

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang bagaimana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian, yang tercipta dari atribut itu sendiri, dan data dalam penelitian ini diperoleh dan dikumpulkan melalui teknik penelitian lapangan (*field research method*), yaitu dengan menyebarkan angket/kuesioner kepada 50 responden yang berasal dari konsumen/pelanggan produk Simpati yang bertempat tinggal di wilayah Kecamatan Pondok Aren.

Alat uji yang digunakan untuk menguji instrument analisis data menggunakan *Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana*, yang perhitungannya dibantu dengan program.

Hasil penelitian pada pengujian hipotesis (t) menunjukkan bahwa terbukti ada pengaruh signifikan antara variabel X (atribut produk) dan variabel Y (keputusan pembelian) dengan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,788 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,480 sehingga hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara atribut produk dengan keputusan pembelian pada produk Simpati.

Penelitian untuk riset yang akan datang disarankan untuk melakukan penelitian yang lebih luas lagi mengenai cakupan atas atribut-atribut yang digunakan oleh suatu produk sebagai pertimbangan atau penilaian konsumen dalam membeli, dan disarankan pula untuk melakukan penelitian dengan lingkup wilayah diperluas.

Kata kunci : Atribut Produk, Keputusan Pembelian, Produk Simpati.