

ABSTRAK

Nama : **Ai Fitriani**, NIM : **121401180**, judul skripsi : ***Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*** (Studi di Toko Bajay Jaya Motor Pejagan Kab. Lebak)

Ketika kita berbicara soal bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembeli maka kita harus memperhatikan hal-hal yang sehubungan terjadi di dalam pembelian itu sendiri misalkan ketika kita melihat bahwa beraneka produk sekarang ini masing-masing produk motor menawarkan atribut-atribut yang berbeda diantaranya faktor harga yang relatif kompetitif merek-merek, fitur-fitur, dan desainnya dari motor sendiri yang beragam saat ini semakin canggih dan juga menawarkan kehandalan-kehandalan, misalnya daya tahan, variasi bentuk dan warna yang semakin menarik konsumen.

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu: 1. Apakah terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan Seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah 1. Untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan 2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, penulis menggunakan teknik sampling jenuh yang diambil dari konsumen toko bajay jaya motor.

Dari hasil penelitian yang sudah dilakukan bahwa diketahui $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-4.096 < -2.003$), maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel atribut produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di toko bajay jaya motor. Dari hasil perhitungan tersebut di peroleh $R^2 = 0,224$ atau 22,4% yang berarti bahwa hubungan atribut produk rendah terhadap keputusan pembelian konsumen karena 0,776 atau 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Seperti kondisi bangunan yang sudah tidak baik dan tidak adanya tempat tunggu yang layak untuk konsumen.

Kata Kunci : *Atribut, Produk, Keputusan, Pembelian dan Konsumen*