

# **ANALISIS PENGARUH ATRIBUT PRODUK NEW HONDA JAZZ DAN KUALITAS PELAYANAN JASA PT. HONDA PROSPECT MOTOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

Jonathan Armanda – 0900793073

Hartono – 0900833676

## **ABSTRAK**

Dengan semakin berkembangnya perusahaan otomotif yang memiliki berbagai macam produk baru membuat para konsumen berhati-hati dalam melakukan pembelian. Maraknya persaingan antar perusahaan otomotif ditandai dengan banyaknya perusahaan melakukan pengembangan produk baru dan meningkatkan kualitas pelayanannya, dan konsumen akan dihadapkan pada berbagai pertimbangan untuk melakukan keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana atribut produk dan kualitas pelayanan yang telah diberikan PT. Honda Prospect Motor kepada konsumen serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen.

Metode penelitian yang dilakukan adalah melakukan penyebaran kuesioner serta melakukan analisa jalur serta koefisien korelasi pearson untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat dan signifikan antara atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen dimana kedua-duanya bersama-sama mempengaruhi dan berkontribusi terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci : *Atribut Produk, Pengembangan Produk Baru, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian Konsumen***