

ABSTRAK

“Pengaruh Anggaran dan Atribut Produk Terhadap Preferensi Konsumen Jilbab Zoya (Survey Pada Masyarakat Komplek Baleendah Permai, Kabupaten Bandung)” dibawah bimbingan Prof.Dr.H.Eeng Ahman, Ms dan Dr.H.Amir Machmud,SE,M.Si

**Oleh :
Neti Nur Haniyyah
1203694**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen Jilbab Zoya di Komplek Baleendah Permai, Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey eksplanatory dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner sebagai alat pengumpul data. Teknik pengambilan sampel menggunakan *sample random sampling* dengan jumlah 315 dari populasi sebanyak 1.501 masyarakat wanita. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskripsi dan analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggaran dan atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen. Adapaun besarnya pengaruh variabel tersebut sebesar 29% yang berarti bahwa dalam model tersebut memiliki hubungan sebesar 29% dari variabel bebas (anggaran dan atribut produk) mempengaruhi variabel terikat (preferensi konsumen) dan 71% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci : Anggaran, Atribut Produk, Preferensi Konsumen

ABSTRACT

“The effect of budget and products attribute toward Jilbab Zoya costumers preference(Survey according to women citizen of Komplek Baleendah Permai, district Bandung)” under the guidance of Prof.Dr.H.Eeng Ahman, Ms and Dr.H.Amir Machmud,SE,M.Si

**By :
Neti Nur Haniyyah
1203694**

This research aims to analyze the factors which affected *Jilbab Zoya* customers preference in Komplek Baleendah Permai, district Bandung. The method which is applied in this research is survey explanatory method with collecting the data through distributing questionnaires. The technique of taking the sample is applying sample random sampling with the amount of 315 from 1.501 populations of women citizens. The data technique analysis which are used are description analysis and multiple linear. The result of the research shows that budget and product attribute affecting positively and significant toward customers preference. The amount of variable influence is 29% which has a relation to free variable (budget and product attribute) that influenced the band variable (customers preferences) and 71% is influenced by other variable beyond the model

Keyword : Budget, Product Attribute, Customers Preference