

**PENGARUH STRATEGI DIFFERENSIASI PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA NASABAH LOGAM MULIA  
PT. PEGADAIAN (PERSERO) CABANG TERANDAM PADANG)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(SE) Di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas*



**SUKMA EKA PUTRI**  
**1110524035**

**Pembimbing : Dr. Verinita, SE, M, Si**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ANDALAS  
2017**

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN (STUDI PADA NASABAH LOGAM MULIA PT PEGADAIAN  
(PERSERO) CABANG TERANDAM PADANG)**

*Skripsi S1 oleh: Sukma Eka Putri*

*Pembimbing: Dr. Verinita, SE, M.Si*

**ABSTRAK**

Pada saat ini, persaingan di dunia usaha semakin ketat dan kompleks. Salah satu persaingan yang berkembang saat ini terjadi dalam bidang investasi emas. Berbagai strategi dilakukan perusahaan untuk menarik pelanggan, salah satunya dengan strategi diferensiasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian nasabah. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Pegadaian Cabang Terandam yang melakukan transaksi, dan sampel sebanyak 65 responden dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*. Metode pengumpulan datanya melalui kuesioner. Teknik pengolahan data menggunakan *Software computer*, yaitu SPSS 16.0. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji T, dan uji model Penelitian  $R^2$ . Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, hasilnya yaitu strategi diferensiasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian pada nasabah Logam Mulia PT. Pegadaian (Persero) Cabang Tarandam Padang

***Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian, Logam Mulia***

---