

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK PERAWATAN MUSTIKA RATU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI WILAYAH
JAKARTA SELATAN**

Oleh

SiskaWulandari

ABSTRAK

This study aims to identify and prove the significant influence of product attributes (brand, packaging, design, and price) on consumer purchasing decisions mustika ratu care. By using simple linear regression analysis method. Samples taken from the consumer do teenagers or adults who use care Mustika Ratu in South Jakarta because the object has been studied using the treatment because of age and also so it is worth to study. By using SPSS 17. The sample used in this study were 130 respondents, 30 Research Trial and 100 research. The results showed that the product attributes have a strong and positive impact on purchasing decisions care products. The results achieved in this study are expected to be taken into consideration for the advancement of the company and beneficial to the authors as well as those who reading this paper.

Keywords: Attributes Product, Purchase Decision

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK PERAWATAN MUSTIKA RATU
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DIWILAYAH
JAKARTA SELATAN**

Oleh

SiskaWulandari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan membuktikan pengaruh signifikan atribut produk (merek, kemasan, desain, dan harga) terhadap keputusan pembelian konsumen perawatan mustika ratu. Dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana. Sampel yang dilakukan diambil dari konsumen remaja atau orang dewasa yang menggunakan perawatan mustika ratu di wilayah Jakarta Selatan karena objek yang diteliti telah menggunakan perawatannya dan karna faktor usia juga sehingga patut untuk diteliti. Dengan menggunakan SPSS 17. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 130 responden, 30 Uji Coba 100 Penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian produk perawatan. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis maupun yang membaca penulisan ini.

Kata Kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian