ABSTRAK

Perkembangan teknologi zaman sekarang dan era globalisasi saat ini tumbuh sangat pesat mulai dari teknologi dan sebagainya. Maka dari itu alat komunikasi sekarang sudah menjadi kebutuhan primer bagi setiap kalangan masyarakat mulai dari kelas sosial bawah hingga atas. Hal tersebut dapat di lihat dari banyak bermunculan alat komunikasi terutama handphone dengan menawarkan berbagai fitur dan desain yang sangat menarik. Menurut data yang dimiliki *eMarketer, eMarkerter* memproyeksikan bahwa pada 2016 hingga 2019 pengguna smartphone di Indonesia akan terus tumbuh. Angka pertumbuhannya pun fantastis. Pertumbuhan pengguna smartphone yang besar ini mengakibatkan bertumbuhnya pula pengguna internet di Tanah Air. Sebab, rata-rata pengguna mengakses internet menggunakan perangkat mobile.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ilmu Terapan tahun ajaran 2015-2016. Sampel yang digunakan adalah sampel *Sampling purposive*. Metode dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan agresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukan bahwa atribut produk memiliki pengaruh signifikan dengan persamaan dengan persamaan regresi Y= 7,850+0,481X. Untuk uji R *square* menunjukan angka 0,528, dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 52,8% dan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Kata kunci: Atribut Produk dan Keputusan Pembelian