

ABSTRAK

Penelitian ini merupakan hasil penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk dan *word of mouth* terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung. Metologi penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebesar 90 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner melalui bantuan *google form* yang diolah melalui SPSS versi 26 dan teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan statistik uji simultan, menunjukkan bahwa diferensiasi produk dan *word of mouth* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian *smartphone* Samsung pada mahasiswa program studi S1 Manajemen FEB Universitas Jambi. oleh karena itu, pihak pemasar, pengiklanan, dan pengembangan produk untuk memperkuat strategi pemasaran dengan memanfaatkan word of mouth dan diferensiasi produk, hal ini dapat dilakukan dengan mengembangkan produk yang memiliki fitur dan desain yang unik dan inovatif serta mempromosikan produk melalui media sosial dan influencer marketing.

Kata kunci: diferensiasi produk; *word of mouth*; keputusan pembelian; *smartphone* Samsung; mahasiswa Prodi S1 Manajemen FEB Universitas Jambi

ABSTRACT

This study is a quantitative research result that aims to determine the effect of product differentiation and word of mouth on purchasing decisions for Samsung smartphones. The research methodology used is quantitative research and the sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 90 respondents. The data collection technique uses a questionnaire through the help of a Google form processed through SPSS version 26 and the data analysis technique uses multiple linear regression. The results of this study indicate that product differentiation has a positive and significant effect on purchasing decisions. Then word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions. Furthermore, based on the results of simultaneous test statistical calculations, it shows that product differentiation and word of mouth have a simultaneous effect on purchasing decisions for Samsung smartphones for undergraduate students in Management FEB at Jambi University. Therefore, marketers, advertisers, and product developers need to strengthen their marketing strategies by utilizing word of mouth and product differentiation. This can be done by developing product that have unique and innovative features and designs and promoting product through social media and influencer marketing.

Keywords: *product differentiation; word of mouth; purchasing decisions; Samsung smartphones; undergraduate students of Management FEB at Jambi University*