

## ABSTRAK

**Apriyadi Saputra (1211802016): Pengaruh Diferensiasi Produk dan Inovasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna *Handphone* Samsung Dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.**

Diferensiasi Produk dan Inovasi Produk semakin memiliki arti penting bukan saja sebagai alat untuk menarik minat konsumen, mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan melainkan juga untuk persaingan meningkatkan kepuasan pelanggan. Berarti dapat dikatakan bahwa diferensiasi dan inovasi tidak hanya tentang keunikan dan perbedaan yang dibuat perusahaan yang tentu akan menghabiskan biaya yang tidak sedikit, namun ada nilai-nilai lain yang dengan mudah dapat dipersepsikan kepada pelanggan.

Dengan latar belakang yang telah diutarakan, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh Diferensiasi Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) baik diteliti secara parsial maupun secara simultan.

Diferensiasi produk adalah sebagai proses penambahan serangkaian perbedaan yang penting dan bernilai, guna membedakan tawaran perusahaan itu dari tawaran pesaing. Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan dalam keseluruhan operasi perusahaan dimana sebuah produk baru diciptakan dan dipasarkan, termasuk inovasi di segala proses fungsional/ kegunaannya. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan harapannya.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif, populasi dan sampelnya adalah pengguna *Handphone* Samsung dikalangan mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Dalam penelitian ini sampel penelitian ditujukan secara *Nonprobability Sampling* dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah Aksidental. Pada penelitian ini peneliti menentukan sampel sebanyak 100. Data yang dihasilkan adalah tanggapan responden yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuesioner yang telah disebar.

Dari hasil pengolahan data pengaruh Diferensiasi Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) secara parsial, dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:  $Y = 0,367 + 0,243 X_1 + 0,075 X_2$ . Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa Diferensiasi Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan  $t_{hitung} = 4,665 > t_{tabel} = 1,66$ , dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan nilai  $\beta$  sebesar  $0,475$ . Inovasi Produk tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dibuktikan dengan  $t_{hitung} = 0,542 < t_{tabel} = 1,66$ , dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,589 < 0,05$ , dan nilai  $\beta$  sebesar  $0,055$ . Dan secara simultan pengaruh Diferensiasi Produk (X1) dan Inovasi Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) menghasilkan nilai sebesar  $F_{hitung} = 16,603 > F_{tabel} = 3,09$ , tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , dan *R-square* diperoleh sebesar  $0,255$  atau  $25,5\%$ .

## Motto dan persembahan

### **Motto:**

“Jangan pernah menganggap sesuatu itu susah jika belum mengetahui hasilnya itu sendiri. Cobalah segala sesuatu yang patut dicoba agar mampu mendapat jawaban yang pasti. Hanya mati yang tak mungkin manusia bisa mencobanya. Karena berproses itu nikmat”.

### **Persembahan:**

Tak henti rasa syukur yang sebesar-besarnya penulis panjatkan atas rahmat dan karunia yang Allah berikan hingga detik ini dalam menyelesaikan tugas akhir. Karya ini penulis persembahkan untuk keluarga tercinta, kedua orang tua terkasih Bapak Hasan Yusir, dan Ibu Nunung Nurjanah serta brother-brother tersayang Dedi Irawan, Ahmad Fuadi, dan Destyana Azizah yang selalu memberikan peran dan dukungan terbaiknya kepada penulis hingga detik ini juga. Dan tentunya Eli Samsidar, Muslim Imammudin, dan kedua nenek tercinta Maemunah dan Hasibah serta keluarga besar Cicaheum dan Palembang yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang selalu memberikan support terbaik.