

## ABSTRAK

Kegiatan perekonomian yang semakin maju dan meningkatnya kebutuhan masyarakat dalam segala hal, oleh karena itu diperlukan adanya suatu sarana penunjang untuk memudahkan manusia mendapatkan kebutuhan yang diperlukan yaitu sarana transportasi. Transportasi adalah salah satu sarana yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Dengan adanya transportasi, manusia akan mendapat kemudahan dalam melaksanakan aktivitas.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa Cipaganti *Travel* di Bandung. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap proses keputusan pembelian konsumen menggunakan lima dimensi atribut yaitu kualitas, merek, jaminan, layanan pelengkap dan harga. Penelitian ini bersifat deskriptif dan tehknik analisa data yang digunakan adalah Analisis Jalur (*Path Analysis*).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan jenis penelitan yang fokus pada pengungkapan hubungan kausal (sebab akibat). Pengolahan data menggunakan SPSS versi 17 *For Windows*.

Setelah dilakukan tinjauan pustaka dan penyusunan hipotesis. Data dikumpulkan melalui kuesioner terhadap 400 responden. Pengambilan sampel dengan *non probability sample* menggunakan metode *convenience sampling*. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Atribut produk berpengaruh signifikan terhadap proses keputusan pembelian dengan pengaruh secara simultan sebesar 35.8% sedangkan sisanya sebesar 62.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini dan berdasarkan hasil uji secara parsial diketahui bahwa hanya variabel kualitas dan merek yang berpengaruh secara signifikan terhadap proses keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci: Atribut Produk dan Proses Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

Advancing economic activities and the increase of society's needs in everything require support facilities to facilitate human in getting their needs, i.e. transportation. Transportation is one of the facilities which can't be separated from human life. With transportation, human can easily perform their activities.

The formulation of the problem in this study is the influence of product attribute on consumers' purchase decision process in using Cipaganti *Travel's* services in Bandung. The purpose of this study is to analyze the influence of product attribute on consumers' purchase decision process using five dimensions of attribute, which are quality, brand, guarantee, complementary services and price. This study was descriptive and the data analysis technique used was Path Analysis.

The research method used was descriptive quantitative research method, with research type focusing on revealing causal relationship. Data was processed using SPSS version 17 *For Windows*.

After literature study and hypothesis formulation, data was collected using questionnaires on 400 respondents. Sample was collected with non probability sample using convenience sampling method. Afterward, data collected was analyzed using path analysis.

Research results show that product attribute has significant influence on purchase decision, with simultaneous influence of 35.8% while the rest i.e. 62.4% is influenced by other factors not described in this study and based on partial test it is discovered that only quality and brand variables have significant influence on consumers' purchase decision process.

**Keywords: Product Attribute and Purchase Decision Process**