

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis; Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian produk pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya; Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya; Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kausal komparatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian pada toko perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya, karena populasi penelitian ini sangat besar dan tidak terbatas (*infinite*), maka dalam penentuan sampel penelitian ini digunakan rumus Lemeshow, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga jumlah sampel diperoleh sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis adalah regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Atribut produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya; Kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya; Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada keputusan pembelian pada Toko Perlengkapan ABRI Santy Sembada 10 Surabaya.

Kata kunci: Atribut Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

*This research aimed to examine and analyze the effect of product attribute, product quality, and service quality on the purchasing decisions of ABRI equipment store Santy Sembada 10 Surabaya. The research was causal-comparative. Moreover, the population was customers who had purchased the product of ABRI equipment at the store of Santy Sembada 10 Surabaya. As the population was very large and unlimited (infinite), Lemeshow formula was taken. In line with that, there were 100 respondents as the sample. Moreover, the data collection technique used purposive sampling. The data were primary. Furthermore, the instrument in the data collection technique used questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression. The result of the hypothesis test (t-test) showed that product attribute, product quality, and service quality had a significantly positive effect on purchasing decisions. In other words, the three independent variables, namely product attribute, product quality and service quality became the main factors of the customers' consideration in the purchasing decisions at ABRI equipment store Santy Sembada 10 Surabaya.*

*Keywords : Product Attribute, product quality, purchasing Decisions*

