ABSTRAK

Pada masa sekarang ini, tingkat pesaingan bisnis khususnya dibidang pemasaran semakin ketat, sehingga berhasil tidaknya suatu perusahaan dapat ditentukan dari sistem pemasarannya. Begitu pula yang di alami oleh Pasar Soponyono Rungkut Surabaya. Sehingga seberapa besar pengaruh Harga (X_1), variabel Lokasi (X_2), dan variabel Fasilitas (X_3), terhadap keputusan konsumen (Y) dalam berbelanja di pasar Soponyono rungkut Surabaya. Untuk itu penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden konsumen pasar Soponyono Rungkut Surabaya. Yang kemudian diolah dengan teori- teori dan metode pengujian yang relevan yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Harga (X_1), variabel Lokasi (X_2), dan variabel Fasilitas (X_3), terhadap keputusan konsumen (Y) dalam berbelanja di pasar Soponyono rungkut Surabaya, yang diteliti untuk membuktikan apakah ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam berbelanja (Y).dalam penelitian ini digunakan uji Reliabilitas, uji Validitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi berganda, analisis standardized coefficient beta dan uji hipotesis yang menggunakan hasil olahan dari progam SPSS versi 11.5. persamaan dari koefisien regresi linier berganda adalah sebagai berikut:
$Y = 0.378 + 0.182\ X_1 + 0.498\ X_2 + 0.258\ X_3$. nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0.607 atau 60.7 % sedangkan sisanya 0.303 atau 30.3%, untuk hasil perhitungan dengan menggunakan uji simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa variabel bebas secara bersama- sama mempengaruhi keputusan konsumen dengan nilai $\mathbf{F}_{\text{hitung}}$ sebesar 18.669 dan $\mathbf{F}_{\text{tabel}}$ sebesar 3.2269.. dalam hubungan secara simultan ini dihasilkan koeffisien determinasi (R2) yang menggambarkan bahwa keempat variabel yaitu Harga (X_1), variabel Lokasi (X_2), dan variabel Fasilitas (X_3). Menunjukkan adanya pengaruh terhadap keputusan konsumen (Y). Sedangkan hasil pengujian uji T tersebut untuk variabel Harga (X_1) sebesar 1.617, Lokasi (X_2) sebesar 5.619, Fasilitas(X_3) sebesar 2.562 Dengan demikian, maka variabel yang dominan mempengaruhi keputusan adalah variabel Lokasi (X_2). Sedangkan hasil penilaian responden terhadap masing-masing variabel kualitas produk, harga, pelayanan, dan lokasi adalah baik.