

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

Aif Dwi Larasati Panuntun

Manajemen S1, Universitas Putra Bangsa, aifdwilp12@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Nopia Mino di Banyumas. Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah analisis pengaruh mengetahui pengaruh diferensiasi produk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial maupun simultan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan teknik purposive sampling. Populasi penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli Nopia Mino Premium Bapak Agus Silo dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dan statistik. Dalam metode statistika dilakukan uji validitas, uji realibilitas, pengujian asumsi klasik dan analisis regresi linear berganda. Hasil pembuktian hipotesis pertama menunjukkan bahwa diferensiasi produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis kedua menunjukkan bahwa harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial mempunyai yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil pembuktian hipotesis keempat menunjukkan bahwa diferensiasi produk, harga dan kualitas produk secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: diferensiasi produk, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian

Abstract

The purpose of this research are analyze the influence of product differentiation, price and quality of product on the decision of the nopia mino purchase in banyumas. The problem raised in this research is the analysis of influence on the impact of product differentiation, price and product quality on the decision of purchase, with the purpose of knowing how far the impact is both partial and simultaneous. The method of sampling taken used in this study is nonsampling with an impressive. sample. The population of this study is a society that once purchased nopia mino premium Bapak silo, with a total of 100 respondents. The study USES descriptive and statistical methods of analysis. In a statistic method, valiance tests, realification tests, testing classical assumptions and linear regression analysis. The results of the first hypothesis indicate that the partial differentiation of the product has a significant impact on the decision of the purchase. The second hypothesis suggests that prices have a partial impact on purchasing decisions. The third hypothesis suggests that the quality of the product has partial significance to the decision of the purchase. The fourth hypothetical result suggests that product differentiation, price and quality simultaneously have significant impact on decision purchases.

Keyword: product differentiation, price, quality of the product and purchase decisions

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

PENDAHULUAN

Di masa seperti sekarang media masa sangat berpengaruh dan semakin memacu meningkatkan perubahan selera konsumen baik terhadap produk maupun jasa yang dipasarkan oleh produsen. Keadaan tersebut menyebabkan para pengusaha pada umumnya berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya, mengembangkan usahanya, serta memperoleh laba optimal dan memperkuat posisi dalam menghadapi para pengusaha-pengusaha lain. Tentu saja hal tersebut menimbulkan semangat bagi produsen, salah satu cara yang dilakukan oleh produsen agar tetap berada pada posisi yang tepat dalam mempertahankan pelanggan maka harus melakukan perubahan dengan memperbaharui produknya dengan cara menciptakan berbagai varian baru, atau menambah fungsi produk yang sudah ada melalui modifikasi disana-sini, sehingga seolah-olah adalah produk baru, dan mendiferensiasikan produknya baik dari segi ukuran, bentuk maupun kemasan, sehingga timbul kesan bahwa yang dipikirkan konsumen produk tersebut adalah produk baru. Keputusan pembelian merupakan hal yang paling penting bagi konsumen dalam menentukan tindakan apa yang akan dilakukan. Menurut Assauri (2010) menyatakan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Menurut Kartajaya (2010) diferensiasi adalah semua upaya yang dilakukan pengusaha untuk menciptakan perbedaan diantara pesaing dengan tujuan memberikan nilai yang terbaik bagi konsumen. Melalui sebuah produk, pengusaha melakukan sejumlah usaha untuk menghasilkan respon yang dihasilkan oleh pelanggan adalah berupa produk dan merek yang dibeli, toko yang dipilih dan jumlah pembeliannya. Produk yang dikonsumsi sangat tergantung dengan keinginan

konsumen yaitu basic need. Untuk bahan-bahan yang digunakan pada Nopia Mino Premium milik Bpk Agus Silo menggunakan bahan-bahan yang terbaik, seperti: segitiga biru, minyak gorengbimoli/filma, gula jawa asli bukan obatan dan rempah-rempah. Dewasa ini, konsumen semakin cerdas dalam melakukan keputusan pembelian. Konsumen mempertimbangkan antara harga atau pengorbanan yang akan mereka keluarkan dengan produk yang akan mereka peroleh. Produk yang dimaksudkan disini tentu adalah Nopia Mino Premium. Harga dari Nopia Mino Premium bukan termasuk yang murah bukan juga termasuk yang mahal jika dibandingkan dengan harga kompetitornya dengan merek lain. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2001) adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Kualitas produk juga merupakan salah satu unsur penting yang mampu menentukan tinggi rendahnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Pernyataan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Tjiptono (2009) dalam Danny Kurniawan (2018) yang menjelaskan bahwa kualitas produk merupakan unsur yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian. Pada dasarnya, konsumen membeli suatu produk bukan hanya sekedar ingin memiliki kualitas yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

METODE

Objek dan Subjek Penelitian

Penelitian ini menfokuskan pada pendapat dari para responden mengenai hal-hal yang

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

berkaitan dengan variabel penelitian yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel independen yang terdiri dari diferensiasi produk, harga, kualitas produk dan variabel dependen yaitu keputusan pembelian. Subjek dari penelitian ini adalah masyarakat yang pernah membeli Nopia Mino Premium Banyumas.

Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang berdomisili di Kab Banyumas dan pernah melakukan pembelian Nopia Mino Premium dengan jumlah populasi yang tidak terhingga. Penelitian ini menggunakan pengambilan sampel dengan Teknik non probability sampling karena populasinya adalah 100 orang dan yang diambil adalah semua masyarakat banyumas yang pernah membeli Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo yang berjumlah 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan membagikan kuesioner, observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditujukan untuk memperoleh jawaban dari responden. Setelah data dari penyebaran kuesioner terkumpul, kemudian dilakukan proses skoring, yaitu pemberian nilai berupa angka untuk memperoleh data kuantitatif yang diperlukan dalam pengujian hipotesis dengan menggunakan Skala Likert 4 pilihan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif dilakukan dengan merinci dan menjelaskan mengenai karakteristik responden dan disajikan dalam bentuk tabel. Analisis statistik dilakukan dengan menggunakan alat bantu berupa program aplikasi komputer, yaitu SPSS (Statistical Product and

Services Solutions) for Windows versi 22.0. Metode pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda, dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel-1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	56	56%
Laki-laki	44	44%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-1 diatas, menunjukkan bahwa dari 100 responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan hasil responden terbanyak adalah perempuan sebanyak 56 orang atau 56%, dan selebihnya adalah responden laki-laki sebanyak 44 orang atau 44%.

2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
17-25 Tahun	36	36%
26-35 Tahun	23	23%
36-45 Tahun	20	20%
≥ 46 Tahun	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel IV-2 diatas, usia 17-25 Tahun adalah yang terbanyak yaitu

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

sebanyak 36 orang atau 36%, pada usia 26-35 Tahun sebanyak 23 orang atau 23%, pada usia 36-45 Tahun sebanyak 20 orang atau 20%, pada usia ≥ 46 Tahun sebanyak 21 orang atau 21%.

sebanyak 45 orang atau 45%, 1.600.000-3.600.000 yaitu sebanyak 31 orang atau 31%, 3.600.000-5.500.000 yaitu sebanyak 18 orang atau 18%, dan yang memiliki penghasilan $\geq 5.600.000$ sebanyak 6 orang atau 6%.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Nama Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Mahasiswa	25	25%
Pegawai Negeri	10	10%
Wiraswasta	20	20%
Lain-lain	45	45%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-3 diatas, dari 100 responden menunjukkan hasil pembeli Nopia Mino di Kabupaten Banyumas dengan pekerjaan mahasiswa sebanyak 25 orang atau 25%, pada pegawai negeri sebanyak 10 orang atau 10%, wiraswasta sebanyak 20 orang atau 20%, pekerjaan lain-lain sebanyak 45 orang atau 45%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Presentase
$\leq 1.500.000$	45	45%
1.600.000-3.500.000	31	31%
3.600.000-5.500.000	18	18%
$\geq 5.500.000$	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-4 diatas, $\leq 1.500.000$ adalah yang terbesar yaitu

Analisis Statistik

1. Uji Validitas

Variabel	Butiran	R hitung	R tabel	Ket
Keputusan Pembelian	1	0,764	0,196	Valid
	2	0,794	0,196	Valid
	3	0,838	0,196	Valid
	4	0,850	0,196	Valid
Diferensiasi Produk	1	0,431	0,196	Valid
	2	0,677	0,196	Valid
	3	0,704	0,196	Valid
	4	0,725	0,196	Valid
	5	0,626	0,196	Valid
	6	0,570	0,196	Valid
Harga	1	0,839	0,196	Valid
	2	0,879	0,196	Valid
	3	0,842	0,196	Valid
Kualitas Produk	1	0,594	0,196	Valid
	2	0,760	0,196	Valid
	3	0,796	0,196	Valid
	4	0,668	0,196	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Tabel-5, menunjukkan bahwa semua item pernyataan pada setiap variabel dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga semua item pernyataan yang digunakan pada masing-masing variabel dinyatakan valid (sah).

