

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK ASUS PADA OUTLET
INDOLAGA PONSEL DI KECAMATAN BANYUWANGI**
(Studi Kasus Pada Outlet Indolaga Ponsel Di Kecamatan Banyuwangi)

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Asus Pada Outlet Indolaga Ponsel Di Kecamatan Banyuwangi”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga (X1), desain (X2), fitur (X3) dan merek (X4) terhadap keputusan pembelian (Y). Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu kuesioner terhadap 50 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik analisis data yang digunakan analisis regresi linier berganda, berdasarkan hasil analisis linier berganda menunjukkan bahwa variabel atribut produk yang terdiri dari harga (X1), fitur (X2), desain (X3), dan merek (X4) memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu harga (0,048), desain (0,007), fitur (0,371), dan merek (0,430). Hasil uji hipotesis didapat bahwa atribut produk yang terdiri dari fitur dan merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga dan desain tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan variabel bebas yang terdiri dari harga, desain, fitur, dan merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci : harga, desain, fitur, merek dan keputusan pembelian

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK ASUS PADA OUTLET
INDOLAGA PONSEL DI KECAMATAN BANYUWANGI**
(Studi Kasus Pada Outlet Indolaga Ponsel Di Kecamatan Banyuwangi)

Abstract

This study entitled “Effect of Product Attribute Decision Against Purchase mobile ASUS Smartphones in Indolaga outlet District Banyuwangi”. This study aims to identify and analyze the effect of price (X1), desain (X2), features (X3) and brand (X4) on purchase decisions (Y). In this study data were collected with a questionnaire to the 50 respondents using purposive sampling technique.

Data analysis used multiple linear regression analysis, based on the results of multiple linier regression analysis showed that the variable attribute product that consists of the price (X1), desain (X2), feautres (X3) and brand (X4) have an influence positive influence consumer purchase decisions are price (0,048), desain (0,007), features (0,371), and brand (0,430). Hypothesis test results obtained that the product attributes which consists of features and brand partially significant effect on purchasing decisions, while the price and desain was not significant effect partially on costomer purchasing decisions. And independent variables consisting of price, desain, features and brand simultaneously significant effect on the dependent variable consumer purchasing decisions.

Keywords: price, desain, features, brand and purchasing decisions.