

## **ABSTRAK**

### **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN J.CO DONUTS AND COFFEE (Studi Pada Konsumen J.co Donuts and Coffee Bandar Lampung)**

**Oleh**

**MARETHA PRIMA PUTRI**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen J.Co Donuts and Coffee. Penelitian ini telah dilakukan pada konsumen J.Co Donuts and Coffee Bandar Lampung. Sampel penelitian berjumlah 90 orang konsumen. Variabel penelitian meliputi harga, merek, kemasan, rasa, dan pelayanan. Metode sampling menggunakan *incidental sampling*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Uji hipotesis menggunakan uji parsial (uji t) dan uji serentak (uji f). Hasil dari uji t untuk variabel Harga ( $X_1$ ) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung  $>$  t tabel, yaitu  $13,723 > 0,677$  artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Harga dengan keputusan pembelian J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung. Hasil dari uji t untuk variabel Merek ( $X_2$ ) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung  $>$  t tabel, yaitu  $2,003 > 0,677$  artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Merek dengan keputusan pembelian J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung. Hasil dari uji t untuk variabel Kemasan ( $X_3$ ) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung  $<$  t tabel, yaitu  $-4,222 < 0,677$  artinya secara parsial tidak ada pengaruh yang signifikan antara Kemasan dengan keputusan pembelian J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung. Hasil dari uji t untuk variabel Rasa ( $X_4$ ) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung  $>$  t tabel, yaitu  $2,456 > 0,677$  artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Rasa dengan keputusan pembelian J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung. Hasil dari uji t untuk variabel Pelayanan ( $X_5$ ) hasil pengolahan data menunjukkan t hitung  $>$  t tabel, yaitu  $2,517 > 0,677$  artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan antara Pelayanan dengan keputusan pembelian J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung. Sedangkan hasil dari uji f adalah F hitung  $>$  F tabel,  $63,464 > 2,48$  artinya ada pengaruh yang simultan atau bersama-sama antara harga, merek, kemasan, rasa, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian produk J.Co Donuts and Coffee di Bandar Lampung.

Kata Kunci: perilaku konsumen, atribut produk, keputusan pembelian konsumen