

# **PENGARUH ATRIBUT PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *PERSONAL SELLING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OSTEOCARE DI PT VITABIOTICS UTAMA INDONESIA YOGYAKARTA**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Atribut Produk, Persepsi Harga dan *Personal Selling* terhadap Keputusan Pembelian Osteocare di PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 pelanggan PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta yang membeli Osteocare karena pengaruh salesman sebagai sarana *Personal Selling*. Hasil uji instrumen menyatakan bahwa data dalam penelitian ini terbukti valid dan reliabel. Pada uji asumsi klasik dinyatakan bahwa data dalam penelitian ini terdistribusi secara normal dan menghasilkan model regresi yang bebas dari multikolinearitas, heteroskedastisitas. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa: (1) Atribut Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Osteocare di PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta, (2) Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Osteocare di PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta, (3) *Personal Selling* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Osteocare di PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta. Temuan dalam penelitian ini membawa implikasi bagi perusahaan Vitabiotics untuk melakukan evaluasi desain kemasan suplemen Osteocare secara berjangka agar meningkatkan daya tarik Atribut Produk dan menumbuhkan minat konsumen untuk membeli. Selain itu, perusahaan juga harus melakukan evaluasi dalam penetapan harga agar suplemen Osteocare dapat dijangkau oleh masayarakat pada umunya tanpa kesulitan karena harga yang tinggi. Dan perusahaan harus meningkatkan kualitas sumber daya manusia atau *salesman* saat memberikan penawaran kepada konsumen dengan memberikan fasilitas seminar sebelum melakukan *Personal Selling*.

**Kata kunci:** Atribut Produk, Persepsi Harga, *Personal Selling*, Keputusan Pembelian

**THE ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT  
ATTRIBUTES, PRICE PERCEPTION  
AND PERSONAL SELLING ON DECISIONS  
PURCHASE OF OTEOCARE AT PT VITABIOTICS  
MAIN INDONESIA YOGYAKARTA**

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effect of Product Attributes, Price Perception and Personal Selling on Osteocare Purchase Decisions at PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta. This research was conducted using a quantitative approach. Primary data collection was carried out by distributing questionnaires to 100 customers of PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta who bought Osteocare because of the influence of salesmen as a means of personal selling. The results of the instrument test stated that the data in this study proved to be valid and reliable. In the classical assumption test, it is stated that the data in this study are normally distributed and produce a regression model that is free from multicollinearity, heteroscedasticity. The results of this study prove that: (1) Product Attributes have a significant effect on Osteocare purchasing decisions at PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta, (2) Price Perceptions have a significant effect on Osteocare purchasing decisions at PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta, (3) Personal Selling has a significant effect on decision to purchase Osteocare at PT Vitabiotics Utama Indonesia Yogyakarta. The findings in this study have implications for the Vitabiotics company to evaluate the packaging design of Osteocare supplements on a periodic basis in order to increase the attractiveness of product attributes and foster consumer interest in buying. In addition, companies must also evaluate in pricing so that Osteocare supplements can be reached by the public in general without difficulty due to high prices. And companies must improve the quality of human resources or salesmen when providing offers to consumers by providing seminar facilities before conducting Personal Selling.*

**Keywords:** *Product Attributes, Price Perception, Personal Selling, Purchase Decision*