

## INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi diferensiasi produk yang dilakukan perusahaan dalam membangun image konsumen, serta mengidentifikasi variabel harga, kemasan, rasa, merek, dari keempat variabel tersebut manakah yang mempunyai pengaruh yang besar terhadap image. Penelitian ini mengambil sampel konsumen Aqua yang berada di kabupaten Gunungkidul. Dengan menyebarkan 150 kuesioner. Responden diminta untuk menjawab daftar pertanyaan dalam kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan, adanya pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap image konsumen. Keempat variabel yaitu, harga, kemasan, rasa, merek secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap image konsumen. Secara parsial variabel harga dan rasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap image konsumen. Sedangkan variabel kemasan dan merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap image. Untuk variabel rasa berpengaruh besar terhadap image konsumen. Dengan berpengaruhnya diferensiasi produk terhadap image konsumen, menunjukkan diferensiasi produk merupakan faktor penting dalam membentuk image konsumen.

**Kata Kunci:** Strategi Diferensiasi Produk Image Konsumen

## ABSTRACT

This research is to analyse strategy of differentiate product by company in developing consumer image, and also identify price variable, pack, taste and brand, from fourth of the variable which having big influence to image. This research take Aqua consumer sampel residing in sub-province of Gunungkidul. With propagated 150 questionnaire. Responder asked to answer the question in questionnaire.

The finding of research indicate influence of strategy of differentiate product to consumer image. Four variable that is, price, pack, taste and brand simultaneously have influence an positive significantly to consumer image. By partial, price variable and taste variable to have influence an positive and significantly to consumer image. While pack variable and brand variable not have influence to consumer image. For taste variable to have an effect on big to consumer image. Influentially him product diferensiasi to consumer image, product diferensiasi indicate is important factor in forming consumer image.

**Keyword:** Strategy, Differentiate Product, Consumer image.