

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KOPI GOBAN DI
KABUPATEN BEKASI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat dalam mendapatkan gelar S.Bns.



Disusun Oleh:

Fauzan Nur Hidayatullah

1901208

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2023

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi/tesis dengan judul "**Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM Kopi Goban**" ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri.

Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 18 Juli 2023



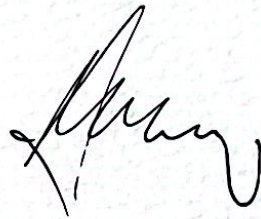
Fauzan Nur Hidayatullah

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA UMKM KOPI GOBAN DI KABUPATEN BEKASI

Tasikmalaya, 18 Juli 2023

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I



Dr. Krisna Sujaya, M.Pd.

NIP 195906191989031003

Pembimbing II



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.

NIP 92017121991020201

Diketahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.

NIP 92017121991020201

ABSTRAK

Tingkat persaingan dalam dunia bisnis yang semakin ketat, mendorong seluruh perusahaan yang ada di dunia untuk berinovasi menciptakan suatu produk yang dapat menarik minat konsumen. Objek yang dipilih dalam penelitian ini adalah UMKM Kopi Goban dengan pertimbangan tingginya persaingan usaha di wilayah tersebut dan menurunnya penjualan UMKM tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-verifikatif. Populasi pada penelitian ini yaitu followers instagram UMKM Kopi Goban sebanyak 888 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik slovin sehingga sampel yang digunakan sebanyak 90 konsumen. Teknik pengumpulan data melalui wawancara serta pengisian kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji regresi sederhana, uji t dan uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara diferensiasi produk dengan keputusan pembelian sebesar 74,3 persen, sisanya 25,7 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini seperti faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian, UMKM

ABSTRACT

The level of competition in the business world is getting tougher, encouraging all companies in the world to innovate to create a product that can attract consumers. The object chosen in this study is Goban Coffee MSMEs with the consideration of high business competition in the region and declining sales of these MSMEs. This study aims to analyze and determine the effect of product differentiation on purchasing decisions. This type of research is quantitative with a descriptive-verification approach. The population in this study is Goban Coffee MSMEs Instagram followers as many as 888 people. The sampling technique used is the slovin technique so that the sample used is 90 consumers. Data collection techniques through interviews and filling out questionnaires. The data analysis technique used is descriptive statistics, classic assumption test, simple regression test, t test and coefficient of determination test. The results of the study indicate that there is a positive influence between product differentiation and purchasing decisions of 74.3 percent, the remaining 25.7 percent is influenced by other variables not examined in this study, such as social factors, personal factors, and psychological factors.

Keyword: *Product Differentiation, Purchasing Decisions, MSMEs*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	6
2.1.2 Diferensiasi Produk.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	29
3.2.1 Metode Penelitian.....	29
3.2.2 Desain Penelitian.....	30

Fauzan Nur Hidayatullah, 2023

*PENGARUH DIREFENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM KOPI GOBAN
DI KABUPATEN BEKASI*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.3	Operasionalisasi Variabel	32
3.4	Sumber Data dan Alat Pengumpul Data.....	36
3.4.1	Sumber Data.....	36
3.5	Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Data.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5.3	Sampel.....	37
3.6	Uji Instrumen Penelitian.....	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Realibilitas.....	39
3.7	Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	40
3.7.1	Statistik Deskriptif	40
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	40
3.7.3	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Profil Perusahaan.....	44
4.2	Uji Instrumen.....	44
4.2.1	Uji Validitas	44
4.2.2	Uji Reliabilitas	45
4.3	Hasil Penelitian.....	45
4.3.1	Gambaran Responden	45
4.3.1	Gambaran Diferensiasi Produk dan Keputusan Pembelian	46
4.3.2	Deskripsi Data Diferensiasi Produk.....	47
4.3.3	Deskripsi Data Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	48
4.3.4	Uji Asumsi Klasik.....	49
4.3.5	Analisis Regresi Sederhana.....	52

4.3.6	Uji T	52
4.3.7	Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.4	Pembahasan	53
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		56
5.1	Kesimpulan.....	56
5.2	Implikasi.....	56
5.3	Rekomendasi	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN.....		62
RIWAYAT HIDUP		86

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	32
Tabel 3. 2 Bobot Skala Likert	37
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	46
Tabel 4. 4 Jenis Kelamin.....	46
Tabel 4. 5 Stastistik Deskriptif.....	47
Tabel 4. 6 Persentasi Skor Per Indikator Variabel X	48
Tabel 4. 7 Kategori Interval	48
Tabel 4. 8 Persentasi Skor Per Indikator Variabel Y	49
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov.....	50
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	53
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Kopi Goban Tahun 2022.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	27
Gambar 3. 1 Prosedur Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Hasil Uji Histogram.....	49
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	50
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	62
Lampiran 2 Tabulasi Data Responden (Variabel X).....	70
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Diferensiasi Produk).....	78
Lampiran 4 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	80
Lampiran 5 Hasil Pengujian Statistik Deskriptif	81
Lampiran 6 Hasil Pengujian Normalitas	82
Lampiran 7 Hasil Pengujian Multikolinearitas	83
Lampiran 8 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	84
Lampiran 9 Hasil Pengujian Hipotesis.....	85

