

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari atribut produk yaitu kualitas produk (X1), kemasan (X2), harga (X3), merek (X4), dan pelayanan (X5) terhadap keputusan pembelian (Y) pada saat membeli Cbezt Chicken Tegalbesar Jember . Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara dan kuesioner terhadap 60 responden dengan teknik insidental sampling, yang bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terhadap masing-masing variabel. Analisis yang digunakan meliputi uji instrumen data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linear berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan uji hipotesis (uji F, uji t, koefisien determinasi). Dari hasil analisis menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk (X1), kemasan (X2), harga (X3), merek (X4), dan Pelayanan (X5), semuanya berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Dari uji t diperoleh hasil produk (0,001), kemasan (0,020), harga (0,022), merek (0,033), dan Pelayanan (0,023), semuanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Cbezt Chicken Tegalbesar Jember. Dari uji F diperoleh hasil produk, kemasan, harga, merek, dan pelayanan (0,000), semuanya berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian Cbezt Chicken Tegalbesar Jember. Kelima variabel ini berpengaruh sebesar 95,8%, terhadap keputusan pembelian Cbezt Chicken Tegalbesar Jember sedangkan sisanya sebesar 4,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: produk, kemasan, harga, merek, pelayanan dan keputusan pembelian

ABSTRACT

The aim from this research is to know the effect of product attribute, which are quality of product (X1), package (X2), price (X3), mark (X4) and service (X5) to the buying decision (Y) when they buy Cbezt Chicken in Tegalbesar Jember. In this research collected of data with observation, interview and questionnaire toward 60 respondents with incidental sampling technique. This is doing to know the perceptions from respondents about each variable. Data instrument test (Validity test, and reliability test), multiple linear regression analysis, classic assumption test (Normality test, Multicollinearity test, heteroskedasticity test), and hypothesis test (F test, t test, determination coefficient) will be used to analyze. From regression analysis, we know that quality of product (X1), package (X2), price (X3), mark (X4) and service (X5) have the positive effect for the buying decision of Cbezt Chicken in Tegalbesar Jember. From t test resulting quality of quality of product (0,001), package (0,020), price (0,022), mark (0,033) and service (0,023), that mean all of five variables have significance influential toward buying decision of Cbezt Chicken in Tegalbesar Jember. From F test resulting quality of product, package, price, mark and service (0,000), that mean all of five variables have simultaneous significance influential toward the buying decision. All of the five variables have 95,8% of the fish trade decision, and 4,2% of the rest percentage is affected by the others variables.

Key words: *quality of product, package, price, mark, service, and buying decision*