

INTISARI

Atribut produk merupakan karakteristik yang melekat pada produk tersebut, ada dua tipe yang berbeda pada atribut produk yakni atribut berwujud yang merupakan karakteristik fisik produk dan atribut abstrak yang merupakan karakteristik subyektif suatu produk.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian *handphone* merek BlackBerry. Atribut produk yang dipilih sebagai variabel bebas adalah harga, mutu, merek, fisik dan layanan purna jual, serta variabel keputusan pembelian merupakan variabel terikat. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang memakai *handphone* BlackBerry, dan obyek penelitiannya adalah *handphone* BlackBerry. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh dua variabel X atau lebih terhadap satu variabel Y.

Hasil penelitian ini adalah semua variabel bebas berpengaruh terhadap keputusan pembelian *handphone* merek BlackBerry.

Kata kunci : Atribut produk dan keputusan pembelian

ABSTRACT

Product attributes are the inherent characteristics of the product, there are two different types on the attributes of tangible product attributes that are characteristic of the product physical and abstract attributes that are subjective characteristics of a product.

This research discusses the influence of product attributes to the BlackBerry brand mobile phone purchase decision. Selected product attributes as the independent variable is the price, quality, brand, physical and after-sales service, as well as the purchase decision variable is the dependent variable. The subject of this research were students Muhammadiyah University of Yogyakarta who use BlackBerry mobile phone, and the object of research is the BlackBerry mobile phone. This research uses multiple linear regression analysis to examine the effect of two or more X variables to one Y variable .

The results of this research were all independent variables affect the BlackBerry brand mobile phone purchase decision.

Key words: Product attributes and purchase decision