

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh atribut produk dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian produk perumahan dengan studi kasus pada Cluster Crown Golf - Bukit Golf Mediterania - Pantai Indah Kapuk.

Metode penelitian yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan persamaan regresi linier berganda. Data primer diperoleh melalui kuesioner. Variabel bebas dari penelitian ini adalah atribut produk dan komunikasi pemasaran, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian.

Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara atribut produk dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan pembelian. Secara parsial atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan dimensi lokasi yang paling berpengaruh terhadap dimensi faktor internal dan faktor eksternal pada keputusan pembelian. Namun secara parsial komunikasi pemasaran tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : Atribut Produk, Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The purpose of this research is to investigate the influence of product attributes and marketing communication to purchase decision a housing product, case study at Crown Golf Cluster – Bukit Golf Mediterania – Pantai Indah Kapuk.

The research methodology used in this research is quantitative analysis with multiple linear regression equation. Primary data were obtained through questionnaires. The independent variables from this research are product attributes and marketing communication, while the dependent variable is the purchase decision.

This result from this research are there is a significant influence between product attributes and marketing communication to purchase decision simultaneously. Product attributes give a significant influence to purchase decision partially where location is the most influential dimension to internal and external factor dimension on buying decision. But partially, marketing communication give not a significant influence to purchase decision.

Key words : *Product Attributes, Marketing Communication and Purchase Decision.*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA