

ABSTRAK

Untuk membuat konsumen setia pada sebuah merek dan untuk mempertahankan mereka, sangat penting untuk memahami faktor-faktor utama yang mempengaruhi loyalitas di antara mereka. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh simultan, parsial, dan dominan dari kualitas produk, harga, promosi, distribusi, dan merek terhadap keputusan pembelian sandal Ando.

Penelitian ini menggunakan lima variabel (X) yaitu Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Distribusi (X4), dan Merek (X5) dengan variabel (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Dengan populasi yaitu konsumen sandal Ando di Surabaya dan diambil sampel sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Pengukuran data yang digunakan adalah dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi Berganda (R^2), Uji F (Uji Secara Serentak), Uji Hipotesis Parsial (t) dengan bantuan program SPSS.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Uji Validitas adalah valid, Uji Reliabilitas adalah reliable. Dari Analisis Regresi Linier Berganda didapatkan permodelan yaitu $Y = 1,011 + 0,191 X_1 - 0,395 X_2 + 0,460 X_3 + 0,242 X_4 + 0,205 X_5$. Dari Koefisien Determinasi Berganda (R^2) didapatkan hasil sebesar 35,4%. Dari hasil Uji F (Uji Secara Serentak) disimpulkan bahwa kelima variabel independen mempunyai pengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian sandal Ando di Surabaya. Dari hasil Uji T (Uji Hipotesis Parsial) disimpulkan variabel promosi memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan dengan variabel lainnya.

Kata Kunci : Kualitas produk, harga, promosi, distribusi, merek, keputusan pembelian, sandal Ando.

ABSTRACT

To make consumers loyal to a brand and to retain them, is very important to understand the key factors that influence loyalty among them. Therefore, this study was conducted to determine the effect of simultaneous, partial, and the dominant of the quality of the product, price, promotion, distribution, and brand to the purchasing decision Ando sandals.

This study uses five variables (X), namely Quality Products (X1), Price (X2), promotion (X3), Distribution (X4), and Brand (X5) with variable (Y) is buying decision. With a consumer population that Ando sandals in Surabaya and taken a sample of 100 respondents. Data was collected using a questionnaire. Measurement data used is the Validity, Reliability Test, Regression Analysis, Multiple coefficient of determination (R^2), F Test (Test In Unison), Hypothesis Testing Partial (t) with SPSS.

Based on the research that has been done, it can be concluded that the validity of the test is valid, Reliability Test is reliable. Analysis of Multiple Linear Regression modeling obtained is $Y = 1,011 + 0,191 X_1 - 0,395 X_2 + 0,460 X_3 + 0,242 X_4 + 0,205 X_5$. Coefficient of Multiple Determination (R^2) is obtained at 35,4%. F Test (Simultaneous Test) showed that five independent variables have a simultaneous and significant influence on purchasing decisions Ando sandals in Surabaya. Results of the T Test (Hypothesis Partial Test) showed Promotions variable had the most dominant effect compared to other variables.

Keywords: Quality of product, price, promotion, distribution, brand, purchasing decisions, slippers Ando.