

ABSTRAK

ELINDA ZAHRA SINAGA, 2013, "Analisis Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik dan Fragrance di Departemen Kosmetik dan Fragrance Sogo Sun Plaza Medan".

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

Pembimbing : (1). DRS. H. A. Azis Hasan, MM

(2). Agustiono, SE, MMA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian secara parsial dan simultan. Adapun atribut produk dalam penelitian ini adalah merek, kemasan, label dan layanan pelengkap dan keputusan pembelian.

Setelah dilakukan proses pengolahan data dan analisis regresi linier berganda diketahui dan menyatakan (1).Merek, diperoleh hasil data t hitung 3,088 dan sig. 0,003. Hal ini menunjukkan merek berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (2). Kemasan, diperoleh hasil data t hitung 2,023 dan sig. 0,046. Hal ini menunjukkan kemasan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (3). Label, diperoleh hasil data t hitung 2,134 dan sig. 0,035. Hal ini menunjukkan label berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. (4). Layanan pelengkap, diperoleh hasil data t hitung 2,682 dan sig. 0,009.. Hal ini menunjukkan layanan pelengkap berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari hasil penelitian maka disimpulkan merek, kemasan, label dan layanan pelengkap secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan untuk uji F menunjukkan bahwa F hitung 145,071 dengan sig. 0,000. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa merek, kemasan, label dan layanan pelengkap secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian. Dan secara parsial diketahui bahwa merek berpengaruh secara dominan terhadap keputusan pembelian.

Maka hasil penelitian ini disarankan agar (1). Agar lebih memperhatikan dan meningkatkan atribut produk kosmetik dan fragrance, (2). Memilih *brands* kosmetik dan fragrance secara selectif dan efektif yang akan menjadi barang-barang konsigment. (2). Peningkatan layanan pelengkap dari *beauty advisor/consulate* dari pihak departemen store dan supplier.

Key word : Merek, Kemasan, Label, Layanan Pelengkap dan Keputusan Pembelian