

ABSTRAK

Saat ini kebutuhan sepeda motor sebagai alat transportasi terus meningkat. Hal tersebut mendorong produsen sepeda motor untuk terus berinovasi guna menciptakan produk yang dapat bersaing di pasaran. Keputusan konsumen dalam menentukan atau memilih merek sepeda motor tertentu bukanlah hal yang begitu saja terjadi. Banyak pertimbangan yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk misalnya, atribut yang dimiliki oleh produk itu sendiri.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Atribut Produk yang terdiri dari: Kualitas Produk, Fitur Produk, Gaya dan Desain Produk. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Proses Keputusan Pembelian. Pendekatan dan metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif kausal. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 400 orang responden yang merupakan pengguna motor *sport* Yamaha V-Ixion yang mengunjungi Yamaha *Flagship Shop* Bandung. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan wawancara. Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dan pengaruh secara parsial antara variabel yang diteliti.

Berdasarkan analisis regresi linier berganda, secara simultan atribut produk Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 40,2% sedangkan sisanya sebesar 59,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam model penelitian ini. Secara parsial kualitas produk berpengaruh secara signifikan yaitu sebesar 47,3%, sedangkan fitur produk, gaya dan desain produk tidak berpengaruh secara signifikan. Untuk itu, diharapkan perusahaan mampu lebih memperhatikan kualitas produk yang dimiliki oleh motor sport Yamaha V-Ixion guna terus meningkatkan penjualannya

Kata Kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian