

# **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK**

(Studi Kasus Pada Produk Bedak Wajah Wardah)

**Oleh**

**SANTI ARDITA**

**Abstrak**

Atribut produk merupakan segala sesuatu yang melekat dan menyertai produk tersebut, Atribut produk merupakan salah satu unsur penting yang dapat mendorong konsumen untuk membeli produk, semakin baik atribut produk maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli produk tersebut. Pengetahuan mengenai atribut produk tersebut akan mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen. Kepuasan konsumen terjadi ketika harapan telah terpenuhi. Harapan konsumen tidak bersifat statis karena konsumen adalah makhluk sosial yang berinteraksi dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan internal dan eksternal. Atribut produk adalah manifestasi harapan konsumen. Sehingga penilaian konsumen akan tingkat pentingnya atribut produk dapat berubah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan atribut produk (mutu, merek, kemasan, dan label) terhadap keputusan pembelian kosmetik. Dengan menggunakan metode Regresi Sederhana. Sampling yang dilakukan di lingkungan Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta dengan responden para mahasiswa UPN "VETERAN" Jakarta. Dengan menggunakan SPSS 17. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk memiliki hubungan yang kuat dan positif terhadap keputusan pembelian produk kosmetik. Hasil yang dicapai dalam penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan untuk kemajuan perusahaan dan bermanfaat bagi penulis.

**Kata Kunci:** Atribut Produk, Keputusan Pembelian

# **PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK**

(Studi Kasus Pada Produk Bedak Wajah Wardah)

**Oleh**

**SANTI ARDITA**

## **Abstract**

Attributes of the product is everything attached and accompanying the product, the product attributes is one of the important elements that can encourage consumers to buy product, the better the product attributes that consumers will be more interested in buying the product. Knowledge of product attributes will influence consumer decision making. Customer satisfaction occurs when expectations of consumers have fulfilled. Hope not static because consumers are social beings that interact and adapt to changes in the internal environment and eksternal. Atribut product is the manifestation of consumer expectations. So that consumers' assessment of the level of importance of product attributes can be changed. This study aims to identify and analyze the effect signifikan product attributes (quality, branding, packaging, and labels) on purchase decisions kosmetik. Dengan Simple Regression method. Sampling conducted at the University of National Development "Veteran" Jakarta with respondent students UPN "VETERAN" Jakarta. By using SPSS 17. The sample used in this study as many as 100 people. The results showed that the product attributes have a strong and positive impact on purchasing decisions cosmetic products. The results achieved in this study are expected to be taken into consideration for the advancement of the company and beneficial to the author.

**Keywords:** Attributes Product, Purchase Decision