

ABSTRAK

Dalam strategi pemasaran, bauran pemasaran terdiri dari: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Penelitian ini membatasi dari segi produk (kualitasnya) dan dari segi harga, serta menambahkan satu variabel lagi yaitu pelayanan. Yang diharapkan dapat membantu pengusaha untuk memperbaiki strategi/kebijakan pemasarannya sehingga dapat bertahan hidup. Berdasarkan hal tersebut di atas, maka permasalahan yang akan dibahas sebagai akibat dari banyaknya persaingan, dan makin berkurangnya stan-stan penjualan *Cometz pearl shakes* di Surabaya. Maka peneliti ingin meneliti : Pertama, apakah kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya? Kedua, manakah dari ketiga variabel di atas yang dominan terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya?

Landasan teori yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu teori kualitas produk, harga, pelayanan, perilaku konsumen. Hipotesis yang dipakai adalah diduga kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya dan diduga harga dominan dibanding kualitas produk dan pelayanan terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu kualitas produk, harga dan pelayanan. Serta variabel terikat yaitu perilaku konsumen. Peneliti memperoleh sumber data yang digolongkan menjadi: data primer yaitu data dari hasil kuesioner (yang dibagikan kepada 200 responden/konsumen) *Cometz pearl shakes* serta hasil wawancara peneliti dengan pimpinan perusahaan dan data sekunder yaitu data dari studi kepustakaan. Dalam mengolah data peneliti melakukan pendekatan yaitu melalui analisis regresi linier berganda. Dengan rumusan sebagai berikut:

$$\text{Perilaku konsumen} = 0,872 + 0,255 \text{ kualitas produk} + 0,297 \text{ harga} + 0,213 \text{ pelayanan}$$

Dari perhitungan SPSS (*Statistical Program For Social Science*) hasil penelitian menunjukkan: Pertama, kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya ($F_{hitung} 84,754 > F_{tabel} 2,651$). Kedua, harga dominan dibandingkan kualitas produk dan pelayanan terhadap perilaku konsumen *Cometz pearl shakes* di Surabaya (r parsial harga 0,595 $>$ r parsial kualitas produk 0,456; r parsial pelayanan 0,418).