

## ABSTRAK

### **Riza Elida Oktapiani Rukmana (1148020262) : Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Jatinangor.**

Penelitian ini bertolak dari suatu fenomena menjamurnya wisata kuliner di Indonesia khususnya di daerah Bandung dan sekitarnya. Tingginya persaingan membuat Waroeng Spesial Sambal harus mempertahankan produknya dengan strategi pemasaran yang baik. Karena persaingan semakin ketat dari berbagai perusahaan dan semakin beragam produk bermunculan membuat konsumen dapat menilai dan memilih produk yang akan mereka beli. Waroeng Spesial Sambal adalah suatu usaha yang bergerak dibidang restoran/ rumah makan khas sunda. Salah satu produk yang diunggulkan Waroeng Spesial Sambal ini adalah macam-macam sambal dan menunya yang terdiri dari 32 macam sambal, 30 macam lauk pauk, dan 14 macam sayur. Menu sambal tersebut menjadi ciri khas bagi Waroeng Spesial Sambal dan sekaligus menjadi ikon untuk Waroeng Spesial Sambal. Banyaknya menu tersebut di Waroeng Spesial Sambal Cabang Jatinangor mempengaruhi keputusan pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Bentuk, Rasa, Keunikan, dan Kesesuaian terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Jatinangor.

Untuk menjawab pertanyaan penelitian di atas, peneliti menggunakan metode kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan Teknik *Sample Random Sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Bentuk merupakan variabel ( $X_1$ ), Rasa merupakan variabel ( $X_2$ ) Keunikan merupakan variabel ( $X_3$ ) Kesesuaian merupakan variabel ( $X_4$ ) Keputusan Pembelian merupakan variabel ( $Y$ ). Teknik pengolahan data menggunakan Uji Validitas dan Reliabilitas, Analisis Korelasi, Analisis Regresi Linear Berganda, Analisis Hasil pengolahan Pengujian Hipotesis dengan (Uji t dan Uji F), dan Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bentuk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,644 > 1,98525$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Rasa berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10,909 > 1,98525$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Keunikan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $5,218 > 1,98525$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $Sig < 0,05$ ). Dan Kesesuaian berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $8,858 > 1,98525$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Kemudian Variabel Bentuk, Rasa, Keunikan dan Kesesuaian berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian, dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $80,135 > 2,47$ ) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $Sig < 0,05$ ).

Nilai koefisien determinasi atau R square ( $R^2$ ) yang diperoleh dari pengolahan data untuk pengaruh bentuk, rasa, keunikan, dan kesesuaian terhadap keputusan pembelian konsumen Waroeng Spesial Sambal Cabang Jatinangor secara simultan adalah sebesar 0,771, ini menunjukkan persentase sumbangan pengaruh bentuk, rasa, keunikan, dan kesesuaian terhadap keputusan pembelian konsumen sebesar 77,1%, sedangkan sisanya 22,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

**Kata Kunci : Bentuk, Rasa, Keunikan, Kesesuaian, dan Keputusan Pembelian**