

ABSTRAK

Fitri Nuraeni Kamila (0900954), “**Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Choco.Dol Di Gerai Prima Rasa Ciledug, Garut)**” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE., Ak., MBA

Perkembangan makanan khas daerah yang diolah dalam berbagai produk di berbagai daerah di Indonesia mengakibatkan persaingan di industri makanan semakin kompetitif. Salah satunya terjadi di kota Garut, yang menjadi sasaran para pelaku bisnis makanan. Hal ini ditandai dengan banyak bermunculan perusahaan berbagai makanan khas. Fenomena bisnis makanan yang begitu kompetitif serta tingginya persaingan menyebabkan PT. Herlinah Cipta Pratama menghadapi berbagai macam permasalahan diantaranya rendahnya keputusan pembelian. PT. Herlinah Cipta Pratama dalam menjalankan usahanya perlu untuk senantiasa menerapkan penawaran yang berbeda melalui diferensiasi produk dan berdampak pada peningkatan keputusan pembelian pada gerai Prima Rasa.

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh temuan mengenai besarnya pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian gerai Prima Rasa Ciledug-Garut. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah strategi diferensiasi produk (X), sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dan verifikatif, dan metodenya *survey explanatory* dengan teknik *systematic random sampling* serta jumlah sampel 98 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dengan alat bantu *software* SPSS 22.0 for windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi diferensiasi produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dari koefisien korelasi sebesar 0,588 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sedang antara strategi diferensiasi produk dengan keputusan pembelian. Hasil perhitungan regresi sederhana *R-square* sebesar 34,6% yang berarti bahwa besarnya pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 34,6% sedangkan sisanya 65,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Dengan penelitian ini diharapkan Choco.Dol dapat mempertahankan dan meningkatkan strategi diferensiasi produk nya.

Kata Kunci : Strategi Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Fitri Nuraeni Kamila (0900954), The influence of Product Differentiation Strategies To Purchase Decision (Survey on Customer Choco.Dol at Prima Rasa Store Ciledug-Garut). Under guidance Dr. Vanessa Gaffar.SE.,Ak.,MBA

Local food developments is processed in a variety of products in various regions in Indonesia resulted in competition in the increasingly competitive food industry. One of them occurred in the city of Garut, which is a target for food businesses. It is characterized by the emergence of many local food. The phenomenon of the food business is so competitive and high competition led to PT.Herlinah Cipta Pratama face numerous problems including poor purchase decisions. PT.Herlinah Cipta Pratama in business need to always implement different offerings through product differentiation strategies and impact on increasing purchase decision on Prima Rasa store.

This research aims to obtain findings regarding the magnitude of the effect of product differentiation strategies on purchase decision Prima Rasa Store Ciledug-Garut. The independent variable in this research is product differentiation strategies (X). The dependent variable in this study is purchase decision (Y). This type of research is a descriptive and verifikatif research, and explanatory survey methods with systematic random sampling technique and number of sample of 98 respondents. The data analysis technique used simple regression analysis with the help of the software SPSS 22.0 for windows.

From correlation coefficient 0,588 shows that there is a average relation between product differentiation strategies and purchase decisions. The results showed that product differentiation strategies positive and significantly influence purchase decision. The result of simple regression analysis showed R-square of 34,6% which means that the impact of the influence product differentiation strategies on purchase decision amounted to 34,6% while the rest percentage 65,4% were influenced by other. This research suggested Choco.Dol to maintain and increase their product differentiation strategies.

Keywords : Product Differentiation Strategies, Purchase Decision