

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garucci Shoes. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana atribut produk di Garucci Shoes, untuk mengetahui bagaimana keputusan pembelian konsumen di Garucci Shoes, untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan secara simultan variabel atribut produk yang terdiri dari kualitas (X_1), gaya dan desain (X_2), merek (X_3), kemasan (X_4), harga (X_5), dan jaminan (X_6) terhadap keputusan pembelian konsumen Garucci Shoes.

Atribut Produk merupakan unsur – unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian(Tjiptono,2008:103). Sedangkan keputusan pembelian merupakan tahap konsumen membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda, atau menghindar sangat dipengaruhi resiko pembelian yang dirasakan (Kotler & Keller, 2012:188).

Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian berupa studi deskriptif dan kausal. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian adalah kuesioner dan internet. Pengambilan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* dengan jenis *accidental sampling* dengan jumlah responen sebanyak 100 responden. Untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis terhadap keputusan pembelian produk Garucci Shoes, bahwa atribut produk sudah diterapkan dengan baik ini terlihat dari garis kontinum yang menunjukkan persentase sebesar 85,86%. Berdasarkan hasil pengolahan data secara simultan yaitu dengan melihat F hitung $>$ F tabel ($33,275 > 2,220$). Hal ini menunjukkan variabel atribut produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dengan uji parsial dapat diketahui bahwa variabel kualitas (X_1), gaya dan desain (X_2), merek (X_3), kemasan (X_4), harga (X_5), dan jaminan (X_6) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Kesimpulan dari penelitian ini, atribut produk Garucci Shoes sudah berada dalam sangat baik. Namun ada aspek yang mendapatkan kategori baik yaitu warna dari produk yang ditawarkan, sehingga perusahaan harus memperbaiki dalam aspek tersebut seperti dengan penambahan warna yang beragam dan juga dengan menciptakan warna yang sedang tren.

Kata kunci : atribut produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study entitled Influence Purchasing Decisions Product Attributes Product Garucci Shoes. The purpose of this study was to determine how the attributes of the product in Garucci Shoes, to know how the purchasing decisions of consumers in Garucci Shoes, to determine the effect of simultaneous partial and variable product attributes consisting of quality (X 1), the style and design (X 2), brand (X 3), packing (X 4), price (X 5), and warranties (X 6) on consumer purchasing decisions Garucci Shoes.

Product attributes are the elements - elements that are considered essential products by consumers and used as a basis for making purchasing decisions (Tjiptono, 2008: 103). While consumer purchasing decisions is the stage of forming the intent to buy the most preferred product, which the consumer's decision to modify, delay, or dodge greatly influenced the perceived risk of purchase (Kotler & Keller, 2012: 188).

The method used is a quantitative method to study a type of descriptive research and causal. The type of data needed for the study is primary data and secondary data. While the techniques used in collecting data for the study was a questionnaire and the internet. Sampling was done by non-probability sampling with the type of accidental sampling the number of respondents of 100 respondents. For data analysis used descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

Based on the analysis of product purchasing decisions Garucci Shoes, that attribute has been applied with good product is visible from the continuum line shows the percentage of 85.86%. Based on the results of simultaneous data processing by looking at the F count > F table ($33,275 > 2,220$). It shows the variable product attributes influence the purchase decision. While the partial test can be seen that the quality variable (X 1), the style and design (X 2), brand (X 3), packing (X 4), price (X 5), and warranties (X 6) has an influence on variable bound.

The conclusion of this research, product attributes Garucci Shoes are in very good already. However, there are aspects that get better the color category of products offered, so the company must improve in this aspect as the penambahawan diverse colors and also by creating color trend.

Keywords: product attributes and purchase decisions