

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MAMA LEMON DI BANDAR LAMPUNG

Oleh:

Deni Wahyudi
(1111011030)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Lampung

Persaingan membuat perusahaan melakukan strategi guna mencuri perhatian dan menarik minat dari konsumen, mulai dari strategi *marketing* hingga inovasi yang dilakukan agar konsumen membeli. Untuk memikat perhatian dari konsumen, maka perusahaan terlebih dahulu fokus ke dalam produk yang mereka jual. Produk yang dijual haruslah memiliki suatu atribut yang baik dan menarik. Atribut merupakan bagian penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan karena jika kita mengelola atribut dengan baik hal tersebut dapat menarik perhatian dari konsumen yang akhirnya mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Mama Lemon di Bandar Lampung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mama Lemon di Bandar Lampung. Hipotesis penelitian ini adalah diduga terdapat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen Mama Lemon di Bandar Lampung. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* terhadap 100 orang yang membeli dan menggunakan Mama Lemon di Bandarlampung. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Mama Lemon di Bandarlampung sebesar $R^2 = 0.749$ atau 74,9% mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) .

Kata kunci: Atribut Produk, Kualitas, Fitur, Gaya dan desain, Merek, Kemasan, Label, Layanan, Keputusan Pembelian.