

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi dan diversifikasi produk secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Toko Aneka Keripik & Camilan D3 Lumajang. Metode yang digunakan dalam penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Dengan metode *Simple Random Sampling*, sebanyak 80 responden yang telah memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial diferensiasi dan diversifikasi produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan secara simultan diferensiasi dan diversifikasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh sebesar 61,9%. yang artinya keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel diferensiasi dan diversifikasi produk sebesar 61,9%. Sedangkan sisanya 38,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Implikasi penelitian ini adalah untuk memberi wawasan terkait faktor yang memutuskan konsumen dalam melakukan pembelian dilihat dari diferensiasi dan diversifikasi produk.

Kata Kunci: Diferensiasi, Diversifikasi Produk, Keputusan Pembelian.



ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product differentiation and diversification partially on purchasing decisions at Lumajang D3 Chips & Snack Shop. The method used in research is quantitative research. With the Simple Random Sampling method, 80 respondents have met the criteria. The results of the study showed that particularly differentiation and product diversification significantly influence purchasing decisions. While simultaneous product differentiation and diversification have a significant effect on purchasing decisions with a coefficient of determination (R Square) obtained at 61.9%, which means that purchasing decisions can be explained by the product differentiation and diversification variable at 61.9%. While the remaining 38.1% of decision making can be explained by other variables not examined in this study. The implication of this research is to provide insights related to factors that decide consumers in making a purchase seen from product differentiation and diversification.

Keywords: Differentiation, Product Diversification, Purchasing Decisions.

