

ABSTRACT

Syaiful Anwar. 2014 The Effects Quality of Product, Brand and Packaging toward Oli Purchasing Decisions Enduro (study at Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura). Dr. Ir. Nurita Andriani, MM. and Suyono, SE. MSM. as the advisor.

The quality of products, brands, and packaging are the important factor in product attributes to influence the consumers in making decision. The decrease of quality of product, poor branding, packaging and others are not in accordance with the content common in products that have been marketed for many companies who do not pay attention to product attributes.

This study aims to determine the quality of the products, brands, and packaging influence simultaneously and partially on Oli Enduro purchases decisions made by the Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura. Then, to determine which variables are dominant influence on purchase decisions by Oli Enduro at Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura.

The research is used quantitative methodes with the aims of testing the hypothesis that has been set . The sample in this study is the Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura who do the purchasing of Oli Enduro total 40 respondents. The sample method that is used was purposive sampling. To test the instrument using validity and reliability, while the data analysis techniques to test the hypothesis using multiple linear regression.

The results of this study indicates that the quality of the products, brands, and packaging significantly influence purchasing decisions by Oli Enduro at Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura. Partially, quality products have a significant effect on purchasing decisions, brand significantly influences the purchasing decision and the packaging does not influence the purchasing decision. While the dominant variable on purchasing decisions by Oli Enduro at Faculty of Economics and Business Students, University of Trunojoyo Madura is the quality of the product.

Keywords : quality of product, brand, packaging, and purchasing decisions

ABSTRAK

Syaiful Anwar. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Merek, dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Oli Enduro (studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura), dibawah bimbingan Dr. Ir. Nurita Andriani, MM. dan Suyono, SE. MSM.

Kualitas produk, merek, dan kemasan merupakan faktor penting dalam atribut produk untuk mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Penurunan kualitas produk, pencitraan merek yang buruk, dan banyaknya kemasan yang tidak sesuai dengan isi sering terjadi pada produk yang telah dipasarkan karena banyaknya perusahaan yang tidak memperhatikan atribut produk.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas produk, merek, dan kemasan berpengaruh secara simultan dan secara parsial terhadap keputusan pembelian Oli Enduro yang dilakukan oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Kemudian untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Oli Enduro oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura yang melakukan pembelian Oli Enduro yang berjumlah 40 responden. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Untuk pengujian instrumen menggunakan uji validitas dan reliabilitas, sedangkan teknik analisis data untuk menguji hipotesis menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, merek, dan kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Oli Enduro oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kemasan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian Oli Enduro oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo adalah kualitas produk.

Kata kunci : kualitas produk, merek, kemasan, dan keputusan pembelian