

ABSTRAK

PENGARUH INOVASI PRODUK, ATRIBUT PRODUK DAN IKLAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL VIVO

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk, atribut produk dan iklan dengan keputusan pembelian konsumen Pada Ponsel Vivo. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan ponsel Vivo. Variable dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen Pada Ponsel Vivo, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini adalah inovasi produk, atribut produk, iklan. Analisis menggunakan regresi linear berganda Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Vivo.; 2) atribut produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Vivo.; 3) iklan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian ponsel Vivo.

Kata Kunci: Inovasi Produk, Atribut Produk, Iklan, Keputusan pembelian.

ABSTRACT

**THE EFFECT OF PRODUCT INNOVATION, PRODUCT ATTRIBUTES AND
ADVERTISEMENT OF CONSUMER BUYING DECISION ON VIVO**

ABSTRACT

This study aims to test the influence of product innovation, product attributes and advertisements with consumer purchase decisions on Vivo Mobile. This type of research is quantitative research on causality. The research samples were using Vivo mobile phones. Samples taken with the Random Sampling technique. Data is collected using questionnaires. Varibael tied to the research is a decision of consumer purchase on Vivo Mobile, While the free variables in this research are product innovation, product attributes, advertising. Analysis conducted using classical assumption test methods, coefficients of determinations, and multiple linear regression. The results showed that: 1) Product innovations have significant effect on Vivo's mobile purchase decisions; 2) Product attributes significant effect on Vivo's mobile purchase decision; 3) Ad significant effect on Vivo's mobile purchase decision

Keywords: *Product Innovation, Product Attributes, Advertisement and Purchasing Decision.*