

ABSTRAK

Fashion merupakan salah satu pilihan bisnis yang sangat menarik dan menguntungkan, di era ini semua manusia membutuhkan *fashion* yang dapat mencerminkan dirinya, karena pada zaman ini *first impression* sangatlah penting. Seorang individu yang memberikan *first impression* yang baik akan membuat dirinya diterima, dihargai dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Salah satu produk *fashion* yang penting untuk menunjang penampilan adalah sepatu. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan apakah ada keterkaitan antara atribut produk dengan keputusan pembelian pada produk *fashion* yaitu sepatu, studi ini dilakukan dengan meneliti atribut produk sepatu dari merek *Brodo Footwear*.

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen *Brodo Footwear* di Universitas Telkom angkatan 2015.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kausal. Jumlah sampel yang diambil pada penelitian ini adalah 100 responden dengan penentuan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan regresi sederhana.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa atribut produk mempengaruhi proses keputusan pembelian. Maka dari itu, *Brodo Footwear* harus tetap berupaya meningkatkan atribut produk sehingga konsumen bisa mendapatkan yang lebih baik lagi.

Kata Kunci :Pemasaran. Atribut Produk, Proses Keputusan Pembelian

Telkom
University