

ABSTRAK

Tesis ini disusun oleh Muhammad Fachmi (1418104035), Jurusan Manajemen Pemasaran, Fakultas Bisnis dan Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Widyatama, dibawah bimbingan Ibu Dr. Hj. R. Adjeng Mariana F., S.E., M.M. dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk, Customer Relationship Management (CRM), Harga terhadap keputusan pembelian Batik Pekalongan”**.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran persepsi konsumen tentang diferensiasi produk, *customer relationship management* (CRM), harga dan keputusan pembelian batik pekalongan, seta untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian, *customer relationship management* (CRM) terhadap keputusan pembelian, harga terhadap keputusan pembelian, dan pengaruh ketiga variabel secara keseluruhan terhadap keputusan pembelian konsumen batik pekalongan.

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda dengan rumus Malhotra untuk menentukan sampel karena tidak diketahui secara pasti jumlah konsumen yang membeli batik. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 4×31 item pernyataan = 124 responden yang pernah melakukan pembelian batik pekalongan.

Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa diferensiasi produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibenarkan bahwa Batik Pekalongan mempunyai keunikan pada beragam warna yang tersedia dan corak/motif yang khas yang tidak dijumpai pada batik dari kota lain. *Customer relationship management* (CRM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Bertopang pada Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang menjadikan Batik Pekalongan dengan UMKM nya mampu berpegang erat satu sama lainnya, sehingga kerelasiaan pelanggan terjalin dengan sangat baik. Dengan demikian Batik Pekalongan hingga dewasa ini masih mampu bertahan dengan segala estetikanya dan mampu bersaing dengan batik-batik dari kota lain. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sangat jelas dibuktikan dengan beragamnya tingkat harga Batik Pekalongan sesuai dengan kantong pelanggan, dari kalangan sederhana bahkan sampai kalangan elit, Batik Pekalongan mampu hadir dengan harga yang bersahabat. Dengan demikian diferensiasi produk, *customer relationship management* (CRM) dan harga mempunyai korelasi dan pengaruh terhadap keputusan pembelian sesuai dengan teori-teori dalam ilmu manajemen pemasaran. Selain dari diferensiasi produk, *customer relationship management* (CRM) dan harga tentunya terdapat factor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian akan tetapi jumlahnya terbatas dan tidak signifikan dari diferensiasi produk, *customer relationship management* (CRM) dan harga.

Kata kunci: Diferensiasi Produk, *customer relationship management* (CRM), Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

*This thesis was prepared by Muhammad Fachmi (1418104035), Department of Marketing Management, Faculty of Business and Management, Post-Graduate Program at Widyatama University, under the guidance of Mrs. Dr. Hj. R. Adjeng Mariana F., S.E., M.M. with the title "**The influences Differentiation Product, Customer Relationship Management (CRM), Price Towards Purchasing Decisions**" Batik Pekalongan.*

The purpose of this study was to determine the description of consumer perceptions about product differentiation, customer relationship management (CRM), price and purchasing decisions of Batik Pekalongan, and to determine the effect of product differentiation on purchasing decisions, customer relationship management (CRM) on purchasing decisions, prices on purchasing decisions, and the influence of the three variables as a whole on consumer purchasing decisions Batik Pekalongan.

The research method used by the authors in this study is multiple regression analysis with the Malhotra formula to determine the sample because it is not known with certainty the number of consumers who buy batik. The number of samples in this study were 4x31 statement items = 124 respondents who had purchased Batik Pekalongan.

Based on the results of the study found that product differentiation has a significant influence on purchasing decisions. It is justified that Batik Pekalongan is unique in the variety of colors available and unique patterns / motifs that are not found in batik from other cities. Customer relationship management (CRM) has a significant influence on purchasing decisions. Based on Micro and Medium Enterprises (UMKM) which makes Pekalongan Batik with its UMKM able to hold on tightly to each other, so customer harmony is very well established. I think Pekalongan Batik to this day is still able to survive with all its aesthetics and be able to compete with batik from other cities. Price has a significant influence on purchasing decisions. This is very clearly evidenced by the varying price levels of Batik Pekalongan according to customers' pockets, from simple to even elite, Batik Pekalongan is able to come at a friendly price. I think product differentiation, customer relationship management (CRM) and price have a correlation and influence on purchasing decisions in accordance with theories in marketing management. Apart from product differentiation, customer relationship management (CRM) and price, of course there are other factors that influence purchasing decisions but the amount is limited and not as significant as product differentiation, customer relationship management (CRM) and prices.

Keywords: Differentiation Product, Customer Relationship Management (CRM), Price, Purchase Decision