

ABSTRAK

Setyoning Asiyatu Tiva, B54210063. 2014. Pengaruh *Product Attribute* terhadap *Purchasing Decision* di COFFEE TOFFEE® Post Shop Surabaya. Skripsi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Terdapat beberapa hal yang menjadi fokus masalah dalam penelitian ini, yaitu (1) Bagaimana pengaruh kualitas, fitur, desain, merek, kemasan, label, dan layanan pelengkap secara simultan terhadap *purchasing decision* di COFFEE TOFFEE® Post Shop Surabaya? (2) Bagaimana pengaruh kualitas, fitur, desain, merek, label, kemasan, dan layanan pelengkap secara parsial terhadap *purchasing decision* di COFFEE TOFFEE® Post Shop Surabaya? (3) Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap *purchasing decision* di COFFEE TOFFEE® Post Shop Surabaya?

Untuk mengungkap masalah tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasional untuk mendeteksi sejauh mana *product attribute* berkaitan dengan *purchasing decision* di COFFEE TOFFEE® Post Shop Surabaya dengan *product attribute* sebagai variabel independen dan *purchasing decision* sebagai variabel dependen. Untuk mengukur hal itu, penulis menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen COFFEE TOFFEE® Post Shop selama bulan Juni 2014. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan Analisis Regresi Linier berganda, analisis korelasi ganda, analisis determinasi, Uji F, dan Uji T.

Dari penelitian ini didapatkan persamaan regresi Y (*purchasing decision*) = $-2,001 + 0,341X_1$ (kualitas) - $0,078X_2$ (fitur) - $0,062X_3$ (Desain) + $0,521X_4$ (Merek) + $0,113X_5$ (kemasan) - $0,066X_6$ (labelling) + $0,133X_7$ (layanan pelengkap). Secara simultan, variabel-variabel *product attribute* berpengaruh terhadap *purchasing decision* yang ditunjukkan dengan nilai F sebesar 14,789. Secara parsial, variabel *product attribute* yang berpengaruh secara signifikan terhadap *purchasing decision* adalah kualitas dengan nilai t sebesar 3,424 dan merek dengan nilai t sebesar 3,645.

Kata Kunci: *Product Attribute* (kualitas, fitur, desain, merek, kemasan, *labelling*, dan layanan pelengkap), *Purchasing Decision*.