

ABSTRAK

Paper bag merupakan alat atau wadah untuk membawa suatu barang yang terbuat dari kertas. Alat atau wadah itu sendiri ialah tas kertas dengan bermacam – macam bahan atau material. *Paper bag* KIKY ini berbentuk persegi dan persegi panjang berbahan kertas dilapisi foil plastik diberi tali diantara dua sisi sebagai pegangan yang terbuat dari rotan tipis. *Paper bag* yang di produksi oleh KIKY memiliki berbagai macam motif mulai dari batik sampai motif anak – anak. adanya persaingan dari produk *paper bag* Cina menjadikan PT Solo Murni berupaya untuk meningkatkan dari sisi atribut produk. Kualitas produk *paperbag* KIKY menggunakan bahan kertas terbaik dan berkualitas dibandingkan pesaingnya yang memiliki produk yang sama tetapi hanya menggunakan bahan yang tipis dan mudah rusak sedangkan konsumen lebih mengutamakan kualitas produk terlebih dahulu. Berdasarkan dari segi citra merek yang dimiliki oleh perusahaan, telah memberikan produk – produk yang berkualitas dan dikenal di ajang nasional maupun internasional menuai kesuksesan dengan segudang penghargaan, salah satunya sebagai pemenang Indonesia digital popular *brand award* 2018. Tetapi kedua faktor tersebut tidak mampu meningkatkan penjualan yang diperoleh *paper bag* Kiky sehingga perlu dilakukan peninjauan kembali. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode deskriptif dan verifikatif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini, yaitu konsumen yang akan melakukan pembelian *paper bag* Kiky. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan pengujian hipotesis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tanggapan konsumen mengenai atribut produk, citra merek, dan keputusan pembelian *paperbag* Kiky serta untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara atribut produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian *paperbag* Kiky. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara atribut produk terhadap proses keputusan pembelian *paper bag* Kiky dan terdapat pengaruh antara citra merek terhadap proses keputusan pembelian *paper bag* Kiky serta terdapat pengaruh secara simultan antara atribut produk dan citra merek terhadap proses keputusan pembelian *paper bag* Kiky.

Kata Kunci: Atribut Produk, Citra Merek dan Proses Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

A paper bag is a tool or container for carrying items made of paper. The tool or container itself is a paper bag with various materials. These KIKY paper bags are square and rectangular made from paper coated with plastic foil with a rope between the two sides as a handle made from thin rattan. The paper bags produced by KIKY have various motifs ranging from batik to children's motifs. The existence of competition from Chinese paper bag products has made PT Solo Murni strive to improve in terms of product attributes. The quality of KIKY paperbag products uses the best and highest quality paper materials compared to its competitors who have the same products but only use materials that are thin and easily damaged, while consumers prioritize product quality first. Based on the brand image owned by the company, it has provided quality products and is known at national and international levels and has achieved success with a multitude of awards, one of which is the winner of the 2018 Indonesia Digital Popular Brand Award. However, these two factors were not able to increase sales. Kiky's paper bag was obtained so a review needed to be carried out. The research methods used are descriptive and verification methods. The sample used in this research is consumers who will purchase Kiky paper bags. Data processing was carried out using multiple linear regression, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. This research aims to find out how consumers respond regarding product attributes, brand image and purchasing decisions for Kiky paper bags and to find out whether there is a simultaneous influence between product attributes and brand image on purchasing decisions for Kiky paper bags. Based on the research results, it can be concluded that there is an influence between product attributes on the Kiky paper bag purchasing decision process and there is an influence between brand image on the Kiky paper bag purchasing decision process and there is a simultaneous influence between product attributes and brand image on the Kiky paper bag purchasing decision process.

Keywords: Product Attribute, Brand Image and Purchasing Decision Process.