

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN
(Suatu Survei Pengguna Honda Tiger di Bandung)**

**Gagah Dwipa Oklanda
10090310091**

ABSTRAK

Industri sepeda motor merupakan industri yang sedang tumbuh pesat di Indonesia belakangan ini. Biasanya minat masyarakat Indonesia untuk memiliki kendaraan roda dua dipengaruhi banyak faktor. Dimana Atribut produk merupakan salah satu hal yang penting bagi penjualan suatu produk. Dengan menghadapi persaingan di industri sepeda motor perusahaan ini melakukan atribut produk yang baik agar konsumen tertarik oleh atribut produk yang berdampak pada keputusan pembelian.

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pelaksanaan atribut produk Honda Tiger di Bandung, untuk mengetahui tanggapan pelanggan tentang atribut produk Honda Tiger di Bandung, untuk mengetahui seberapa besar keputusan pembelian pelanggan Honda Tiger Bandung, Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh atribut produk dengan keputusan pembelian pelanggan Honda Tiger.

Jenis penelitian ini adalah penelitian verifikatif, dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen honda tiger di Bandung.

Objek dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen Honda Tiger di Bandung. 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 atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen honda tiger dengan nilai $p = 0,000$, koefisien korelasi sebesar 0,661 ($R = 0,436$), dan koefisien determinasi (R Square) sebesar 43,6%. Artinya pengaruh atribut produk secara signifikan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian.

**INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER PURCHASE
DECISION
(A Survey of Users Honda Tiger in Bandung)**

**Gagah Dwipa Oklanda
10090310091**

ABSTRAK

Motorcycle industry is a rapidly growing industry in Indonesia lately. Usually the interest of the people of Indonesia to have a two-wheeled vehicle is influenced by many factors. Where the product attribute is one of the things that are important to the sale of a product. With the face of competition in the motorcycle industry the company is doing a good product attributes that consumers are attracted by the product attributes that have an impact on the purchase decision.

The purpose of this research is to investigate the implementation of product attributes Honda Tiger in London, to see what the customer about the product attributes of Honda Tiger in London, to find out how much the customer purchase decision Honda Tiger London, To know How much influence product attributes with Honda customer purchase decision Tiger.

The research is a study of verification, which this study aims to look at the effect of product attributes on consumer purchasing decisions honda tiger in Bandung.

Objects in this study were 100 consumer Honda Tiger in Bandung. Sample collection technique was non probability sampling. Analysis of the data that is in use is a simple regression analysis aimed to test the hypothesis.

The results of this study demonstrate the effect of product attributes on consumer purchasing decisions honda tiger with a value of $p = 0.000$, correlation coefficient of 0.661 ($R = 0.436$), and the coefficient of determination (R Square) of 43.6%. This means that the effect of product attributes significantly positive effect on purchasing decisions.

Keywords: Attributes Product, Purchase Decision.