

ABSTRAK

Mohammad Sufyan, 2013. SKRIPSI. Judul “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”

Pembimbing : Irmayanti Hasan ST., MM

Kata Kunci : Pengaruh Atribut Produk, Keputusan Pembelian

Atribut produk mempunyai pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian, karena atribut produk sebagai tolak ukur dan pertimbangan oleh konsumen untuk memilih suatu produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap, dan garansi secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian, untuk mengetahui atribut produk yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap, dan garansi secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian dan untuk mengetahui Atribut produk yang paling berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan statistika infrensial parametrik, jumlah sampel pada penelitian ini adalah 74 sampel dari 90 populasi penarikan dengan menggunakan rumus Slovin, dan metode analisis penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan uji f untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat, dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat, serta uji variabel dominan untuk mencari variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat.

Hasil dari analisis pada penelitian ini menghasilkan pada Pengujian secara simultan menyimpulkan bahwa atribut produk blackberry yang terdiri dari merek, kemasan, label, layanan pelengkap dan garansi secara bersama-sama bisa mempengaruhi keputusan pembelian ponsel blackberry. Hasil ini terlihat dari nilai f-hitung yaitu 5,493 lebih besar dari f-tabel yaitu 2,37 dan berada didaerah H_1 , Pengujian secara parsial menyimpulkan bahwa diantara kelima variabel bebas yang dibentuk, yaitu merek, kemasan, label, layanan pelengkap kenaggotaan BBM, dan garansi. Hanya variabel kemasan, layanan pelengkap keanggotaan BBM dan garansi-lah yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini terlihat dari nilai t hitung merek (-1,133) dan garansi (-,179) berada di daerah H_0 diterima, ini menunjukkan bahwa koefisien regresi sama dengan nol, dan Diantara lima variabel bebas, layanan pelengkap kenaggotaan BBM ponsel blackberry merupakan variabel yang pengaruhnya paling dominan. Berdasarkan uji variabel dominan yang telah dilakukan layanan pelengkap keanggotaan BBM memiliki kontribusi 16,5%.