

ABSTRAKSI

LALU IQBAL ADICAHYA. Analisis Pengaruh Atribut Produk, Bauran Promosi dan kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta). (Dibimbing oleh Dra. SRI KUSSUJANIATUN, M.Si dan SRI HARJANTI,SE, M.Si).

Keputusan pembelian merupakan tolak ukur keberhasilan pasar. Permasalahan yang sering dihadapi perusahaan adalah seberapa besar atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan yang diberikan dan dilaksanakan oleh pihak penjual atau perusahaan. Dengan adanya masalah tersebut dan untuk menghadapi persaingan maka perlu dilakukan analisis pengaruh atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta)

Tujuan dari penelitian ini adalah: Menguji dan menganalisis pengaruh atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta)

Penelitian Dilakukan pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta. Pengambilan Data dilakukan mulai bulan November 2013 hingga bulan April 2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Metode pengolahan data dan analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi berganda.

Hasil analisis regresi berganda diketahui bahwa koefisien korelasi bergandanya sebesar 0,471 ini berarti terdapat korelasi yang kuat antara variabel atribut produk, bauran promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk sepatu Converse (Survey Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UPN Veteran Yogyakarta). Sedangkan koefisien determinasinya sebesar 0,459, ini berarti variabel-variabel diatas memberikan sumbangan atau kontribusi pengaruh terhadap kinerja perusahaan sebesar 45,9%.

Kata kunci: atribut produk, bauran promosi, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.