

## ABSTRAK

### PENGARUH ATRIBUT-ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *GREEN PRODUCT COSMETIC* SARIAYU MARTHA TILAAAR (STUDI PADA MAHASISWA DI BANDAR LAMPUNG)

Oleh

Rosana Trisnawati

Atribut produk adalah sifat-sifat atau aspek-aspek yang terkandung dalam suatu produk dan yang nantinya akan menjadi penentu serta pertimbangan konsumen untuk menyenangkan dan kemudian membeli produk tersebut. Sedangkan keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternatif tertentu untuk melakukan pembelian. *Green product* merupakan produk yang dirancang untuk meminimalkan dampak lingkungan selama siklus hidup produk tersebut, secara khusus penggunaan sumber daya yang tidak dapat diperbarui diminimalkan, bahan beracun dihindari dan penggunaan sumber daya yang dapat diperbarui sesuai dengan tingkat keperluan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah atribut produk yang terdiri dari kemasan, merek, Desain dan kualitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap Sariayu Martha Tilaar di Bandar Lampung.

Populasi dari penelitian ini adalah responden berjenis kelamin wanita dengan total 100 responden yang berada di Bandar Lampung. Hasil pembahasan ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima, hal ini didasarkan dari pengujian statistik regresi linier sederhana. Uji koefisien determinasi  $R^2$ , berdasarkan persamaan di atas dapat dilihat bahwa nilai *R square* ( $R^2$ ) sebesar 0,399530 atau sebesar 40% dipengaruhi oleh variabel atribut produk dan sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh variabel lain. Secara statistik, besarnya pengaruh tersebut dapat dilihat dari probabilitas uji Regresi Linier Sederhana pada penelitian ini dengan hasil uji statistik  $0.000000 \leq 0.05$  yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif dari atribut produk terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : atribut produk, keputusan pembelian, *green product*.