ABSTRAK

Seftrya Purnama (2012), "Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Media Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Dodol Nanas Mekar Sari Khotimah di Wilayah Jalancagak Subang, dibawah Bimbingan Bapak Rizki Zulfikar, SE., M.Si ".

Diferensiasi Produk ditinjau dari bentuk, keistimewaan, daya tahan, mutu kinerja, keandalan dan rancangan. Media Iklan ditinjau dari media elektronik, media cetak dan media luar ruangan. Dan Keputusan Pembelian ditinjau dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan keputusan pasca pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh diferensiasi produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian dodol nanas mekar sari khotimah di wilayah jalancagak subang.

Menggunakan metode regresi linier berganda, korelasi pearson (*Product Moment* Pearson), Koefisien reliabilitas Spearman, Uji *MSI Methode Succesive Interval* dan pengujian hipotesis uji F dan uji T. Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh secara parsial yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yakni variabel difernsiasi produk dengan pengaruh yang tinggi serta kuat dengan besar pengaruh sebesar 82.7 % dan variabel media iklan tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan pengaruh hanya 0.49%.

Secara simultan terdapat pengaruh tinggi serta kuat dan signifikan antara diferensiasi produk dan media iklan terhadap keputusan pembelian dengan besar pengaruh sebesar 87.7% dan sisanya sebesar 12.3% merupakan variabel lain yang tidak diteliti

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Media Iklan, Keputusan pembelian.