ABSTRAK

Skripsi ini berjudul "Pengaruh Faktor Individu, Lingkungan, dan Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pegawai Toko di City of Tomorrow Surabaya Menjadi Donatur Yayasan Yatim Mandiri cabang Surabaya." Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menjawab atas rumusan masalah terkait apakah faktor individu, lingkungan, dan strategi pemasaran jasa berpengaruh baik secara simultan maupun parsial dan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi keputusan pegawai toko di City of Tomorrow Surabaya menjadi donatur Yayasan Yatim Mandiri cabang Surabaya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh faktor individu, lingkungan, dan strategi pemasaran jasa pegawai di City of Tomorrow Surabaya untuk menjadi donatur Yayasan Yatim Mandiri cabang Surabaya.

Jumlah sampel yang diambil sebanyak 38 orang pegawai toko di City of Tomorrow Surabaya yang merupakan donatur Yayasan Yatim Mandiri Cabang Surabaya tahun 2015 dan teknik pengumpulan data yaitu, dengan cara penyebaran angket, observasi, wawancara, dan mengumpulkan literatur-literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda.

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa faktor individu, lingkungan, dan strategi pemasaran jasa secara simultan berpengaruh signifikan dan secara parsial faktor individu dan strategi pemasaran jasa terhadap keputusan pegawai toko di City of Tomorrow Surabaya menjadi donatur Yayasan Yatim Mandiri cabang Surabaya.

Hasil pengujian regresi secara simultan (Uji f) menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (15,600 > 2.88) Sedangkan, pengujian regresi secara parsial (Uji t) faktor individu menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,711 > 2.032) dan strategi pemasaran jasa menunjukkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,883> 2.032). Sedangkan faktor lingkungan menunjukkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,742 < 2.032) dengan signifikansi di atas 0,050 yaitu 0,463. Maka H_a ditolak dan H_o diterima. Variabel bebas yang mempunyai pengaruh paling dominan adalah variabel faktor individu.

Yayasan Yatim Mandiri cabang Surabaya hendaknya lebih memperhatikan strategi pemasaran yang melihat pada pengaruh lingkungan konsumen dan lebih mengembangkan strategi pemasaran jasa sehubungan dengan faktor individu yang lebih berpengaruh dominan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id