

ABSTRAK

Mohammad Rifai, Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Negeri Gorontalo. Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Karaoke Keluarga Qyu-Qyu Kota Gorontalo. Pembimbing I: Prof. Dr. HjAsna Aneta, M.Si Pembimbing II: Idris Yanto Niode, S.Pd, MM.

Adapun tujuan utama penelitian ini yakni untuk menganalisis dan mendeskripsikan sejauh mana pengaruh antara Strategi Diferensiasi terhadap Kepuasan Pengunjung. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang ada di lingkungan QYU-QYU Karaoke yang berjumlah 8670 orang. Sampel penelitian yaitu berjumlah 99 orang. Pengambilan sampel menggunakan metode *Sampling Jenuh* dan analisis data penelitian menggunakan *Analisis Regresi Linier Sederhana*. Dan berdasarkan indikator penelitian yang mengambil teori oleh : Tjiptono (2001 : 20) menyatakan beberapa indikator Strategi Diferensiasi, yakni Diferensiasi Produk, Diferensiasi Kualitas Pelayanan, Diferensiasi Citra. Kemudian untuk indikator Kepuasan Pelanggan merujuk pada pendapat yang dikemukakan oleh Tjiptono (2004 : 349) yakni : Kebutuhan pelanggan, Keinginan Pelanggan, Harapan Pelanggan. Masing – masing indikator dari variable dependen dan independent diatas dibuat suatu pernyataan dalam bentuk kuesioner yang nantinya akan dibagikan kepada responden.

$$\hat{Y} = 10.482 + 0.789X$$

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Peningkatan Kepuasan Pengunjung melalui experiential pada QYU-QYU Karaoke secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan ditunjukkan koefisien determinasi $r^2 = 0.605$ atau sebesar 60,5% dan sisanya 39,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Peningkatan Kepuasan Pelanggan melalui Strategi Diferensiasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh ($t_{hitung} = 12.198$). Hal ditunjukkan oleh hasil regresi dimana nilai β 0.778 Hasil ini menunjukkan bahwa dengan penerapan Strategi Diferensiasi yang tepat dan diterima oleh pelanggan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan QYU-QYU Karaoke.

Kata Kunci : Strategi Diferensiasi dan Kepuasan Pelanggan