

ABSTRAK

Azny Ratu Nurazani, 1001463, **Studi Pengembangan Diversifikasi Produk Crispy Baby Fish Dalam Upaya Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian” (Survey pada pengunjung Hypermart Cianjur).** Di bawah bimbingan Dewi Pancawati N., S.Pd., MM dan Christian H. Rumayar, S. Sos., MM. Par.

Perkembangan pariwisata di bidang kuliner di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat. Hal ini terbukti dengan banyaknya yang mendirikan usaha bidang kuliner khususnya di Jawa Barat, diantaranya ; sentra oleh-oleh, restoran dan lain-lain. Salah satunya di Cianjur perusahaan *crispy baby fish* Suhada menciptakan produk baru dari ikan tawar yang berukuran mungil yang digoreng kering, sehingga “bebas duri” dimakan. Situasi pasar sekarang menunjukkan tingkat persaingan pasar yang sangat tinggi, sehingga mengakibatkan penjualan *crispy baby fish* mengalami penjualan yang fluktuatif. Sehingga mengakibatkan proses keputusan pembelian konsumen menurun. Oleh karena itu dilakukan pengembangan diversifikasi produk dengan cara membuat produk yang lebih bervariasi. Diantaranya *crispy baby fish* diberi tambahan aneka rasa sambal tradisional (Sambal kencur, sambal balado, dan sambal ijo). Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai diversifikasi produk, proses keputusan pembelian, dan pengaruh diversifikasi produk terhadap proses keputusan pembelian produk *crispy baby fish* dengan menggunakan tiga macam sambal. Variabel bebas dari penelitian ini adalah diversifikasi produk. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (Y) adalah proses keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan eksperimental, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap proses keputusan pembelian. Secara keseluruhan perusahaan harus lebih meningkatkan diversifikasi produk sebagai suatu strategi pemasaran, meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya mengkonsumsi ikan sehari-hari, meningkatkan jumlah pembelian *crispy baby fish* aneka sambal tradisional.

Kata Kunci : Diversifikasi Produk, Proses Keputusan Pembelian, Kuliner.

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

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

ABSTRACT

Azny Ratu Nurazani, 1001463, “A Study of Crispy Baby Fish Product diversification to influence the purchase decision process” (Survey on Hypermart Cianjur’s Visitors). Under the Supervision of Dewi Pancawati N., S.Pd., MM and Christian H. Rumayar, S. Sos., MM. Par.

The development of tourism especially in terms of culinary in Indonesia has increased significantly. It appears that many people start culinary business especially in West Java, such as ; souvenir center, restaurant and etc. For example, Suhada’s Crispy Baby Fish in Cianjur creates a new product from deep fried mini size freshwater fish which produce “no – spine” fish. The nowaday market situation shows that the market competition is highly fierce. There fore, a product diversification of crispy baby fish is conducted. For an instance,the crispy baby fish is added with varios traditional spices (Sambal kencur, sambal balado dan sambal ijo). The objective of this study to find out the result of crispy baby fish’s product diversification, purchase decision process and diversification product to the product which has been added with various spices.independent variabel (X) in this study is the product diversification. On the other hand, the dependent variabel (Y) is the this study employs descriptive and experimental methods, with 100 respondents as the samples. The data analysis used the simple regression. The results of the study indicated that the diversification product significantly influence of the product. Overall, the company must increase the product diversification as a marketing strategy, raise the people about how importantly about to consume fish daily, increase the purchase of crispy baby fish much item of traditional sambal.

Key words : Product Diversification, Purchase Decision Process, Culinary.

Azny Ratu Nurazani, 2014

**STUDI PENGEMBANGAN DIVERSIFIKASI PRODUK CRISPY BABY FISH DALAM UPAYA
MEMPENGARUHI PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN : Survey pada pengunjung Hypermart
Cianjur**

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