

ABSTRAK

Andi Yuni Citra (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Walini Pada Kantor PT. Perkebunan Nusantara XIV Kota Makassar, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Bapak Muchram BL dan Ibu Zalkha Soraya.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian produk teh walini pada PT. Perkebunan Nusantara XIV Kota Makassar (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk teh walini pada PT. Perkebunan Nusantara XIV (3) Untuk mengetahui dan menganalisis variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk teh walini pada PT. Perkebunan Nusantara XIV Kota Makassar. analisis yang digunakan Analisis Regresi Berganda dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian diperoleh (1) Variabel diferensiasi produk dengan nilai $0.000 < \text{probabilitas } 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima. Artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Variabel promosi penjualan dengan nilai $0.030 > \text{probabilitas } 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis tidak diterima. Artinya berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Variabel diferensiasi yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian produk teh walini pada kantor PT. Perkebunan Nusantara XIV Kota Makassar.

Kata Kunci : Diferensiasi produk, promosi penjualan, Keputusan pembelian