

ABSTRACT

Anissa Novianti. 2013. A Study of the Influence of Product Attribute to Decision of Buying Sania Cooking Oil (a study on the housewives who live in Graha Kamal Permai Resident, Kamal), Advisors (I) Dr. Nurita Andriani, Ir, MM., (II) Hadi Purnomo, S.E, MM.

The objectives of this study was (1) to find out whether or not the variables of product attribut such as label, package, and brand, simultaneously influence to purchasing decision of Sania cooking oil (a study on the housewives who live in Graha Kamal Permai Resident, Kamal), (2) to find out whether or not the variables of product attribute such as label, package, and brand, partially influence to purchasing decision of Sania cooking oil (a study on the housewives who live in Graha Kamal Permai Resident, Kamal), (3) to find out which of the variables of the product attribute that has dominant influence to the decision of buying Sania cooking oil (a study on the housewives who live in Graha Kamal Permai Resident, Kamal).

This study applies quantitative methods. The samples are collected by simple random sampling as many as 54 respondents. The data is obtained by using questionnaires, library research, interview, while the Likert scale is applied to measure the respondents' respond. The instrument is tested by using classical assumption, reliability and validity test. The data is analyzed by using multiple regressions with F-test and t-test.

The study shows that the variables of product attribute such as label, package, and brand, has simultaneously and partially affected on decision of buying Sania cooking oil. However, not all of the variables of product attribute partially influence to the decision of buying Sania cooking oil. The variable that has dominant influence to the decision of buying Sania cooking oil is brand.

Keywords: Product Attributes and Purchase Decisions.

ABSTRAK

Anissa Novianti. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Sania (Studi Pada Ibu-Ibu Di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal), dibawah bimbingan Dr. Nurita Andriani, Ir, MM., dan Hadi Purnomo, S.E, MM.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, dan label secara simultan terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sania (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal), (2) untuk mengetahui pengaruh atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, dan label secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sania (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal), (3) untuk mengetahui variabel atribut produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang berusaha untuk mengetahui bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sania (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal). Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan 54 responden. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara, kepustakaan, dan kuesioner dan menggunakan skala likert untuk mengukur jawaban responden. Untuk menguji instrumen menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Sedangkan teknik analisis data yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel, dengan uji F dan uji t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, dan label berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal). Namun, tidak semua variabel atribut produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian minyak goreng Sania (studi pada ibu-ibu di Perumahan Graha Kamal Permai Kecamatan Kamal). Variabel yang berpengaruh dominan adalah variabel merek.

Kata Kunci : Atribut Produk dan Keputusan Pembelian.