

## ABSTRAK

**Judul : Pengaruh Atribut Produk (Harga, Mutu, dan Kemasan) Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Selular Nokia.** Penulis: **Sonarita Nur Yosen.**  
NIM : **43106010047.** Pembimbing : **Rina Astini, SE., MM**

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh atribut produk telepon selular Nokia yang mempengaruhi keputusan pembelian mahasiswa regular S-1 Fakultas Universitas Mercu Buana Jakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah atribut produk telepon selular Nokia yang meliputi harga, mutu dan kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara simultan dan parsial serta untuk mengetahui variabel atribut produk yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian.

Jenis penelitian yang digunakan penelitian *explanatory* dengan pendekatan studi kasus. Dengan teknik *purposive sampling*. Sedangkan metode pengumpulan datanya menggunakan metode wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Populasi yang dipilih adalah mahasiswa regular S-1 Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana Jakarta yang menggunakan telepon selular Nokia, dengan sampel sebanyak 100 orang.

Alat uji yang digunakan untuk menguji instrument penelitian berupa uji normalitas, validitas dan uji reliabilitas. Uji hipotesis menggunakan uji F dan t. Untuk menganalisis data digunakan uji regresi linier berganda.

Hasil uji F terhadap ketiga variabel penelitian yaitu Harga ( $X_1$ ), Mutu ( $X_2$ ) dan Kemasan ( $X_3$ ) menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian telepon selular Nokia. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Mutu secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian telepon selular Nokia, hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel Harga dan variabel Kemasan adalah variabel yang tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian telepon selular Nokia. Dan dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel Mutu mempunyai pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian telepon selular Nokia.

Kata kunci : atribut produk, keputusan pembelian, telepon selular Nokia.