

# **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

## **KONSUMEN PT. ATEJA TRITUNGGAL**

**Irfan Riswandi**

**10090310241**

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan atribut produk pada PT. Ateja Tritungga, untuk mengetahui tanggapan konsumen tentang atribut produk pada PT. Ateja Tritunggal, untuk mengetahui keputusan pembelian konsumen pada PT. Ateja Tritunggal, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Ateja Tritunggal.

Jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen. Sedangkan metode yang digunakan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang berfungsi mengetahui suatu fenomena, gejala, yang khas atau unik dari suatu individu kelompok, atau objek sosial lainnya. Sehingga dapat diperoleh suatu deskripsi yang rinci mengenai fenomena atau gejala tersebut.

Subjek dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan PT. Ateja Tritunggal. Teknik pengumpulan sampel adalah *non probability sampling*. Analisis data yang di gunakan adalah analisis regresi sederhana yang bertujuan untuk menguji hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Ateja Tritunggal dengan tingkat pengaruh yang cukup erat.

**Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian.**

# **THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING DECISION**

**(Case Studies at PT. Ateja Tritunggal)**

**Irfan Riswandi  
1009031024**

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine how the implementation of the attributes of the product on the PT. Ateja Tritunggal, to determine the response of consumers on product attributes in PT. Ateja Tritunggal, to determine of consumer purchasing decisions on PT. Ateja Tritunggal, and to determine how much influence product attributes on consumer purchasing decisions on PT. Ateja Tritunggal.*

*Type verification research, the research aims to determine the effect of independent variables with the dependent variable. While the method used is a case study, the research function to know a phenomenon, symptom, a unique characteristic of an individual or group, or other social objects. So as to obtain a detailed description of the phenomena or symptoms.*

*Subjects in this study were 100 customer PT. Ateja Tritunggal. Sample collection technique is non-probability sampling. Analysis of the data that is used is a simple regression analysis aimed to test the hypothesis.*

*The results of this study showed a significant relationship between product attributes on consumer purchasing decisions on PT. Ateja Tritunggal with a considerable degree of influence closely.*

**Keywords: Product Attributes, Purchase Decision.**