

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, HARGA, CITRA MEREK DAN IKLAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK ES KRIM WALL'S

(Survey Pada Konsumen Produk Es Krim Walls di Condong Catur, Sleman, Yogyakarta)

Oleh :

Ana Puji Rahayu

141150192

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari Diferensiasi Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Walls (Survey pada Konsumen Produk Es Krim Walls di Condongcatur, Sleman, Yogyakarta). Jenis data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah Seluruh konsumen produk es krim Walls di Condongcatur, Sleman, Yogyakarta. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Walls.

Hasil penelitian pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2.765 dengan nilai signifikansi sebesar $0,007 < 0,05$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,228; (2) terdapat pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian produk es krim Walls, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2.795 dengan nilai signifikansi sebesar $0,006 < 0,05$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif 0,207; (3) terdapat pengaruh positif citra merek terhadap keputusan pembelian produk es krim Walls, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 3.463 dengan nilai signifikansi sebesar $0,003 < 0,05$, dan koefisien regresi positif 0,307; (4) terdapat pengaruh positif iklan terhadap keputusan pembelian, hal ini dibuktikan dari nilai t hitung 4.764 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan koefisien regresi positif 0,487; (5) Diferensiasi Produk, Harga, Citra Merek, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Krim Walls, Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 88,060 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, Harga, Citra Merek, Iklan, Keputusan Pembelian

THE EFFECT OF PRODUCTS DIFFERENTIATION, PRICES, BRAND IMAGE AND ADVERTISEMENT ON THE PURCHASE DECISION OF ICE CREAM WALLS PRODUCTS

(Survey of Consumers of Ice Cream Walls in Condong Catur, Sleman, Yogyakarta)

By :

ANA PUJI RAHAYU

141150192

ABSTRACT

This research is aimed at proving the influence of Product Differentiation, Price, Brand Image and Advertisements on Purchasing Decisions of Ice Cream Walls Products (Survey on Ice Cream Walls Consumer Products in Condongcatur, Sleman, Yogyakarta). The type of data used is primary data. The technique of collecting data using a questionnaire. The analytical method used is a multiple linear regression analysis method. The population in this study were all consumers of Walls ice cream products in Condongcatur, Sleman, Yogyakarta. The sampling technique used was purposive sampling. The sample in this study were 100 respondents. The results showed the influence of Product Differentiation, Price, Brand Image and Advertisements on the Purchase Decisions of Ice Cream Walls.

The results of the study at the 5% significance level indicate that: (1) there is a positive and significant influence between product differentiation on purchasing decisions, this is evidenced from the value of t count of 2.765 with a significance value of $0.007 < 0.05$, and the regression coefficient has a positive value 0.228; (2) there is a positive effect of prices on purchasing decisions for Walls ice cream products, this is evidenced from the value of t count of 2.795 with a significance value of $0.006 < 0.05$, and the regression coefficient has a positive value of 0.207; (3) there is a positive effect of brand image on purchasing decisions of Walls ice cream products, this is evidenced from the value of t count 3.463 with a significance value of $0.003 < 0.05$, and a positive regression coefficient of 0.307; (4) there is a positive effect of advertising on purchasing decisions, this is evidenced from the value of t count 4.764 with a significance value of $0,000 < 0.05$, and a positive regression coefficient of 0.487; (5) Product Differentiation, Price, Brand Image, and Advertisements on Purchasing Decisions of Ice Cream Walls Products, This is evidenced by the calculated F value of 88.060 with a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Differentiation, Price, Brand Image, Advertising, Purchasing Decision