

## ABSTRAK

CV. Adinugraha Cipta Indonesia Gotosovie merupakan perusahaan yang memproduksi tas wanita yang dijual secara online maupun offline. Strategi produksi yang dilakukan oleh perusahaan saat ini adalah membuat tiga produk baru dalam periode satu bulan. Namun, perusahaan merasa bahwa upaya tersebut belum memberikan hasil maksimal melainkan menunjukkan terjadi penurunan penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan indentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk tas Gotosovie.

Data penelitian menggunakan data primer. Penelitian ini menggunakan 88 responden sebagai sampel penelitian yang diambil dengan menggunakan teknik simple random sampling. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, pengujian signifikan simultan dan pengujian signifikan parsial. Pengerjaan metode analisis data menggunakan bantuan SPSS Versi 16 untuk mengetahui signifikansi faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Selanjutnya menentukan alternatif strategi pengembangan produk dengan memperhatikan aspek-aspek terkait dengan wawancara.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linier berganda adalah  $Y = 2,514 + 0,301X_1 + 0,327X_2 + 0,305X_3 + 0,607X_4 + 0,014X_5 + 0,018X_6 + 0,006X_7$  artinya bahwa kualitas produk ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh terbesar terhadap keputusan pembelian. Dari hasil regresi linier berganda dapat diketahui bahwa analisis koefisien determinasi pada  $R^2$  bernilai 0,650 yang artinya bahwa faktor bebas secara bersama-sama mempengaruhi sebesar 65% terhadap faktor terikat. Hasil uji simultan menunjukkan bahwa  $F_{hitung}$  sebesar 21,254 >  $F_{tabel}$  sebesar 2,10 dapat dikatakan bahwa faktor independent berpengaruh nyata secara bersama-sama (simultan) terhadap faktor dependent. Sedangkan secara parsial faktor desain ( $X_1$ ), harga ( $X_2$ ), merek ( $X_3$ ), kualitas produk ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tas merek Gotosovie dibandingkan dengan faktor promosi ( $X_5$ ), pelayanan ( $X_6$ ), dan lokasi ( $X_7$ ). Selanjutnya mengimplementasikan hasil persamaan regresi linier berganda dengan hasil wawancara terhadap karyawan perusahaan yang menghasilkan bahwa kualitas produk merupakan prioritas faktor yang harus diperhatikan dalam pengembangan produk.

**Kata kunci:** tas wanita, regresi linier berganda, analisis faktor, keputusan pembelian,

**Gotosovie**

## **ABSTRACT**

*CV. Adinugraha Cipta Indonesia Gotosovie is a company that manufactures handbags being online shop as well as offline. The strategy of production undertaken by the company is currently making three new products within a period of one month. However, the company feels that these efforts have yet to yield a maximum but rather showed the decline in sales. This research aims to do identify the factors that affect the purchasing decision Gotosovie bag products.*

*Research data using primary data. This research used the 88 respondents as research samples taken using the technique of simple random sampling. Methods of analysis used was multiple linear regression, simultaneous and significant testing significant partial testing. The working method of data analysis using SPSS Version 16 assistance to find out the significance of factors influencing purchasing decisions. Next specify the alternative strategy of product development with attention to aspects related to the interview.*

*Research results based on multiple regression analysis are  $2.514 Y = 0,301X1 + 0,327X2 + 0,305X3 + 0,607X4 + 0,014X5 + 0,018X6 + 0,006X7$  it means that the quality of the product (X4) has the greatest influence against the purchasing decision. Multiple linear regression results can be noted that the analysis of the coefficient of determination R<sup>2</sup> on bernilai 0.650 which means that non factors simultaneously affect of 65% against the factors bound. Test results indicate that simultaneous Fhitung of Ftabel > 21.254 of 2.10 that means independent fscor have stimulant affect with dependent factor. While partially design (X1), price (X2), brand (X3), the quality of the product (X4) has a positive and significant influence towards the purchase decision compared with Gotosovie's bags with promotion (X5), service (X6), and location (X7). Further implement a regression multiple results with the results of the interview against the employees of the company who produce that product quality is the priority factors that must be considered in the development of the product.*

**Keyword:** *women's bag, multiple linear regression, factor analyze, purchasing decision,*

*Gotosovie*