitu Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Kualitas (X_4) dan Pelayanan (X_5) serta variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian Pizza In_nI di Surabaya dengan populasi yaitu semua konsumen yang pernah membeli produk Pizza In_nI di Surabaya, dengan sampel konsumen yang datang dan membeli produk Pizza In_nI di Surabaya pada tahun 2014 sebanyak 100 responden. Pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi Berganda (R^2), Uji F dan Uji t.

Dari hasil pengolahan data disimpulkan bahwa validitas dan reliabilitas data telah terpenuhi. Dari Analisa Regresi Linear Berganda, didapatkan permodelan yaitu : $Y = 2,490 + 0,116 X_1 + 0,173 X_2 + 0,343 X_3 + 0,062 X_4 + 0,018 X_5$. (R) yang didapatkan yaitu 0,431. (R^2) didapatkan hasil yaitu 18,6 %. Dari Uji F didapatkan hasil yaitu: $F_{hitung} 4,291 > F_{tabel} 2,311$ sehingga dapat dikatakan bahwa variabel Produk (X_1), Harga (X_2), Promosi (X_3), Kualitas (X_4) dan Pelayanan (X_5) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Pizza In_nI Ngagel di Surabaya. Dari hasil Uji t didapatkan hasil variabel Produk (X_1) dengan t_{hitung} sebesar $1,124 < t_{tabel}$ sebesar 1,986, Harga (X_2) t_{hitung} $1,173 < t_{tabel}$ 1,986, Promosi (X_3) t_{hitung} $3,914 > t_{tabel}$ 1,986, Kualitas (X_4) t_{hitung} $0,594 < t_{tabel}$ 1,986, dan Pelayanan (X_5) t_{hitung} $0,198 < t_{tabel}$ 1,986. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi berpengaruh secara parsial, sedangkan variabel Produk, Harga, Kualitas dan Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Pizza In_nI Ngagel di Surabaya. Variabel yang berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Pizza In_nI Ngagel di Surabaya adalah Promosi dengan nilai beta terbesar yaitu 0,401.

Kata kunci : Produk, Harga, Promosi, Kualitas, Pelayanan dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study uses five variables (X), namely Product (X_1), Price (X_2), Promotion (X_3), Quality (X_4) and Services (X_5) and variable (Y) is buying decision Pizza In_nI in Surabaya with a population that is all consumers ever buy products Pizza In_nI in Surabaya, with a sample of consumers who come and buy products Pizza In_nI in Surabaya in 2014 of 100 respondents. Measurement data used in this study are Validity, Reliability Test, Multiple Linear Regression Analysis, Multiple Coefficient of Determination (R^2) F test and t test. From the data processing is concluded that the validity and reliability of the data has been fulfilled. Analysis of Multiple Linear Regression, modeling obtained as follows: $Y = 2.490 + 0.116 X_1 + 0.173 X_2 + 0.062 X_3 + 0.343 X_4 + 0.018 X_5$. (R) obtained is 0.431. (R^2) is obtained, namely 18.6%. From the F test results obtained are: $F_{hitung} 4.291 > 2.311 F_{tabel}$ so that it can be said that the variable Product (X_1), Price (X_2), Promotion (X_3), Quality (X_4) and Services (X_5) simultaneously affect the buying decision Pizza In_nI Ngagel in Surabaya. From t test results showed variable Products (X_1) with t arithmetic of $1,124 < t_{table}$ at 1.986, Price (X_2), t arithmetic $1.173 < t_{table}$ 1.986, Promotion (X_3) t arithmetic $3,914 > 1,986$ t table, Quality (X_4) t arithmetic $0.594 < t$ table 1.986, and Services (X_5) t arithmetic $0.198 < 1.986$ t table. From these results it can be concluded that the variables Promotion partial effect, while variable Product, Price, Quality and Service are not partial effect on Purchasing Decisions Pizza In_nI Ngagel in Surabaya. Variables the dominant influence on purchase decision Pizza In_nI Ngagel in Surabaya is a promotion with the largest beta value is 0.401.

Keywords: Product, Price, Promotion, Quality, Service and Purchase Decision