

ABSTRACT

AHMAD DJIBRAN, Student ID. 931 410 052. “The Influence of Product Diffusion toward Purchasing Decision at Toko Blauran Gorontalo.” Skripsi, Department of Management, Faculty of Economics and Business, State University of Gorontalo. 2013. The principal supervisor was **Supardi Nani, SE., M.Si** and Co-supervisor was **Andi Juanna, S.Pd., M.Sc.**

The research aimed at investigating the influence of product diffusion toward purchasing decision at Toko Blauran Gorontalo. This research was conducted in 3 months; from March to June 2013. This research used explanatory survey research. This method aims at gaining characteristics and explaining the influence of observed variable by using number of samples. The result of validity test showed $r_{\text{count}} > r_{\text{table}}$ which meant valid, and reliability test was higher than 0,5 which meant reliable. The research result showed that $\hat{Y} = 7,072 + 0.756 X$ which had been tested the level of significance at $\alpha = 0,05$. It means that each change one point of Product Diffusion will influence the consumer's purchasing decision as 7,072 units, or each increase as one unit of Product Diffusion (X) will be followed by the change of Purchasing Decision (Y) as 0.756 units. Then, the determination coefficient showed $r^2 = 0,677$ or 67,7% was influenced by product diffusion and the rest 32,3% was influenced by other factors: the increase of product diffusion through the increase of Product Quality influenced significantly the Purchasing Decision which was showed by ($t_{\text{count}} = 9,636$). Meanwhile, the regression result showed $\beta = 0,830$. This showed that good and acceptable product diffusion will increase the purchasing decision at Toko Blauran Gorontalo.

Keywords: Product Diffusion and Purchasing Decision



ABSTRAK

ACHMAD DJIBRAN , NIM .931 410 052. “Pengaruh Bauran Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Blauran Gorontalo”. Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. 2013. Di bawah bimbingan Bapak **Supardi Nani, SE.M,Si** selaku Pembimbing I dan Bapak **Andi Juanna, S.Pd., M.Sc** selaku Pembimbing II.

Tujuan penelitian ini adalah : Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Blauran Gorontalo. Penelitian ini dilakukan 3 bulan yaitu Maret sampai Juni 2013. Penelitian ini menggunakan metode *explanatory survey* merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk mengetahui karakteristik, serta menjelaskan pengaruh antara variabel yang diteliti dengan menggunakan sejumlah sampel. Hasil pengujian instrumen validitas menunjukkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya valid dan reliabilitas berada diatas 0,5 artinya reliabel. Adapun hasil penelitian yang diperoleh adalah $\hat{Y} = 7,072 + 0.756 X$ yang telah teruji keberartiannya pada $\alpha = 0,05$. hal ini berarti setiap perubahan variabel Bauran Produk sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap perubahan variabel Keputusan Konsumen sebesar 7,072 kali satuan, atau setiap kenaikan satu satuan pada variabel Bauran Produk (X), maka akan diikuti oleh perubahan sebesar 0.756 satuan pada variabel Keputusan Pembelian (Y). Selanjutnya dalam perhitungan koefisien determinasi menunjukkan $r^2 = 0,677$ atau sebesar 67,7 % dan sisanya 32,3 % dipengaruhi oleh faktor lain: Peningkatan Bauran Produk melalui peningkatan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian ditunjukkan oleh ($t_{hitung} = 9,636$). Hal ini ditunjukkan oleh hasil regresi dimana $\beta = 0,830$. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan Bauran produk yang baik dan diterima oleh pelanggan maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian pada Toko Blauran Gorontalo

Kata Kunci : Bauran Produk dan Keputusan Pembelian