

## INTISARI

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian Chuzaimah dan Sujadi yang berjudul Analisis Antara Atribut Konsumen Dengan Atribut Produk Dalam Keputusan Pembelian Buku di toko Buku Gramedia Surakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, pendapatan, pekerjaan dan tingkat pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, kemasan dan harga). Metode pengambilan sampel menggunakan *convenience sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli HP merek Sony Ericsson yang berjumlah 130 orang. Data diperoleh melalui data primer dengan cara mengajukan kuesioner kepada responden. Analisis data yang dilakukan menggunakan analisis *chi-square* dan koefisien kontingensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara karakteristik konsumen (jenis kelamin, usia, usia, pendapatan, pekerjaan dan tingkat pendidikan) dengan atribut produk (kualitas, merek, kemasan dan harga) dan variabel yang paling menentukan (paling kuat hubungannya) dalam keputusan membeli konsumen adalah variabel pendapatan dan kemasan.

**Kata kunci:** hubungan, karakteristik konsumen, atribut produk