

## ABSTRAK

Eki Yansa Nugraha (0804590), “Atribut Produk Pensil 2B *Staedtler* Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Siswa Kelas 3 SMA Negeri 23 Bandung Pengguna Pensil 2B *Staedtler*)” Di bawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE.,AK.,MBA dan Heny Hendrayati, S.IP.,MM

Seiring dengan berkembangnya dunia pendidikan di Indonesia, pemerintah menerapkan sistem kelulusan Ujian Akhir Nasional (UAN) pertama kali sejak tahun 2004 bagi siswa SD, SMP dan SMA. Dimana pada saat mengerjakan soal ujian, siswa harus menggunakan pensil jenis 2B untuk menghitamkan jawaban. Penyelenggaraan ujian nasional menjadi kesempatan bagi produsen pensil 2B untuk meningkatkan penjualan. Persaingan dikategori produk pensil hitam sekarang ini cukup kompetitif, *Staedtler* harus dapat menyiapkan strategi dalam mencermati keinginan dan kebutuhan target konsumennya khususnya pelajar, serta meningkatkan kualitas produknya sehingga dapat menaikkan jumlah penjualan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran atribut produk, keputusan pembelian dan sejauh mana pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling*, populasi penelitian merupakan siswa kelas 3 di SMA Negeri 23 Bandung pengguna pensil 2B *Staedtler* yang berjumlah 120, dan dengan menggunakan rumus sampel, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis menggunakan koefisien korelasi *pearson product moment*, dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil pengolahan data kuesioner menunjukkan bahwa atribut produk dan keputusan pembelian berada pada kategori tinggi. Hasil perhitungan regresi sederhana didapat persamaan  $Y = 22,511 + 0,664X$  dengan *R-square* sebesar 26,01% yang berarti bahwa besarnya pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 26,01% sedangkan sisanya 73,99% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Saran untuk penelitian berikutnya diharapkan peneliti melakukan studi terhadap pensil 2B *Staedtler* secara lebih luas dengan mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti harga, citra merek, promosi, dan lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian.

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

## ABSTRACT

Eki Yansa Nugraha (0804590), "**Product Attributes 2B *Staedtler* Pencil And Influence Purchasing Decisions (Survey On 3rd Grade Students of 23 Senior High School Bandung Users *Staedtler* Pencil 2B)**" Under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE.,AK.,MBA and Heny Hendrayati, S.IP.,MM

Along with the development of education in Indonesia, the government introduced a system of passing the National Final Examination (UAN) the first time since 2004 for elementary, junior high and high school. Where do the problems at the time of the exam, students must use a 2B pencil to blacken the type of answer. Implementation of the national exam to be an opportunity for manufacturers to increase sales of pencils 2B. Competition category of products black pencil is pretty tight right now, *Staedtler* should be able to prepare a strategy in scrutinizing the wants and needs of your target customers especially for students and to improve the quality of their products so as to increase sales volume.

The purpose of this study was to describe the attributes of the product, purchasing decisions and the extent to which product attributes influence on purchase decisions. Type of research is descriptive research and verification. The sampling technique used was simple random sampling, the study population is a third grade student at 23 Senior High School Bandung users *Staedtler* pencil 2B, amounting to 120, and by using the formula samples, obtained total sample of 100 respondents. Engineering analysis using Pearson product moment correlation coefficient and simple linear regression analysis.

The results of the questionnaire showed that the data processing product attributes and purchase decisions that are in the high category. Simple regression calculation results obtained equation  $Y = 22.511 + 0.664 X$  with R-square of 26.01%, which means that the magnitude of the effect of product attributes on purchase decisions amounted to 26.01%, while the remaining 73.99% is influenced by other factors not examined by researchers. Suggestions for the next study is expected to researchers conducted a study of *Staedtler* 2B pencil more broadly as by considering other factors such as price, brand image, promotion, and others who influence purchase decisions.

**Keywords: Product Attributes, Purchase Decision**