

Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian di R.M Cak Dono

Rizky wahyudha R
Dr. Mohammad Arief, SE.,MM.
Yustina Chrismardani S.si MM.

ABSTRAK

Atribut Produk merupakan salah satu hal penting dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen. Atribut produk tersebut meliputi mutu produk, fitur produk, desain produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel mana dari atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian di R.M Cak Dono.

Studi ini dilakukan pada pembeli R.M Cak Dono dengan Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 75 responden. Untuk menguji hubungan antara atribut produk yang meliputi mutu produk, fitur produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian di R.M Cak Dono menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan Statistical Package for the Social Science (SPSS) Windows versi 16.

Hasil pada studi ini adalah: Atribut produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Cak Dono. Berdasarkan uji t, secara parsial atribut produk yang terdiri dari mutu produk (X_1), fitur produk (X_2), dan desain produk (X_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Cak Dono dan mutu produk (X_1) memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Cak Dono dari pada fitur produk (X_2), dan desain produk (X_3).

Kata kunci : Atribut Produk (Mutu Produk, Fitur Produk, Desain Produk), Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Product Attributes is one of many important things in consumers' purchasing decision. Product attributes include product quality, feature, and design. The purpose of this study is to determine which product attributes and variables that has dominant influence in purchasing decision of Cak Dono Restaurant.

The study is conducted on consumers' of Cak Dono Restaurant with the total samples are 75 respondents. For the relationship testing among product attributes, which include product quality, features and design on purchasing decision in Cak Dono restaurant, the researcher applies the analysis of Multiple Linear Aggressions combined with Statistical Package for the Social Science (SPSS) Windows versi 16.

The result of study shows that product attributes influences the purchasing decision in Cak Dono restaurant. Based on t test, the product quality which consist of product quality (X_1), features (X_2), and design (X_3) partially influences the purchasing decision in Cak Dono Restaurant. At the end, product quality (X_1) has greater influence than feature (X_2) and design (X_3) on purchasing decision in Cak Dono Restaurant.

Keywords: Product Attributes (product quality, feature and design), Purchasing Decisions.