

## INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Chuzaimah dan Sujadi yang berjudul Analisis Antara Atribut Konsumen Dengan Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Buku di toko Buku Gramedia Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan dan tingkat pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, kemasan dan harga). Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor merek Supra X 125 cc yang berjumlah 100 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis *chi-square* dan koefisien kontingensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, penghasilan/bulan, pekerjaan dan pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, atribut fisik dan harga) dan atribut yang paling menentukan (paling kuat hubungannya) dalam keputusan membeli konsumen adalah pendidikan dan atribut fisik.

**Kata kunci:** hubungan, karakteristik konsumen, atribut produk

## ABSTRACT

*This research is replication from Chuzaimah and Sujadi research with the title is The Analysis Between Customer Characteristics with Product Attributes to Book's Purchase Decision in Gramedia's Book Store Surakarta . This research having a purpose to analyzing correlation between customer characteristics (gender, age, earning per month, job and education level) with product attributes (quality, brand, physical attribute and price). The sample collected using convenience sampling method. Responder in this research is customer who purchasing motor cycle with Supra X 125 cc brand's collected approximately to 100 people. Data obtained through primary data by sharing questionnaire to responder. Analyze data conducting by using chi-square analysis and coefficient contingency analysis.*

*Result of this research showing that get correlation between customer characteristics (gender, age, earning per month, job and education level) with product attributes (quality, brand, physical attribute and price) and attributes which very determining (strongest correlation) to customer purchasing decision is education and physical attribute.*

*Key words: relation, customer characteristic, product attribute*