

## ABSTRAK

**Hasan Dali. 931 410 145. 2017.** *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Merk Oppo Di Universitas Negeri Gorontalo).* Skripsi Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Gorontalo, dibawah bimbingan Ibu Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M dan Ibu Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi terhadap minat beli konsumen pada Pengguna Smartphone Merk Oppo di Universitas Negeri Gorontalo. Data dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari pengguna smartphone merk oppo di Universitas Negeri Gorontalo. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 43. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi Diferensiasi terhadap Minat Beli Pengguna Smartphone Merk Oppo di Universitas Negeri Gorontalo. Nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,489. Nilai ini berarti bahwa sebesar 48,9% Minat Beli Pengguna Smartphone Merk Oppo di Universitas Negeri Gorontalo dijelaskan oleh Strategi Diferensiasi. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Minat Beli sebesar 51,1%. Variabel lain tersebut berupa bauran pemasaran seperti produk, lokasi, promosi serta harga

Kata Kunci : Minat Beli, Strategi Diferensiasi

## ABSTRACT

**Hasan Dali. 931 410 145. 2017.** The Influence of Differentiation Strategy toward Customers' Purchase Intention (A Case Study on "OPPO" Brand Smartphone Users in State University of Gorontalo). Skripsi. Bachelor Study Program of Management, Major: Management, Faculty of Economy, State University of Gorontalo, Principal supervisor is Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M and Co-supervisor is Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si

The aim of this research is to find out how much is the influence of differentiation strategy toward customers' purchase intention which is conducted on "OPPO" brand smartphone users in State University of Gorontalo. The data of this research is a primary data directly gained from "OPPO" brand smartphone users in State University of Gorontalo. There are 43 population and sample in this research. Used method of analysis is simple regression analysis.

The result of this research shows that there is a significant influence of differentiation strategy toward "OPPO" brand smartphone users' purchase intention in State University of Gorontalo. The coefficient of determination value  $R^2$  is 0,489. The value means that as much as 48,9% of "OPPO" brand smartphone users' purchase intention in Gorontalo State University is stated by differentiation strategy. The rest of it (51,1%) is influenced by others variables such as product, location, promotion, and price.

**Keywords:** Purchase Intention, Differentiation Strategy



LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH STRATEGI DIFERENSIASI TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SMARTPHONE MERK  
OPPO DI UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO)

SKRIPSI  
Oleh

HASAN DALI

NIM. 931 410 145

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I



Dr. Hapsawati Taan, ST., M.M  
NIP. 19760201 200501 2 004

Pembimbing II



Zulfia K. Abdussamad, SE, M.Si  
NIP. 19790925 200501 2 001

Mengetahui  
Ketua Jurusan Manajemen



Hais Dama SE, M.Si  
Nip. 19730305 200212 1 003