

ABSTRAK

Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk, diferensiasi citra dan saluran distribusi terhadap kinerja pemasaran pada CV.Akar Selang di Surabaya merupakan tujuan yang ingin dicapai. populasi yang dipakai adalah Pelanggan CV.Akar Selang di Surabaya tahun 2020 Yang berjumlah 372. sedangkan sampelnya dihitung menggunakan rumus slovin dan diperoleh nilai 79 responden yaitu Pelanggan CV Akar Selang di Surabaya dengan teknik pengambilan sampel menggunakan Purposive Sampling. Metode pengambilan datanya menggunakan kuisisioner. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa Diferensiasi produk, diferensiasi citra dan saluran distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV.Akar Selang. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji-t. Dari hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.. sedangkan Hasil pengujian menggunakan uji F diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Diferensiasi produk, diferensiasi citra dan saluran distribusi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran pada CV.Akar Selang. Pengujian hipotesis penelitian dilakukan dengan menggunakan uji-F. Dari hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terbukti kebenarannya.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Diferensiasi Citra Dan Saluran Distribusi Terhadap Kinerja Pemasaran

ABSTRAC

To determine the effect of product differentiation, image differentiation and distribution channels on marketing performance at CV.Akar Selang in Surabaya is the goal to be achieved. the population used is CV. Akar Selang customers in Surabaya in 2020, which amounted to 372. While the sample was calculated using the slovin formula and obtained a value of 79 respondents, namely CV Akar Selang customers in Surabaya with a sampling technique using Purposive Sampling. The data collection method is using a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression.

The test results show that product differentiation, image differentiation and distribution channels partially have a positive and significant effect on marketing performance at CV.Akar Selang. The research hypothesis testing was carried out using the t-test. The results of these tests indicate that the hypothesis is accepted and proven correct. Meanwhile, the results of testing using the F test show that product differentiation, image differentiation and distribution channels simultaneously have a positive and significant effect on marketing performance at CV.Akar Selang. Research hypothesis testing is done by using the F-test. From the test results indicate that the hypothesis is accepted and proven true.

Keywords: Product Differentiation, Image Differentiation and Distribution Channels on Marketing Performance