

Ririn Rohmawatin. NIM150321100033. Pengaruh Positioning Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fruit Leather* Buah Eksotik Madura di Surabaya (Studi Kasus di *Carrefour* Ngagel Surabaya). Dr. Elys Fauziyah, SP., MP.

ABSTRAK

Pulau Madura memiliki potensi besar dalam produksi buah tropika, akan tetapi hal tersebut belum mampu meningkatkan kesejahteraan petani buah tropika di Madura karena harga buah yang rendah. Peningkatan nilai tambah buah dapat dilakukan melalui pengolahan seperti keripik buah, dodol buah, sari buah dan fruit leather. Fruit leather memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan namun belum banyak masyarakat yang mengenal produk fruit leather. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui positioning fruit leather dibandingkan dengan produk olahan yang terbuat dari buah yang sama jika ditinjau dari beberapa atribut produk dan menganalisis pengaruh positioning produk fruit leather terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dilakukan di Supermarket Carrefour Surabaya. Jumlah sampel penelitian sebanyak 30 orang yang ditentukan secara accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fruit leather memiliki positioning yang bagus dibandingkan dengan produk lain jika dilihat dari atribut kemenarikan produk, keberagaman varian rasa, kandungan gizi, kelayakan dikonsumsi oleh semua umur, harga produk yang terjangkau dan kelayakan produk dijadikan sebagai oleh-oleh. Secara parsial variabel manfaat produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk fruit leather.

Kata Kunci: atribut produk, fruit leather, keputusan pembelian, positioning.

Ririn Rohmawatin. NIM150321100033. Pengaruh Positioning Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fruit Leather* Buah Eksotik Madura di Surabaya (Studi Kasus di *Carrefour* Ngagel Surabaya). Dr. Elys Fauziah, SP., MP.

ABSTRACT

Madura island has great potential in the production of tropical fruit, but it has not been able to improve the welfare of farmers in Madura because fruit prices were low. Increase value added fruit can be through processing such as fruit chips, dodol, fruit juice and fruit leather. Fruit leather has a good potential to be developed, but not many people are familiar with fruit leather. The purpose of this study was to determine the positioning of fruit leather as compared to refined products made from the same fruit when viewed from some of the attributes product and analyze the effect of fruit leather positioning on purchase decisions. This research was conducted in Surabaya Carrefour Supermarket. Total sample as many 30 people were determined by accidental sampling. Data analysis was performed using descriptive method and multiple linear regression analysis. The results showed that the fruit leather has a good positioning compared with other products when seen from the attractiveness of the product attributes, the diversity of flavors, nutritional content, feasibility consumed by all ages, product prices are affordable and the feasibility of the products used as souvenirs. Partialously variable benefits of the product influence on purchase decisions fruit leather products.

Keywords: attributes of products, fruit leather, purchasing decisions, positioning.

