

ABSTRAK

Penelitian ini menjelaskan mengenai atribut produk yang paling dominan yang berhubungan dengan pengaruh atribut dalam melakukan keputusan pembelian. Atribut-atribut tersebut adalah harga, ukuran, kemasan, merek, rasa, dan manfaat. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang pernah menggunakan atau sedang menggunakan produk suplemen minuman penambah energi dan berdomisili di Kecamatan Kraton, Yogyakarta.

Metode analisis yang digunakan adalah model Regresi Linear Berganda dengan melihat hasil ada tidaknya pengaruh antara dua variabel atau lebih variabel bebas (X) terhadap variabel terikat Y. Dari hasil Regresi Linear Berganda ternyata didapat bahwa atribut yang paling dominan dari produk suplemen minuman penambah energi menurut preferensi konsumen terhadap keputusan beli adalah atribut manfaat.

Hasil dari penelitian ini memberikan beberapa saran bagi perusahaan/produsen produk minuman penambah energi yang berhubungan dengan atribut yang paling dominan terhadap keputusan beli konsumen yaitu bahwa atribut manfaat merupakan atribut yang paling dominan, maka sebaiknya pihak perusahaan harus memprioritaskan peningkatan pada atribut ini, karena keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor manfaat yang akan didapat atau dirasakan setelah mengkonsumsi produk suplemen minuman penambah energi. Langkah yang dilakukan adalah dengan memproduksi minuman suplemen yang sehat, segar, siap pakai (langsung dapat dikonsumsi) dan mampu menambah energi ketika badan terasa lemas serta yang tidak mempunyai efek samping.