

ABSTRAK

Keputusan pembelian berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk memilih sebuah produk dari beberapa pilihan alternatif yang dilakukan oleh seorang pelanggan. Kenaikan harga masker pada era pandemi dan berbagai atribut produk masker berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan saat membeli masker. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga dan atribut produk masker terhadap keputusan pembelian masker di Kecamatan Kota Lumajang. Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi dan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan masker di Toko Venus, Alfamart, Indomaret dan apotek Manjur Jaya di Kecamatan Kota Lumajang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan menggunakan *sampling purposive* sebagai teknik pengambilan sampel. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 60 responden. Data penelitian yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Dari hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan atribut produk tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian masker yang dilakukan oleh pelanggan baik di toko ataupun di apotek. Peningkatan harga masker dan atribut produk masker yang beragam seperti gaya dan desain masker tidak lagi menjadi pertimbangan pelanggan saat membeli masker, karena masker sudah menjadi kebutuhan wajib bagi masyarakat.

Kata Kunci : harga, atribut produk, keputusan pembelian

ABSTRACT

Purchasing decisions are related to the decision making process to choose a product from several alternative choices made by a customer. The increase in the price of masks in the pandemic era and various attributes on masks on purchasing decisions for masks in Lumajang City District. In this study using quantitative methods. The data in this study were obtained through observation and questionnaires. Questionnaires were distributed by distributing questionnaires to mask customers at Venus, Alfamart, Indomaret and Manjur Jaya pharmacies in Lumajang City District. The sampling technique used in this study is nonprobability sampling using purposive sampling as a sampling technique. The number of research respondents in study were 60 respondents. The research data that has been collected is then analyzed using multiple linear regression analysis. From the test results in this study indicate that the price and product attributes do not have a significant influence on the purchasing decisions of masks made by customers either in stores or in pharmacies. The increase in mask prices and various mask product attributes such as mask styles and designs are no longer a customer consideration when buying masks, because masks have become a mandatory requirement for the community.

Keywords : price, product attributes, purchase decision

