

ABSTRAK

UMKM Alam Sari berdiri pada tahun 1997 yang merupakan pecahan dari UMKM Mekar Sari yang menjual berbagai macam olahan Nanas Khas dari Kabupaten Subang. UMKM Alam Sari memiliki beberapa produk yang ditawarkan seperti, dodol nanas, kerupuk nanas, keripik nanas, sirup nanas, coklat nanas, manisan, dan lain-lain. Berdasarkan hasil penelitian awal kepada konsumen UMKM Nanas Alam Sari di Subang ditemukannya adanya permasalahan yang berkaitan dengan keputusan pembelian konsumen dengan indikator keputusan yang berdasarkan dengan apa yang diinginkan oleh konsumen dan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing yang disebabkan oleh kurang optimalnya pelaksanaan diferensiasi produk pada UMKM Nanas Alam Sari dengan indikator penyesuaian dan fitur.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Nanas Alam Sari di Subang. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi non partisipan, wawancara terstruktur, dan penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM Nanas Alam Sari di Subang dengan jumlah responden 40 orang. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Uji Validitas Instrumen, Uji Reliabilitas Instrumen, Regresi Linear Sederhana, Korelasi Rank Spearman, Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, bahwa terdapat pengaruh yang positif antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM Nanas Alam Sari di Subang. Hambatan dan upaya terkait diferensiasi produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen yaitu kurangnya inovasi dan kreativitas terhadap produk dari bahan jenis olahan nanas dan adanya beberapa konsumen yang sering tidak menyadari perbedaan antara produk nanas UMKM Nanas Alam Sari dengan produk dari pesaing. Sehingga upaya yang dilakukan adalah Melakukan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap perbedaan dari produk yang di jual oleh UMKM Nanas Alam Sari dengan produk pesaing. dan mencoba melakukan berbagai macam inovasi baru terhadap sebuah produk.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian Konsumen

ABSTRAK

UMKM Alam Sari was founded in 1997 as a fraction of UMKM Mekar Sari which sells various kinds of processed Pineapple Typical from Subang Regency. UMKM Alam Sari has several products on offer, such as pineapple dodol, pineapple crackers, pineapple chips, pineapple syrup, pineapple chocolate, sweets, and others. Based on the results of initial research on consumers of UMKM Nanas Alam Sari in Subang, it was found that there were problems related to consumer purchasing decisions with decision indicators based on what consumers wanted and immunity from the attractiveness of similar products from competitors caused by less than optimal implementation of product differentiation in UMKM Nanas Alam Sari with customization indicators and features.

The aim of this research is to determine product differentiation on consumer purchasing decisions at UMKM Nanas Alam Sari in Subang. The research method used is quantitative with descriptive research type. The data needed for this research is primary data and secondary data. The data collection used in this research is non-participant observation, structured interviews, and distributing questionnaires to consumers of UMKM Nanas Alam Sari in Subang with a total of 40 respondents. The data analysis techniques used are Instrument Validity Test, Instrument Reliability Test, Simple Linear Regression, Spearman Rank Correlation, Determination Coefficient, and Hypothesis Testing.

Based on data obtained from research results, there is a positive influence between product differentiation on consumer purchasing decisions at the Nanas Alam Sari MSME in Subang. Barriers and efforts related to product differentiation that influence consumer purchasing decisions are the lack of innovation and creativity regarding products made from processed pineapple materials and the existence of some consumers who often do not realize the difference between UMKM Nanas Alam Sari pineapple products and products from competitors. So the efforts made are to carry out an effective marketing strategy to increase consumer awareness of the differences between the products sold by UMKM Nanas Alam Sari and competitors' products. and try to carry out various kinds of new innovations on a product.

Keywords: Product Differentiation, Consumer Purchasing Decisions

ABSTRAK

UMKM Alam Sari diadegkeun taun 1997 minangka fraksi UMKM Mekar Sari anu ngajual rupa-rupa olahan nanas has Kabupatén Subang. UMKM Alam Sari boga sababaraha produk anu ditawarkeun saperti dodol nanas, kurupuk nanas, keripik nanas, sirop nanas, coklat nanas, manisan, jeung sajabana. Dumasar kana hasil panalungtikan awal konsumen UMKM Nanas Alam Sari di Subang kapanggih aya masalah anu aya patalina jeung kaputusan beuli konsumen kalawan indikator kaputusan dumasar kana kahayang konsumen jeung kekebalan kana daya tarik produk sarupa ti pesaing disababkeun ku kirang. ti palaksanaan optimal diferensiasi produk di UMKM Nanas Alam Sari kalawan indikator jeung fitur kustomisasi.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho diferensiasi produk dina kaputusan pembelian konsumen di UMKM Nanas Alam Sari Subang. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta kuantitatif jeung tipe panalungtikan deskriptif. Data anu diperlukeun dina ieu panalungtikan nya éta data primer jeung data sekunder. Ngumpulkeun data anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta obsérvasi non partisipan, wawancara terstruktur, jeung ngadistribusikaeun kuesioner ka 40 konsumen UMKM Nanas Alam Sari di Subang. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta Uji Validitas Instrumén, Uji Réliabilitas Instrumén, Regresi Linier Sederhana, Korélasi Rengking Spearman, Koéfisién Determinasi, jeung Uji Hipotesis.

Dumasar data hasil panalungtikan, aya pangaruh positif antara diferensiasi produk kana kaputusan meuli konsumen di UMKM Nanas Alam Sari Subang. Halangan jeung usaha anu aya patalina jeung diferensiasi produk anu mangaruhan kana kaputusan meuli konsumen nya éta kurangna inovasi jeung kréativitas ngeunaan produk nanas sarta ayana sababaraha konsumen anu mindeng teu sadar bédana antara produk nanas UMKM Nanas Alam Sari jeung produk pesaing. . Tah usaha anu dilaksanakeun nya éta ngalaksanakeun stratégi pamasaran anu éféktif pikeun ngaronjatkeun kasadaran konsumen kana bédana produk anu dijual ku UMKM Nanas Alam Sari jeung produk pesaing. sareng nyobian ngalaksanakeun rupa-rupa inovasi anyar dina hiji produk.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Kaputusan Meuli Konsumén