

## ABSTRAK

**Nuralina (2017): “Analisis Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Pekanbaru ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syari’ah”**

Penulisan ini dilatar belakangi oleh penilain para konsumen terhadap diferensiasi produk yang dilakukan oleh Rotte Bakery Pekanbaru. Diferensiasi produk yang dilakukan rotte bakery membuat berbagai varian dan cita rasa yang berbeda dari pesaing pemilik bakery dengan tujuan mendapatkan kepuasan konsumen dalam membeli produk kue dan roti. Namun dari data yang diperoleh hanya beberapa produk saja yang gemari oleh konsumen. Hal inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen. Lokasi penelitian ini dilakukan di Rotte Bakery, yang beralamat di jalan Bukit Barisan Kompleks Ruko Bukit Garden Residence No 6 Tangkerang Timur Pekanbaru. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah Terdapat Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rotte Bakery Pekanbaru dan bagaimana tinjauan Ekonomi Syari’ah tentang hubungan Diferensiasi Produk dan kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Pekanbaru.

Penelitian ini bersifat penelitian lapangan (*field research*) . Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rotte Bakery sebanyak 32.400 orang konsumen adalah jumlah konsumen rotte bakery 2 tahun terakhir. Sedangkan sampel yang diambil dengan menggunakan metode Slovin sebanyak 100 konsumen. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner, observasi dan study pustaka. Analisa data dalam dalam penelitian ini menggunakan analisa kuantitatif dengan melakukan Uji Intrumen penelitian, dan Uji Hipotesis

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara variabel diferensiasi produk dengan variabel kepuasan konsumen, dimana Persamaan regresi linear sederhana dari hasil perhitungan statistic didapat sebagai berikut:  $Y = 14,944 + 0,914X$  Artinya persamaan regresi linear tersebut adalah Nilai diferensiasi produk  $X = 0,914$ , artinya jika setiap kali variabel diferensiasi produk ( $X$ ) bertambah 1% , maka variabel kepuasan konsumen ( $Y$ ) akan bertambah sebesar 0,914, Karena nilai koefisien regresi bernilai (+) maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel diferensiasi produk ( $X$ ) berpengaruh positif (+) terhadap kepuasan konsumen. Maka dari itu semakin bagus diferensiasi produk semakin bagus pula kepuasan konsumen. dan hasil Uji t Menunjukkan bahwa hubungan variabel diferensiasi produk dengan variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai  $t_{hitung} = 5.895$  dan  $t_{table} 1.907$  ternyata  $t_{hitung} > t_{table} (5.895) > (1,907)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh antara diferensiasi produk terhadap kepuasan konsumen. Tinjauan ekonomi syari’ah mengenai diferensiasi produk dalam memberikan kepuasan secara umum telah sesuai dengan prinsip Ekonomi Syari’ah. Hal tersebut dapat dilihat dengan penggunaan bahan baku dan proses produksinya yang halal dan baik.