

ABSTRAK

Di era globalisasi saat persaingan penjualan baju bermerek sudah tidak asing lagi, perusahaan-perusahaan lokal berlomba-lomba memproduksi barang-barang yang selalu up to date, nyaman dan tetap memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumennya. Perusahaan lokal bersaing dengan merek-merek luar yang dijual bebas dengan harga yang cukup ekonomis bagi semua kalangan. Dengan adanya penelitian ini penulis ingin mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan meningkatnya minat pembeli pada baju second impor Di Surabaya.

Minat para pekerja muda dan para mahasiswa yang meningkat membuat para peneliti ingin meneliti dari faktor Harga, Selera, Merek dan *Reference Group* dari sekian faktor yang menjadi paling dominan atas keputusan pembelian baju second impor. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu, penelitian yang menitikberatkan pada pengujian hipotesa dengan alat analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat di generalisasikan. Sample pada penelitian ini adalah konsumen pengunjung Rolag Café. Sampel responden dalam penelitian menggunakan metode sampling. Sedangkan metode pengambilan sample penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling Method*. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan software SPSS 16.0.

Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan pada BAB II menyatakan bahwa merek berpengaruh secara parsial dari sekian faktor harga, selera dan *reference group* serta hasil dari pengujian hipotesis yang menggunakan Uji T, Uji F, Uji Determinasi dan Uji Dominan dapat disimpulkan bahwa. Dilihat dari uji T (uji parsial) atau sendiri-sendiri dari keempat variabel jika diuji satu persatu maka variabel harga dan *reference group* yang memiliki nilai yang paling tinggi daripada variabel yang lain yaitu 0,082 dan 0,085. Jika dilihat dari uji F maka semua variabel berpengaruh secara bersama-sama atau secara simultan. Uji Determinasi mengatakan bahwa dari keempat variabel yang ada di penelitian ini maka berpengaruh 21% saja dan sisanya 79% sumbangan dari faktor yang lain. Dan jika dilihat dari uji dominan maka variabel selera menjadi yang paling dominan daripada variabel yang lain dan dugaan yang sudah dikemukakan oleh penulis di hipotesis yang menyatakan bahwa harga menjadi variabel yang paling dominan menjadi kurang tepat. Variabel selera berpengaruh 86%.

Keywords: Pengaruh Harga, Selera, Merek dan Reference Group terhadap keputusan pembelian baju second impor Di Surabaya.