

PENGARUH *DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KERIPIK MAICIH BANDUNG*

Indah Permatasari
10090311088

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Penelitian dilakukan pada Keripik Maicih Bandung pada tahun 2014 dengan metode studi kasus dan menggunakan analisis regresi sederhana yang diolah dengan SPSS versi 20.00.

Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah verifikatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Keripik Maicih Bandung. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling*. Sampel yang digunakan adalah 100 orang. Guna mendapatkan data tentang pelaksanaan *Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, jenis datanya primer, yang diperoleh dengan wawancara kepada : Management Perusahaan serta pembagian kuisioner kepada : Konsumen. Analisis dalam penelitian ini adalah melalui Analisis Regresi Linier Sederhana. Dalam beberapa tahun terakhir, Maicih melakukan Diferensiasi Produk berupa inovasi produk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Maicih. Artinya pengaruh *Diferensiasi Produk* secara signifikan berpengaruh positif terhadap *Keputusan Pembelian Konsumen*.

Kata kunci: *Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian Konsumen.*

PRODUCT DIFFERENTIATION EFFECT ON CONSUMER BUYING DECISION KERIPIK MAICIH BANDUNG

Indah Permatasari
10090311088

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine how much influence Product Differentiation on Consumer Purchase Decision. The study was conducted on chips Maicih Bandung in 2014 with the case study method and using simple regression analysis were processed with SPSS version 20.00.

The research method used in this study is verification. The population in this study are all consumers Keripik Maicih Bandung. The sampling technique used is non-probability sampling. The samples used were 100 people. In order to obtain data on the implementation of Product Differentiation on Consumer Purchase Decision, the type of primary data, which was obtained by interviewing : Management Company and the distribution of questionnaires to : Consumer. The analysis in this study is through the Simple Linear Regression Analysis. In recent years, Maicih perform a Product Differentiation product innovation. The results of this study indicated the presence of product differentiation on Consumer Purchase Decision Keripik Maicih. This means that the effect of product differentiation significantly positive effect on Consumer Purchase Decision .

Keywords : Product Differentiation , Consumer Purchase Decision .