

ABSTRAK

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMBELI JILBAB RABBANI (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung)

Oleh

Liyana

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh atribut produk yang meliputi kualitas produk, merek, kemasan, dan desain produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli jilbab Rabbani. Jenis penelitian ini adalah *explanatory* dengan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian terdapat 100 responden dari populasi yang berjumlah 1.402 mahasiswi dengan teknik pengumpulan data berupa kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah uji regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kemasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sedangkan merek dan desain produk mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dalam membeli jilbab Rabbani. Kontribusi pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian sebesar 26,8%. Secara simultan, atribut produk yang terdiri dari kualitas produk, merek, kemasan dan desain produk mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Atribut produk, pengaruh, keputusan pembelian