

PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE

ABSTRAK

Fashion merupakan salah satu pilihan bisnis yang sangat menarik dan menguntungkan. Di era ini semua manusia membutuhkan *fashion* yang dapat mencerminkan dirinya, karena pada zaman ini *first impression* sangatlah penting. Seorang individu yang memberikan *first impression* yang baik akan membuat dirinya diterima, dihargai, dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Salah satu produk *fashion* yang penting untuk menunjang penampilan adalah sepatu. Penelitian ini dilatarbelakangi dengan apakah ada keterkaitan antara atribut produk dengan keputusan pembelian pada produk *fashion* yaitu sepatu, studi ini dilakukan dengan meneliti atribut produk sepatu dari merek Customade.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis deskriptif dan kausal. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* dengan teknik *simple random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 74 responden yang didapat dari hitungan dengan rumus Slovin. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis linear sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian sebesar 48.5%, sedangkan sisanya sebesar 41.5% dipengaruhi factor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Atribut Produk, Keputusan Pembelian, *Fashion*