

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh atribut produk yang terdiri dari (kualitas produk, kemasan, harga, dan merek) terhadap keputusan pembelian air minum dalam kemasan merek AL BAB di Bangsalsari Jember. Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat (*dependent*) yaitu kualitas produk, kemasan, harga, dan merek dan variabel bebas (*independent*) yaitu keputusan pembelian. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen air minum dalam kemasan merek AL BAB di Bangsalsari Jember. Jumlah sampel yang digunakan adalah 50 responden. Sampel penelitian diambil secara *purposive sampling* dengan kriteria tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Sebelum menggunakan analisis regresi berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu. Dari hasil uji hipotesis secara parsial (uji t), hasil pengujian hipotesis telah membuktikan bahwa variabel kualitas produk, kemasan, harga, dan merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari hasil analisis uji f (simultan), hasil pengujian telah membuktikan bahwa variabel kualitas produk, kemasan, harga, dan merek terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Kata kunci: atribut produk, kualitas produk, kemasan, harga, merek, keputusan pembelian konsumen.

ABSTRACT

This study was conducted to examine the effect of the influence of product attribute consists of (product quality, packaging, price, and brand) to the purchasing decision of natural drinking water in the city AL-BAB brand packaging in Bangsalsari Jember. In this study using two variables: the dependent variable that is product quality, sachet, price, and brand, and the independent variables (independent), namely buying decision. Populations that are objects of this study are all consumers of bottled water in Bangsalsari city Jember AL-BAB brand. The number of samples is 50 respondents. Samples were taken by purposive sampling with certain criteria. The method used in this research is by using multiple linear regression analysis to test the hypothesis that the t test and f test. Before using multiple regression analysis, performed classical assumption before hand. From the results of partial hypothesis test (t test) results of hypothesis testing has proven that the variable of product quality, sachet, price, and brand partially significant influence on consumer purchases decision. From the results analysis using F test results of testing has proven that the variable of product quality, sachet, price, and brand simultaneous significant influence on consumer purchases decision.

Keywords: product attribute, product quality, sachet, price, brand and buying decision.