

## ABSTRAK

**Pengaruh Atribut Produk Dan Tingkat Sosial Terhadap Keputusan  
Pembelian Seprei Bonita Dengan Citra Merek Sebagai  
Variabel Intervening  
(Studi Kasus Pada Toko Amanah Di Afdeling I Pabatu Desa Penonggol)**

**Jihan Hafijah**

Prodi S1 Manajemen STIE Bina Karya Tebing Tinggi

[jihanhafijahdsoremanajemen@gmail.com](mailto:jihanhafijahdsoremanajemen@gmail.com)

**Dosen Pembimbing I:**

**Sri Winda Hardiyanti Damanik, S.Pd, M.Si**

**Dosen Pembimbing II:**

**Dr. Imelda Mardayanti, SH, M.Kn**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Atribut Produk Dan Tingkat Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Seprei Bonita Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Toko Amanah Di Afdeling I Pabatu Desa Penonggol). Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Sprei Bonita di Toko Amanah Afdeling I Pabatu Desa penonggol berjumlah 35 orang. Sampel yang diambil sebanyak 35 responden dengan menggunakan metode total sampling karena jumlah sampel relatif kecil. Metode analisis regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda dan untuk menguji hipotesis digunakan uji t dan uji analisis jalur. Data hasil penelitian dianalisis atau diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 25. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa atribut produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, tingkat sosial tidak berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, atribut produk berpengaruh terhadap variabel citra merek, tingkat sosial berpengaruh terhadap variabel citra merek, citra merek berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, citra merek berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, tingkat sosial berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

**Kata kunci : Atribut produk, Tingkat Sosial, Keputusan Pembelian, Citra Merek**

## **ABSTRACT**

***The Influence of Product Attributes and Social Level on Purchase Decisions of Bonita Sheets With Brand Image As Intervening Variables  
(Case Study of Amanah Stores in Afdeling I Pabatu, Penonggol Village)***

**Jihan Hafijah**

*S1 Management Study Program STIE Bina Karya Tebing Tinggi*

[jihanhafijahdsoremanajemen@gmail.com](mailto:jihanhafijahdsoremanajemen@gmail.com)

***Supervisor I:***

**Sri Winda Hardiyanti Damanik, S.Pd, M.Si**

***Supervisor II:***

**Dr. Imelda Mardayanti, SH, M.Kn**

*This study aims to find out how the influence of product attributes and social level on purchasing decisions of Bonita sheets with brand image as an intervening variable (Case Study at Amanah Stores in Afdeling I Pabatu, Penonggol Village). The population in this study were Bonita Bed Sheet Consumers at the Amanah Shop Afdeling I Pabatu, Penonggol Village, totaling 35 people. Samples were taken as many as 35 respondents using the total sampling method because the number of samples was relatively small. The regression analysis method used is multiple linear regression and to test the hypothesis used the t test and path analysis test. The research data were analyzed or processed using the SPSS version 25 program. From the results of this study it can be concluded that product attributes have an effect on the purchase decision variable, social level has no effect on the purchase decision variable, product attributes have an effect on brand image variable, social level has an effect on brand image variable, brand image influences purchasing decision variable, brand image influences purchasing decision variable, social level influences purchasing decision variable.*

***Keywords: Product Attributes, Social Level, Purchase Decision, Brand Image***

**TEBING TINGGI**