DAFTAR PUSTAKA

- Ansyari, M. R. (2016). Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian motor Honda (Studi kasus pada pegawai kantor dinas pendapatan daerah provinsi Kalimantan Timur). *E-journal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 605-619.
- Apriawal, J. (2022). Resiliensi pada karyawan yang mengalami pemutusan hubungan kerja (PHK). *Jurnal Ilmu Psikologi dan Kesehatan*, 1(1), 27-38.
- Asmini, A., Pamungkas, B. D., & Astuti, N. (2019). Analisis pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen (Studi konsumen Tupperware di kelurahan Bugis kecamatan Sumbawa). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 7(1), 91-101.
- Brata, B. H., Husani, S., & Ali, H. (2017). The influence of quality products, price, promotion, and location to product purchase decision on Nitchi at PT. Jaya Swarasa Agung in Central Jakarta. *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 2(4), 357-374.
- Dewi, S. P. (2012). Pengaruh pengendalian internal dan gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan SPBU Yogyakarta (Studi kasus pada SPBU anak cabang perusahaan RB. Group). *Jurnal Nominal*, 1(1), 1-22.
- di Artomoro cellular. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 58-65.
- Evelina, N., Waloejo, H. D., & Listyorini, S. (2013). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana Telkom Flexi (Studi kasus pada konsumen Telkom Flexi di kota Kudus). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(1), 203-213.
- Fauziyyah, S.N., & Rina, N. (2020). Literasi media digital: Efektifitas akun Instagram @infobandungraya terhadap kebutuhan informasi followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 13-24.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hadiyati, R., & Ariska, W. N. (2019). Pengaruh diferensiasi produk dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian mobil Honda pada PT. Balindo cabang Luwuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi manajemen orientasi riset)*, 2(1), 96-111.
- Hanifaradiz & Satrio. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sabun mandi Lifebuoy di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6), 61-93.
- Hariadi & Martoatmodjo. (2012). Pengaruh produk, harga, promosi, dan distribusi terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk projector Microvision. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1(8), 2-21.
- Ismayana, S., & Hayati, N. (2018). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk lipstik Pixy. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 10(2), 1-15.
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh diferensiasi produk, ekuitas merek dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226-237.
- Johari, M., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepatu bata (Studi pada bata plaza Surabaya). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 745-755.
- Kotler, Philip, & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Erlanga.
- Kumar, P., & Ghodeswar, B. M. (2015). Factors affecting consumers green product purchase decisions. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(3), 330-347.
- Nindyawati, V., & Iriani, S. S. (2014). Pengaruh gaya hidup dan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 2(4), 1593-1605.
- Nurzaini, Y., & Khasanah, I. (2018). Analisis pengaruh diferensiasi produk, citra merek, preferensi merek terhadap keputusan pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 7(2), 360-370.

- Open Data Jawa Barat. (2022). *Jumlah UMKM berdasarkan kabupaten atau kota dan kategori unit usaha di Jawa Barat*. Dinas Koperasi dan Usaha Kecil.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3), 1004-1125.
- Peter, J. P., & Jerry, C. O. (2013). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*. Salemba Empat.
- Rusdian, S. (2021). Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian (Studi pada Roseberry cake shop Garut). *Eqien*, 8(1), 39-45.
- Sahetapy, J. P. (2013). Diferensiasi produk, strategi merek, pengaruhnya terhadap keputusan pembelian meubel UD Sinar Sakti Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 356-475.
- Sarwono, J. (2006). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Graha Ilmu.
- Schiffman, L., & Leslie, L. K. (2008). *Perilaku Konsumen*. Indeks.
- Simamora, N. F., & Situmeang, E. Y. (2018). Analisa pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada showroom Garuda Sibolga. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 1(1), 68-79.
- Situmorang, Syafrizal, H., & Muslich, L. (2014). *Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis*. USU Press.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). The influence of brand image and atmosphere store on purchase decision for samsung brand smartphone with buying intervention as intervening variables. *International journal of social science and business*, 5(2), 262-270.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d*. Alfabeta.
- Suharsimi, A. (1998). *Prosedur penelitian suatu pensekatan praktek*. Rineka Cipta.
- Sungadji dan Sopiah, (2013), *Perilaku konsumen*. Andi Offset.

- Susanto, A.B. (2017). *Membangun merek produk*. Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Swastha, Basu & Hani, H. (2011). *Manajemen pemasaran-analisis perilaku konsumen*. BPF.
- Syarif, S., & Faisal, M. (2007). Pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian flashdisk Kingston. *Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 7(14), 14-27.
- Tjiptono, & Fandy. (2012). *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan dan penelitian*. Andi Offset.