

ABSTRAK

“Pengaruh Diferensiasi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018(Studi pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar)”. Disusun oleh Indah Purnamasari. Dibimbing oleh Dr. Apri Budianto., M.M dan Mujaddid Faruk, S.E., M.M.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Atribut Produk terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis Diferensiasi dan Atribut Produk terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar. Metode Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan Analisis Koefisien Korelasi dan Analisa Regresi Berganda.

Hasil penelitian diperoleh (1) Variabel diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar (2) Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar (3) secara simultan diferensiasi produk dan Atribut produk terhadap keputusan Pembelian Motor Honda Beat Series Tahun 2018 pada Dealer Astra Motor Honda Kota Banjar.

Penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut: 1. Dalam melaksanakan diferensiasi produk harus lebih baik lagi kedepannya, karena dengan melaksanakan diferensiasi produk yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian .2. Dealer Astra Honda Motor Kota Banjar memiliki atribut produk yang baik, agar dapat bersaing dengan perusahaan lain atribut produk tersebut harus dipertahankan dan sebaiknya lebih meningkatkan kualitas produk terutama daya tahan produk, karena dengan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. 3. Mengingat pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk ,fitur produk, gaya dan desain produk, juga terdapat tahapan atau proses keputusan pembelian, maka sebaiknya perusahaan memberikan perhatian yang lebih kepada hal tersebut yang telah teruji dan nyata memberikan pengaruh keputusan pembelian. 4. Dikarenakan keterbatasan penulis dalam penelitian sebaiknya ada peneliti lain yang melakukan penelitian lebih lanjut sehubungan dengan variabel ini yang diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Diferensiasi, Atribut Produk, Keputusan Pembelian.