ABSTRAK

Ginar Kartika Nulandari / 21408008 / Analisis Atribut Produk Pisang ijo Justmine(Studi Kasus Pada Cafe Pisang Ijo Justmine Di Metro Indah Mall Bandung) / Dibawah Bimbingan Rizki Zulfikar, SE.,M.Si.

Atribut produk sangat penting baik bagi konsumen sebagai dasar dalam melakukan pembeliannya dan bagi perusahaan agar bisa dan tetap menjaga kelangsungan hidup perusahaannya,dikarenakan tanpa adanya atribut produk tidak akan terjadi pembelian maupun penjualan karena konsumen akan melirik atribut yang melekat pada setiap produknya sebelum membeli tapi tidak semua atribut akan dilirik oleh konsumen,maka setiap perusahaan harus bisa memilahmilih atribuy mana yang harus tetap di jaga dan di perbaiki.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini adalah untuk menganalisis tanggapan responden terhadap atribut produk pisang ijo justmine pada Cafe Pisang Ijo Justmine di Metro Indah Mall Bandung yang meliputi Merek, Rasa, Kemasan, Ukuran dan atribut produk yang memiliki kinerja yang mendominasi untuk dijadikan dasar konsumen dalam melakukan pembelian.

Penulis menggunakan metode analisis deskriftif dalam penelitian ini dan model pendekatan Fishben ,objek penelitian pelaksanaan atribut produk pisang ijo justmine pada Cafe Pisang Ijo Justmine di Metro Indah Mall Bandung. Adapun teknik pengumpulan data adalah dengan melakukan studi kepustakaan (*Liblary Research)* studi lapangan (*Field Research).*

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menganalisa bahwa atribut produk pisang ijo justmine pada Cafe Pisang Ijo Justmine di Metro Indah Mall Bandung berada pada kategori cukup baik dimana nilai total tanggapan respondennya berjumlah **3349** (67%) .

Kata kunci: Atribut Produk

ABSTRACT

Ginar Kartika Nulandari / 21408008 / *The Analysis Of Product Pisang Ijo Justmine (Study of Case At Cafe Pisang Ijo Justmine in Metro Indah Mall Bandung) / under guidance Rizki Zulfikar, SE.,M.Si.*

product attributes Increasingly widespread in the field of culinary business is because currently the culinary field are loved by people. Development must consider the attributes of their products because it is the basis of product attributes do consumers in buying. of the authors conducted a study of Pisang Ijo Justmine Bandung.

The author's intent to do research is to analyze the responses of respondents to the product attributes at Cafe Pisang Ijo Justmine in Metro Indah Mall Bandung which includes the brand, taste, packaging, size and product attributes that have a dominating performance to base the consumer in making a purchase .

The author uses descriptive analytical method in this study and model Fishben approach, the implementation of the research object attributes banana products ijo Ijo justmine at Pisang Ijo Justmine in Metro Indah Mall Bandung. The data collection techniques is to do a literature study (Libelary Research) field studies (Field Research).

*Based on research that has been the author, the writer can analyze that the product attributes justmine green bananas at Pisang Ijo Justmine in Metro Indah Mall Bandung is in a category quite well where the value of total responses totaled **3349** respondents (67%).*

Key words*:* Product Attributes