

## ABSTRAK

**Hasanudin S. Ma'ruf. Judul Skripsi Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Laptop pada Intertech Computer Gorontalo. Di bawah bimbingan Dr. Syarwani Canon, M.Si dan Idris Yanto Niode, S.Pd., MM.,**

Adapun tujuan utama penelitian ini yakni untuk menganalisis dan mendeskripsikan sejauh mana pengaruh antara Atribut Produk terhadap Keputusan Konsumen baik secara parsial maupun simultan. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang ada di lingkungan Intertech Computer Gorontalo yang berjumlah 452 orang.

Sampel penelitian yaitu berjumlah 82 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dan analisis data penelitian menggunakan *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Dan berdasarkan indikator penelitian yang mengambil teori oleh : Philip Kotler, (2000: 399) menyatakan beberapa indikator Atribut Produk , yakni *Merek, Desain, Kualitas, Garansi*. Kemudian untuk indikator Keputusan Konsumen merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001;222) yakni : Pengenalan Kebutuhan, Pencarian Informasi , Penilaian Alternatif, Keputusan Pembelian, Perilaku Setelah Pembelian. Masing – masing indikator dari variable dependen dan independent diatas maka dibuat suatu pernyataan dalam bentuk kuesioner yang nantinya akan dibagikan kepada responden. Adapun hasil penelitian menunjukkan analisis regresi sederhana yaitu,  $Y = 4.403 + 0.673X$ .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Peningkatan keputusan pembelian konsumen melalui Atribut Produk pada Intertech Computer Gorontalo secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen ditunjukkan koefisien determinasi Adjusted  $r^2 = 0.603$  atau sebesar 60,3% dan sisanya 39,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Peningkatan keputusan pembelian melalui atribut produk berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen ditunjukkan oleh ( $t_{hitung} = 11,134$ ). Hal ini ditunjukkan oleh hasil regresi dimana nilai  $\beta = 0,780$ . Hasil ini menunjukkan bahwa dengan adanya atribut produk yang tepat dan diterima oleh konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian laptop di Intertech Computer Gorontalo.

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