

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK HONDA
(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO)**

OLEH

MOHAMMAD RIYANTO DODA

NIM. 931 410 211

TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI UNTUK DI UJI

Pembimbing I



Dr. H. Rosman Ilato, M.Pd
NIP.196004231986003 1 001

Pembimbing II



Idris Yanto Niode, S.Pd.,MM
NIP. 19781026 200501 1 001

Mengetahui :

Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama SE,M.Si
NIP. 19730305 200212 1003

PENGESAHAN

**PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MATIK
HONDA**

(STUDI KASUS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
DI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO)

Oleh

MOH. RIYANTO DODA

NIM. 931410211

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Hari/Tanggal :

Waktu :

Penguji:

1. Tineke Wolok, ST, MM

1.

2. Hais Dama, SE, M.Si

2.

3. Dr. H. Rosman Ilato, S.Pd, M.Pd

3.

4. Idris Yanto Niode, S.Pd, MM

4.

Mengetahui:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Hamzah Yunus, M.Pd

NIP: 19600223 198603 1 004

ABSTRAK

Mohammad Riyanto Doda. 931410211. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Gorontalo). di bawah bimbingan Bapak Dr. H. Rosmanllato, M.Pd, Selaku Pembimbing I dan BapakIdris Yanto Niode, S.Pd.,M.M. Selaku Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis seberapa besar pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Matik Honda (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Gorontalo). Penelitian ini dilakukan 4 bulan yaitu September sampai Desember 2014. Metode pengambilan sampel adalah *Accidental sampling* dengan teknik yang dilakukan secara *Non Probability Sampling* yakni 43 orang dan analisis data penelitian menggunakan *Analisis Regresi Linier Sederhana*.

Hasil pengujian Instrumen validitas menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya valid dan reliabilitas berada diatas 0,6 artinya reliabel. Adapun hasil penelitian menunjukkan analisis regresi sederhana yaitu, $Y = \alpha + \beta X + \varepsilon = 31,357 + 0,664X$. Hasil uji t menunjukkan variabel *Celebrity Endorser* berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien Korelasi Atribut Produk mempunyai hubungan sedang dengan variabel dependent. Adapun koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya kontribusi 0,223 atau 22,3% dari Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan sisanya yaitu 0,777 atau 77,7% berupa kontribusi dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti seperti buktifisik, orang, proses, promosi, harga (*price*), tempat (*place*) dan lain-lain.

Kata kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

MOHAMMAD RIYANTO DODA, 931 410 211. 2014. "Influence of Product Attribute toward Purchasing Decision of Automatic Motorcycle *Honda* (A Case Study on Students of Faculty of Economics and Business at State University of Gorontalo)." Skripsi, Gorontalo, Study Program of S1 Management, Faculty of Economics and Business, State University of Gorontalo. The principal supervisor was Dr. H. Rosman Ilato, M.Pd and the co-supervisor was Idris Yanto Niode, S.Pd., MM.

This research was based on the problem statement "how much the influence of product attribute toward customers' purchasing decision on automatic motorcycle *Honda*."

The method of research was quantitative method. This method was used to predict the influence of variable X (Product Attribute) as independent variable toward variable Y (Purchasing Decision) as dependent variable. The test was conducting using simple linear regression.

Based on the research result, it can be concluded that there was significant influence of product attribute toward purchasing decision. The regression test gained t-count = 7,261 > t-table = 1,682, and significance test gained p-value=0,00 < alpha (α) = 0,05. The coefficient correlation value of variable X (Product Attribute) was 0,750 or 75%, and determination coefficient value was 0,563 or 56,3% which meant that the contribution of Product Attribute (variable X) toward purchasing decision (variable Y) was 56,3%, and the rest was influenced by other variables which were not focused in this research.

Keywords: *Product Attribute, Purchasing Decision*

