

ANALISIS STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS MATERNAL DISASTER)

Disusun oleh:

EKA SEPTIANA MAULUDIN

A10140277

Pembimbing:

Dr.Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRAK

Maternal Disaster adalah sebuah merek pakaian yang berbasis di Bandung. Didirikan di tahun 2003 atas dasar kesukaan akan musik, *Fashion*, dan *Skateboard*. Berawal dari mencoba-coba dan lingkungan yang pada saat itu sangat mendukung untuk berkarya, kami membuat Maternal Disaster dengan tujuan menyalurkan *passion* dan sebagai media ekspresi diri. Namun, persaingan Industri *fashion* di Bandung cukup ketat. Hal ini ditunjukkan berdasarkan data penjualan Maternal Disaster dari tahun 2015-2017 mengalami penurunan dan selalu lebih rendah dibandingkan pendapatan beberapa tahun kebelakang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Strategi Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Maternal Disaster pada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif. Data yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner dan wawancara. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang merupakan Pengunjung Maternal Disaster. Analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perhitungan dari koefisien determinasi dan total pengaruh menggunakan analisis regresi linier sederhana sebesar 75,3%, artinya Diferensiasi Produk memiliki pengaruh sebesar 75,3% terhadap Keputusan Pembelian, sisanya sebesar 24,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, sedangkan uji hipotesis uji-t sebesar 17,287. Hasil analisis pengujian hipotesis adalah terdapat pengaruh positif antara Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian

PRODUCT DIFFERENTIATION STRATEGY ANALYSIS ON PURCHASE DECISION (CASE STUDY MATERNAL DISASTER)

Written by:

EKA SEPTIANA MAULUDIN

A10140277

Preceptor:

Dr.Ir. Dani Dagustani., MM

ABSTRACT

Maternal Disaster is a clothing brand based in Bandung. Established in 2003 on the basis of a liking for music, fashion, and Skateboard. Starting from trial and error and the environment at that time was very supportive to work, we make Maternal Disaster with the purpose of channeling the passion and as a medium of self-expression. However, competition in the fashion industry in Singapore is quite tight. It is shown based on sales data from the years 2015-2017 Maternal Disaster decreased and is always lower than the income of a few years back.

This study aimed to analyze the Product Differentiation Strategy on Purchasing Decisions on Maternal Disaster on. The method used in this research is descriptive and verification methods. Data were collected by questionnaire and interview techniques. Respondents in this study of 100 people who are offline Maternal Disaster. Analysis of data using simple linear regression analysis.

The results showed that the calculation of the coefficient of determination and the total effect of using simple linear regression analysis of 75.3%, which means that product differentiation 75.3% have influence on purchase decision, while the remaining 24.7% is influenced by other variables not examined, whereas the t-test the hypothesis test of 17.287. The results of the analysis of hypothesis testing is a positive influence between Product Differentiation towards purchase decision.

Keywords: Product Differentiation, Purchase Decision