

ABSTRAK

Dintia Ayu Gusrifa. (2026). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada UMKM Di Jalan Rimba Dharma Kota Madiun. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas PGRI Madiun. Pembimbing (I) Dr.Dra. Ninik Srijani, M.Pd., M.M (II) Drs. Wikanso, M.Pd.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM di Jalan Rimba Dharma Kota Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen UMKM di Jalan Rimba Dharma Kota Madiun, dengan sampel sebanyak 104 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2) dengan bantuan program IBM SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($<0,05$). Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Secara simultan, diferensiasi produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, yang dibuktikan dengan nilai Fhitung sebesar 21,415 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$). Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan $Y = 7,297 + 0,165X_1 + 0,432X_2$, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen memberikan pengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan diferensiasi produk. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,284 menunjukkan bahwa sebesar 28,4% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan, sedangkan 71,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Dengan demikian, peningkatan diferensiasi produk dan kualitas pelayanan secara berkelanjutan dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada UMKM di Jalan Rimba Dharma Kota Madiun.

Kata Kunci: diferensiasi produk, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, UMKM.

ABSTRACT

Dintia Ayu Gusrifa. (2026). The Influence of Product Differentiation and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions in MSMEs on Jalan Rimba Dharma, Madiun City. Thesis. Economic Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education, Universitas PGRI Madiun. Advisor (I) Dr.Dra. Ninik Srijani, M.Pd., M.M. (II) Advisor Drs. Wikanso, M.Pd.

Keywords: product differentiation, service quality, purchasing decisions, MSMEs.

This study aims to analyze the influence of product differentiation and service quality on consumers' purchasing decisions at MSMEs on Rimba Dharma Street, Madiun City. This research uses a quantitative approach with an associative causal research type. The population in this study is all consumers of MSMEs on Rimba Dharma Street, Madiun City, with a sample of 104 respondents selected using purposive sampling technique. Data collection was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and the coefficient of determination (R^2) test with the assistance of IBM SPSS version 25. The results showed that product differentiation has a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions, with a significance value of 0.001 (<0.05). Service quality also has a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions, with a significance value of 0.000 (<0.05). Simultaneously, product differentiation and service quality have a positive and significant effect on consumers' purchasing decisions, as evidenced by an F-count value of 21.415 and a significance value of 0.000 (<0.05). The results of the multiple linear regression analysis yielded the equation $Y = 7.297 + 0.165X_1 + 0.432X_2$, indicating that both independent variables have a positive influence on purchasing decisions, with service quality having a more dominant influence compared to product differentiation. The Adjusted R Square value of 0.284 shows that 28.4% of the variation in purchasing decisions can be explained by product differentiation and service quality, while the remaining 71.6% is influenced by other factors outside the research model. Thus, continuous improvement of product differentiation and service quality can be an effective strategy to increase consumers' purchasing decisions at