2. Uji Reliabilitas

Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Rkriti s	Cronbac h Alpha	Keterangan
1	Keputusan Pembelian	0,60	0,821	Reliebel

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

2	Diferensiasi Produk	0,60	0,685	Reliebel
3	Harga	0,60	0,812	Reliebel
4	Kualitas Produk	0,60	0,652	Reliebel

tersebut memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

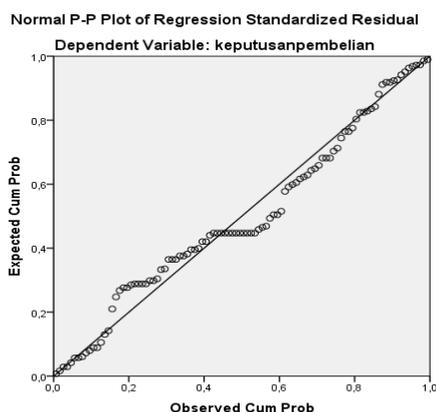
Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan tabel IV-8 diatas dapat dilihat bahwa cronbach's alpha pada variabel keputusan pembelian sebesar 0,821, untuk variabel diferensiasi produk sebesar 0,685, untuk variabel harga sebesar 0,812 dan untuk variabel kualitas produk sebesar 0,652. Hasil uji realibilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koevisien alpha yang cukup besar yaitu $>0,60$ sehingga 74 dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Gambar IV- 1 Hasil Uji



Normalitas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Berdasarkan Gambar IV-1 diatas (Normal P-Plot of Regression Residual) diketahui bahwa menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi

Tabel IV-11 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

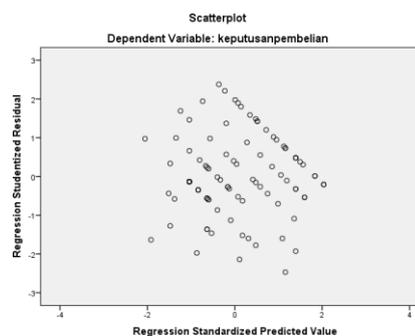
Model	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Diferensiasi Produk	,508	1,968
Harga	,582	1,717
Kualitas Produk	,568	1,761

Sumber: data primer diolah, 2022

Berdasarkan tabel IV-10 dapat diketahui bahwa nilai tolerance diatas 0,01 dan VIF dibawah angka 10 sehingga model regresi tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Gambar IV- 2 Hasil Uji



Heteroskedastisitas

Sumber: Data primer diolah, 2022

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

Berdasarkan Gambar IV-2, menunjukkan bahwa semua data menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian tersebut terbebas dari gejala heteroskedastisitas dan model regresi tersebut dapat digunakan.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel IV-12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	-.089	1,363			-.065	.948
Diferensiasi Produk	,269	,091	,291		2,971	.004
Harga	,404	,123	,301		3,286	.001
Kualitas Produk	,315	,112	,261		2,817	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-12 dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -.089 + 0,269 X_1 + 0,404 X_2 + 0,315 X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dijelaskan beberapa hal sebagai berikut :

1. Konstanta (a) = -,089

Menunjukkan nilai konstanta atau nilai tetap yang tidak berpengaruh oleh variabel diferensiasi produk (X1), harga (X2) dan kualitas produk (X3) sama dengan nol (0), maka keputusan pembelian (Y) Nopia Mino Premium di Banyumas sebesar -,089 dengan asumsi variabel lain tidak berubah.

2. Variabel Independen

a. Koefisien variabel diferensiasi produk (b1) = 0,269 Koefisien regresi X1 sebesar 0,269 artinya setiap penambahan satu satuan pada variabel diferensiasi produk (X1), maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,269 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

b. Koefisien variabel harga (b2) = 0,404

Koefisien regresi X2 sebesar 0,404 artinya setiap penambahan satu satuan pada variabel harga (X2), maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,404 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

c. Koefisien variabel kualitas produk (b_3) = 0,315

Koefisien regresi X3 sebesar 0,315 artinya setiap penambahan satu satuan pada variabel kualitas produk (X3), maka meningkatkan keputusan pembelian sebesar 0,315 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

dan hipotesis kedua (H2) diterima.

5) Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

6) Pada pengujian hipotesis dua didapatkan hasil estimasi variabel kualitas produk dengan nilai thitung 2,817 < ttabel 1,985 dengan signifikan sebesar 0,006 > 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel kualitas produk akan menyebabkan perubahan atau bertambahnya keputusan pembelian Nopia Mino Premium Bapak Agus Silo di Banyumas, dan hipotesis ketiga (H3) diterima.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t (Parsial)

Berdasarkan Tabel IV-12 dapat diketahui bahwa :

1) Pengujian Hipotesis Kesatu (H1)

2) Pada pengujian hipotesis satu didapatkan hasil estimasi variabel diferensiasi produk dengan nilai thitung 2,971 > ttabel 1,985 dengan signifikan sebesar 0,004 < 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel diferensiasi produk akan menyebabkan perubahan atau bertambahnya keputusan pembelian Nopia Mino Premium Bapak Agus Silo di Banyumas, dan hipotesis pertama (H1) diterima.)

3) Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

4) Pada pengujian hipotesis dua didapatkan hasil estimasi variabel harga dengan nilai thitung 3,286 > ttabel 1,985 dengan signifikan sebesar 0,001 < 0,05 maka menunjukkan bahwa variabel harga akan menyebabkan perubahan atau bertambahnya keputusan pembelian Nopia Mino Premium di Banyumas,

6. Uji F (Simultan)

Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (F) ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	174,660	3	58,220	36,272	.000 ^b
Residual	154,090	96	1,605		
Total	328,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga, Diferensiasi Produk

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-14, dapat diketahui bahwa Fhitung adalah 36,272 > Ftabel sebesar 2,70 dan mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa variabel diferensiasi produk, harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Nopia Mino Premium Bapak Agus Silo di Banyumas.

7. Koefisien Determinasi (R²)

Tabel IV- 15 Koefisien Determinasi (R²) Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 ^a	.531	.517	1.26693

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga,

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

Diferensiasi Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan Tabel IV-15, hasil uji determinasi ini menunjukkan nilai angka Adjusted R Square sebesar 0,517. Hal ini berarti 0,517 atau 51,7% variasi dari keputusan pembelian yang bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen yaitu diferensiasi produk, harga, dan kualitas produk sedangkan sisanya yaitu 48,3% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar penelitian ini.

Implikasi

Implikasi Praktis

Berdasarkan atas masukan penelitian yang dibahas pada bab sebelumnya, maka penulis memberikan saran dan harapan bagi pihak perusahaan Nopia Mino yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Nopia Mino di Banyumas. Hal ini berarti diferensiasi produk yang telah dibangun oleh Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo baik sehingga mampu menarik perhatian dan keputusan pembelian produk Nopia Mino. Oleh sebab itu inovasi-inovasi baru yang dilakukan Bapak Agus Silo perlu dipertahankan dan ditingkatkan agar dapat meningkatkan nilai keunggulan bersaing.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian Nopia Mino di Banyumas. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak produsen untuk tetap menjaga harga sesuai target pasar yang ingin dijangkau, sehingga penjualan dapat ditingkatkan semaksimal mungkin.
3. Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan

pembelian Nopia Mino di Banyumas. Oleh karena itu, penulis menyarankan kepada pihak produsen untuk tetap menjaga dan meningkatkan bahan-bahan yang digunakan dengan kualitas yang terbaik.

Implikasi Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian dapat dikemukakan implikasi secara teoritis sebagai berikut:

1. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada.
2. Karena variabel diluar penelitian yang mempengaruhi keputusan pembelian cukup besar, maka penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain. Hal ini bermaksud agar penelitian selanjutnya dapat lebih menarik dan lebih bisa menggambarkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada produk Nopia Mino. Dan hasil dari penelitian selanjutnya dapat diperoleh hasil yang lebih baik.
3. Menambah kepustakaan yang berhubungan dengan pengaruh diferensiasi produk, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofyan. 2010. Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep dan Strategi). Grafindo Persada, Jakarta: Salemba Empat.
- Fiani, S. M & Japarianto, E. 2012. "Analisis Pengaruh Food Quality dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kacak Toko Roti Ganep's di Kota Solo". Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol. 1, No. 1, 1-6
- Kartajaya. 2010. Conect, Surviving New Wave Marketing Strategy. Jakarta: Salemba Empat.

Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino di Banyumas (Studi pada Konsumen Nopia Mino Premium Bpk Agus Silo di Banyumas)

Kurniawan, D, 2018. "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sari Roti Di Kota Semarang". Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol. 7, No. 2

Kotler, P & Amstrong Gary. 2001. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 8, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Pradiptaningtyas, I, et al. 2017. "Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minute Maid Pulpy (Studi pada Konsumen Minute Maid Pulpy di Kecamatan Banyumanik)". Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. Vol.6, No. 2, 107-117.

Soenawan, A.D & Molanda, E.S. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya". Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa. Vol. 3, No. 2, 395-409.

Syamsidar, R & Soliha, E. 2019. "Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi pada Banaran 9 Coffe and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang)". Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Vol. 26, No. 2, 146-154

Tjiptono, F. 2009. Strategi Pemasaran jasa. Andi, Yogyakarta.