

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN  
SMARTPHONE IPHONE  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN SMARTPHONE  
IPHONE DIKALANGAN STIE EKUITAS)**

Oleh:  
**Angga Aditya**  
**A10100209**

Dibawah Bimbingan:  
**Teguh Imam Basuki, S.KOM, MM.**

**ABSTRAK**

Dalam persaingan memasarkan produk dengan tujuan menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan perlu membangun strategi pemasaran yang baik. Strategi yang harus dilakukan dalam upaya menciptakan target pemasaran dimulai dari perusahaan. Salah satu strategi yang perlu dilakukan tersebut adalah strategi diferensiasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan kepuasan konsumen terhadap smartphone iPhone.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa STIE Ekuitas Bandung. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini berupa tanggapan responden mengenai diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen smartphone iPhone, sedangkan data sekunder berupa sejarah perusahaan. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 responden mahasiswa STIE Ekuitas dengan menggunakan metode *simple random sampling*. Pengelolaan dan analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk smartphone iPhone mempunyai tanggapan yang baik dari responden, dapat dilihat dari indikator seperti ukuran produk yang berbeda dengan produk lainnya, pengembangan fitur operasi, kualitas dll, sedangkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan konsumen merasa puas. Selain itu Diferensiasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan smartphone iPhone. Nilai koefisien determinasi sebesar 71,74% artinya pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 71,74% dan sisanya sebesar 28,26% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

**Kata kunci: Diferensiasi produk, Kepuasan pelanggan.**

# **PRODUCT DIFFERENTIATION EFFECT ON CUSTOMER SATISFACTION**

## **SMARTPHONE IPHONE**

### **(CASE STUDY ON CONSUMER SMARTPHONE**

### **IPHONE among STIE EKUITAS)**

By:

**Angga Aditya**  
**A10100215**

Under the guidance:

**Teguh Imam Basuki, S.KOM, MM**

#### **ABSTRACT**

*In a competitive market the product with the aim of creating customers satisfaction, companies need to build a good marketing strategy. The strategy should be done in an effort to create targeted marketing starts from the company. One of the strategies that need to be done is a differentiation strategy. This study aims to determine the effect of product differentiation and customer satisfaction with the iPhone smartphone.*

*The population of this study were students STIE Equity Bandung. The data used are primary data and secondary data. Primary data in this study are respondents regarding product differentiation on consumer satisfaction iPhone smartphone, while the secondary data from the company's history. The sample in this study berjumlah 97 STIE Equity student respondents using simple random sampling method. Management and data analysis in this study using simple linear regression with SPSS 21.*

*These results indicate that the product differentiation iPhone smartphone has a good response from the respondents, can be seen from indicators such as the size of the different products with other products, the development of the operating features, quality, etc., while the overall customer satisfaction customer satisfaction. In addition, differentiation has a significant influence on customer satisfaction iPhone smartphones. Value of determination coefficient of 71.74% means that the effect of product differentiation to customer satisfaction is at 71.74% and the remaining 28.26% influenced by other factors not examined by the author.*

**Keyword: Product Differentiation, Customer Satisfaction**