

## ABSTRAK

**Upik Kariyana, NIM. 7111610009. Pengaruh Harga dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Ring Road Medan. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIMED Tahun 2015.**

Indikasi ketetapan harga dan daya tarik atribut produk merupakan variabel penting penyebab lampu Philips LED dibeli oleh konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara harga dan atribut produk dengan keputusan konsumen membeli Produk Lampu Philips LED Pada Home Centra Medan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pengunjung Home Centra Ring Road Medan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan metode *Solvin* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi dan angket. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi ganda dengan mendahulukan pengujian normalitas data sebagai syarat melanjutkan analisis.

Berdasarkan data hasil penelitian, diperoleh hasil persamaan regresi  $\hat{Y} = 10,347 + 0,224 X_1 + 0,243 X_2$ . Harga koefisien regresi  $X_1$  sebesar 0,224 dengan  $t_{hitung}$  4,514 dan signifikan 0,000 ( $p < 0,05$ ), maka secara parsial variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Harga koefisien regresi  $X_2$  sebesar 0,243 dengan  $t_{hitung}$  5,016 dan signifikan 0,000 ( $p < 0,05$ ), maka secara parsial variabel atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F anova diperoleh  $F_{hitung} = 39,684$  dengan signifikan 0,000 maka  $H_a$  diterima artinya koefisien regresi ganda adalah signifikan. Dengan demikian bahwa harga dan atribut produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk lampu philips LED pada Home Centra Ring Road Medan. Nilai *R square* sebesar 0,450 menyatakan bahwa besarnya pengaruh dari harga dan atribut produk terhadap keputusan pembelian yaitu sebesar 45% dan sisanya 55% variabel keputusan pembelian produk dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian seperti faktor pelayanan, citra merek, iklan dan lain-lain.

Dari hasil analisis ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen Produk Lampu Philips LED pada Home Centra Ring Road Medan.

**Kata Kunci** : Harga, Atribut Produk, Keputusan Pembelian

## ABSTRACT

**Upik Kariyana, NIM. 7111610009. The Effect of Price and Product Attributes Toward Consumer Purchase Decision Philips LED Lighting Products At Home Centra Ring Road Medan. Thesis Department of Management Faculty of Economics UNIMED 2015.**

Indications states price and appeal of the product attributes are important variables cause Philips LED lamps purchased by consumers. The purpose of study to determine whether is a relationship between price and product attributes with the consumer's decision to buy Philips LED Lighting Products At Home Centra Medan.

The population in study are all consumers visitor Home Centra Ring Road Medan. The sampling technique in study using method Solvin with a total sample of 100 people. Data collection techniques used were observation and questionnaires. The data analysis technique used is multiple regression analysis to prioritize data normality test as a condition for continued analysis.

Based on research data, obtained results of the regression equation  $Y = 10.347 + 0.224 X_1 + 0.243 X_2$ . Regression  $X_1$  coefficient of 0.224 to 4.514 and significant  $t_{count}$  0.000 ( $p < 0.05$ ), then the partial variable price positive and significant impact on purchase decision. Regression  $X_2$  coefficient of 0.243 to 5.016 and significant  $t_{count}$  0.000 ( $p < 0.05$ ), then the partial variable product attribute positive and significant impact on the purchase decision. The results test ANOVA  $F_{count} = 39.684$  with the significant 0,000 means  $H_a$  accepted of multiple regression coefficient is significant. Thus of price and product attributes simultaneously significant effect on purchasing decisions Philips LED lighting products at Home Centra Ring Road Medan. R square value of 0.450 states the magnitude impact of price and product attributes on purchasing decisions, namely by 45% and remaining 55% of product purchase decision variables can be explained by other variables outside of research a factor of service, brand image, advertising and others.

From the results of this analysis can be concluded that a significant difference between price and product attributes on consumer purchasing decisions Philips LED Lighting Products at Home Centra Ring Road Medan.

Keywords: Price, Product Attributes, Purchase Decision