

## Abstraksi

Dunia usaha di Indonesia semakin bertumbuh tiap tahun. Hal ini menyebabkan semakin ketatnya persaingan. Agar perusahaan mampu bersaing, perusahaan harus menggunakan suatu konsep pemasaran yang berbeda dari pesaing. Salah satu konsep pemasaran yang dapat digunakan adalah Diferensiasi produk, dan Inovasi produk. Diferensiasi merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menarik minat beli dari konsumen dengan cara memberikan perbedaan produk yang dihasilkan dengan produk pesaing. Hal tersebut harus dapat memberikan nilai yang lebih pada pelanggan dengan memberikan nilai tambah tersebut menjadikan alasan para pelanggan untuk melakukan keputusan pembelian pada produk tersebut. Kemudian Inovasi produk juga akan menghasilkan produk baru, atau perpanjangan lini produk yang dilakukan melalui perencanaan produk yang baik sehingga akan menghasilkan produk baru yang berkualitas. Selain kedua metode tersebut proses keputusan pembelian juga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan perusahaan, karena proses keputusan pembelian konsumen sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Proses keputusan pembelian itu sendiri merupakan aspek penting didalam pemasaran karena konsumen melakukan pembelian atau tidak melakukan pembelian berdasarkan keputusan yang mereka tetapkan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana diferensiasi produk, inovasi produk, dan proses keputusan pembelian konsumen yang dilakukan di cafe Mie Merapi Bandung pada Tahun 2016. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif, dengan menggunakan teknik sampling, uji validitas dan reliabilitas. Dengan pengambilan sampel yaitu konsumen cafe Mie Merapi Bandung atau responden yang pernah mengunjungi Cafe Mie Merapi.

Berdasarkan penelitian ini diperoleh hasil bahwa diferensiasi produk yang dilakukan di Café Mie merapi memiliki persentase sebesar 66,76% diimana skor tersebut termasuk kedalam klasifikasi cukup baik. Sedangkan inovasi produk yang dilakukan di Café Mie Merapi sebesar 70,02% dimana skor tersebut termasuk ke dalam klasifikasi baik, dan proses keputusan pembelian konsumen yang terjadi di Café Mie Merapi memiliki persentase sebesar 70,08% yang termasuk ke dalam klasifikasi baik. Sebaiknya Café Mie Merapi harus lebih meningkatkan kembali diferensiasi produk dan inovasi produk di Café Mie Merapi agar lebih meningkatkan proses keputusan pembelian konsumen.

