

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Strategi Diferensiasi terhadap Minat Beli Pengguna Smartphone Merk Oppo di Universitas Negeri Gorontalo. Makna yang tersirat dari pengaruh positif yakni ketika perusahaan Smartphone Merk Oppo di Universitas Negeri Gorontalo melakukan berbagai strategi dalam pemasaran yakni strategi diferensiasi pada semua lini sehingga produk yang dihasilkan lebih inovatif dan variatif maka akan semakin tinggi pula minat beli konsumen yang akan berdampak pada loyalitas serta kemauan konsumen merekomendasikan produk smartphone merk oppo pada orang lain.

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. Dari nilai yang dihasilkan dari analisis regresi di atas, maka dapat pula disimpulkan bahwa variabel bebas telah mampu ataupun baik dalam menjelaskan atau memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat. Adapun pengaruh dari variabel lain terhadap Minat Beli sebesar 51,1%. Variabel lain tersebut berupa bauran pemasaran seperti produk, lokasi, promosi serta harga

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan, maka saran yang ditawarkan oleh peneliti meliputi:

1. Sebaiknya perusahaan yang memproduksi smartphone merk oppo berupaya untuk lebih mengembangkan strategi diferensiasi yang dapat dilakukan dengan melakukan inovasi produk serta memperbanyak servis center sehingga akan menambah rasa percaya diri konsumen untuk menggunakan produk tersebut
2. Dalam meningkatkan minat beli konsumen sebaiknya perusahaan smartphone merk oppo tidak hanya terlalu fokus pada kegiatan promosi yang dilakukan secara besar-besaran baik promosi langsung atau promosi yang menggunakan media. Dana yang dialokasikan untuk promosi sebaiknya dialihkan untuk melakukan promosi yang berhadiah bagi konsumen sehingga akan menambah ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian smartphone merk oppo
3. Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang secara teori memiliki dampak bagi minat beli konsumen karena nilai koefisien determinasi hanya sebesar 48,9%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardila Trian Dice. 2013. *Store Image dengan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Alfatri, T. D. (2014). Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan(Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop(Korea Pop) Album Dengan Sistem Pre Order Secara Online (Studi Pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang. Karya Ilmiah. Semarang: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UDINUS
- Anastuti, Karina Utami., Arifin, Zainul., Wilopo. 2014. Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.7 No.1 Januari dalam Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta
- Elsya purwadari Dahliana kamener MBA, Irda. 2013. Pengaruh strategi diferensiasi terhadap minat beli konsumen Pada restoran pecel lele lela cabang padang. *Jurnal Universitas Bung Hatta*
- Ferdinand, Augusty. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen Implikasi pada Strategi Pemasaran, Edisi Pertama*, Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Isyanto, Puji; Budi Ri dan Doni A Febrianto. 2012. Pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen Pada restoran pecel lele lela cabang karawang. *Jurnal Manajemen* Vol.09 No.4
- Jane k. Kamau. 2013. *Effects of differentiation strategy on sales performance in Supermarkets in nakuru town central business district. a research project submitted to the business school in partial fulfillment of the requirement for the award of a master of business administration (strategic management option) degree, kabarak university.*
- Kartajaya, Hermawan. 2001. *Hermawan Kartajaya On Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. 2004. *Positioning, Diferensiasi, dan Brand*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2008, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat

- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*, Jakarta,. Prehallindo
- Kutcher, Kevin. 2000. *Differentiation. Rural telecommunications Journal* Volume 19 (1) : 14
- Novid Wijaya Krama. 2013. Pengaruh strategi diferensiasi terhadap Minat beli konsumen (kasus hotel rindu sempadan). *Jurnal*
- Porter, Michael, E. 2008. Strategi Bersaing (Competitive strategy). Tangerang: Karisma publishing group.
- Riduwan. 2007. *Metode Penelitian untuk Tesis*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Rizky, M.F. & Yasin, H. 2014, Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Binsis*, Vol. 14(2), hal. 135-143
- Santoso, Singgih. 2012. *Analisis SPSS pada Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Schiffman dan Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen (edisi 7)*. Jakarta : Prentice Hall
- Sugiyono.2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sulistiyari, I.N. 2012. Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Oriflame. *Skripsi Universitas Diponegoro*
- Sunjoyo, dkk, 2013. *Aplikasi SPSS Untuk Smart Riset*. Bandung: penerbit Alfabeta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty
- Syafrizal Helmi, Situmorang. 2009. *Bisnis Perencanaan dan Pengembangan*. Medan: Mitra Wacana Med.
- Tjiptono, Fandy 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi tiga, Jakarta : Penerbit Andi