ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOBIL TOYOTA AGYA DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Sarjana Pada Program Studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas

Diajukan Oleh :

JESSICALIM

1310522047

Dosen Pembimbing : Asmi Abbas, SE.MM

PROGRAM STUDI S1 JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

JULI 2017

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang analisis atribut produk terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya di kota Padang. Variabel bebasnya yakni atribut produk yang terdiri dari harga produk (X1), kualitas produk (X2), desain produk (X3), dan merek produk (X4), sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian (Y). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 90 responden yang dipilih berdasarkan teknik *non-probability sampling* (*purposive sampling*). Penelitian ini menggunakan data primer. Data dianalisis menggunakan program SPSS 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga produk, kualitas produk, desain produk, dan merek produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk mobil Toyota Agya di Kota Padang.

Kata Kunci : Atribut Produk, Harga Produk, Kualitas Produk, Desain Produk, Merek Produk, dan Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA