

ABSTRAK

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CB150R STREETFIRE DI BANDAR LAMPUNG

Oleh

BILLY ANDHIKA PUTRA

Persaingan produk di sektor industri otomotif saat ini semakin kompetitif khususnya pada industri sepeda motor. PT. Astra Honda Motor sebagai salah satu perusahaan di industri sepeda motor di Indonesia mengalami kesulitan dalam menguasai segmen sepeda motor *sport*. Hal ini dapat dilihat dari data penjualan sepeda motor Nasional bulan Januari-Juni 2016 yang terdapat pada Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) Honda berada pada posisi kedua dalam penjualan sepeda motor segmen *sport*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda CB150R *StreetFire* di Bandar Lampung. Metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden yang menggunakan produk sepeda motor Honda CB150R *StreetFire*. Metode analisis statistik yang terdiri dari, analisis regresi linier berganda, pengujian signifikan simultan (uji F), pengujian signifikan parsial (uji t), dan analisis determinasi (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk berpengaruh positif secara signifikan dengan sumbangannya sebesar 90,6% terhadap keputusan pembelian. Hasil analisis kuantitatif membuktikan bahwa variabel Fitur Produk (X2) memberikan pengaruh paling besar dengan nilai sebesar 0,437 sedangkan variabel Desain Produk (X3) memberikan pengaruh terkecil dengan nilai sebesar 0,197.

Kata kunci : Atribut Produk, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF PRODUCT ATTRIBUTES ON CONSUMER PURCHASE DECISION OF HONDA CB150R STREETFIRE MOTORCYCLES IN BANDAR LAMPUNG

BY

BILLY ANDHIKA PUTRA

Product competition in the automotive industry today's increasingly competitive, especially in the motorcycle industry. PT Astra Honda Motor as one of the companies in the motorcycle industry in Indonesia had difficulty in taking over the sport bike segment. This can be seen from the national motorcycle sales data in January-June 2016 contained in the Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI) Honda is at the second position in the sports segment, motorcycle sales. The purpose of this research was to determine the influence of product attributes on consumer purchase decision of Honda CB150R StreetFire in Bandar Lampung. Sampling methods using non-probability sampling with purposive sampling technique. The number of samples in this research were 100 respondents who use the product Honda CB150 StreetFire motorcycles. The methods of statistical analysis that consists of multiple linier regression analysis, significant simultaneous test (F test), significant partial test (t test), and analysis of determination (R^2). The result of this research show that the variable product quality, product features, and product design significantly positive effect with a contribution of 90,6% on purchasing decisions. Quantitative analytical results prove that the variable product features (X2) provide the most impact to the value of 0,437 while the variable product design (X3) provides the smallest effect with a value of 0,197.

Keywords : Product Attributes, and Purchase Decision