ABSTRACT

WILDAN TAUFIK. "The Influence of Perceptions of Product Differentiation and Brand Image on Purchase Decisions Contraception Brand Durex and Fiesta Condoms *(*A ***Study at population of North Bandung City****) "*. ***Under the guidance of Hj****.* ***Dewi Indriani****,* ***S.E.****,* *M.Sc.*

The research was conducted in North Bandung city. The phenomenon that occurs is the increased sales of condoms which accounted for 7-8% per year for the sale of goods. Two brands that occupy the highest sales levels are Durex and Fiesta. The purpose of this study is to determine the respondents towards product differentiation and brand image and how large the influence of product differentiation and brand image of the purchasing decisions of contraceptives brand Durex s and Fiesta condom.

The research method used is descriptive analysis method and analysis verifikatif. Descriptive analysis method was used to clarify the picture of research variable by using frequency and percentage distribution tables. While the analytical methods used to test the hypothesis verifikatif research using relevant statistical tests.

The results obtained can be known to have a strong relationship between product differentiation and brand image with consumers purchasing decisions either partially or simultaneously. Factors to consider in the implementation of product differentiation and reinforce brand image is more to know the characteristics and needs of consumers.

Keywords: Product Differentiation, Brand Image, Consumers Decisions.

ABSTRAK

WILDAN TAUFIK. "Pengaruh Persepsi Diferensiasi Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Alat Kontrasepsi Jenis Kondom Merek Durex dan Fiesta. (Suatu Studi Pada Penduduk Kota Bandung Utara)". Dibawah bimbingan Hj. Dewi Indriani, S.E., M.Si.

Penelitian ini dilakukan di kota Bandung Utara. Fenomena yang terjadi adalah meningkatnya penjualan kondom yang menyumbang 7-8% pertahun untuk tingkat penjualan barang. Dua merek yang menduduki tingkat penjualan tertinggi adalah Durex dan Fiesta. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui tanggapan responden terhadap diferensiasi produk dan citra merek serta berapa besar pengaruh diferensiasi produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian alat kontrasepsi jenis kondom merek Durex dan Fiesta.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan analisis verifikatif. Metode analisis deskriptif ini digunakan untuk menjelaskan gambaran variabel penelitian dengan menggunakan tabel distribusi frekuensi dan presentase. Sedangkan metode analisis verifikatif digunakan untuk menguji hipotesis penelitian dengan menggunakan uji statistik yang relevan.

Hasil penelitian yang diperoleh dapat diketahui terdapat hubungan yang kuat antara diferensiasi produk dan citra merek dengan keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun simultan. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan diferensiasi produk dan memperkuat citra merek adalah dengan lebih mengetahui karakteristik dan kebutuhan konsumen.

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Citra merek dan keputusan konsumen