UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Indah sekar pratiwi (2017): Pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen PT Arnott's Indonesia di Pekanbaru menurut ekonomi islam

Penelitiaan ini dilatar belakangi oleh diferensiasi produk yang merupakan bagian dari kegiatan bauran pemasaran untuk mempromosikan suatu produk, dimana perusahaan menciptakan produk yang baru dan berbeda sehingga mampu menarik konsumen untuk untuk membeli produk mereka. Dalam hal ini PT Arnotts menggunakan diferensiaasi produk untuk menarik minat beli konsumen. Fakta yang terjadi dilapangan omzet perusahaan di 5 tahun terakhir mengalami peningkatan tetapi mereka belum mencapai target tahunan yang telah ditetapkan perusahaan. Berdasarkan kondisi yang ditemukan pada PT Arnott's Indonesia di pekanbaru, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen di PT Arnott's Indonesia di pekanbaru.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisi pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen di PT Arnott's Indonesia di Pekanbaru dan bagaimanakah tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen PT Arnott's Indonesia di pekanbaru.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*.Sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti (*unknown population).* Sample sebanyak 96 orang konsumen, teknik pengambilan sample menggunakan *Accindental sampling* dan menggunakan rumus *unknown population.* Metode pengumpulan data dengan kuesioner, wawancara, dokumen, dan tinjauan pustaka. Analisis data menggunakan uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa adanya pengaruh diferensiasi produk terhadap minat beli konsumen PT Arnotts's Indonesia di pekanbaru. berdasarkan analisis kofisien determinasi (R^2) menunjukan bahwa pengaruh variabel independen (Diferensiasi) adalah sebesar 89%. Sedangkan sisanya sebesaar 11% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Persamaan regresi yang dipengaruhi yaitu Y=12,764 + 0,189X atau Minat beli = 12,764 + 0,189 + e arti dari persamaan tersebut nilai konstanta (a) sebesar 12,764. Artinya adalah jika diferensiasi diasumsikan nol (0) maka minat beli bernilai 12,764. Nilai regresi diferensiasi sebesar 0,189. Artinya setiap peningkatan diferensiasi sebesar 0,189 dengan variabel lain tetap.

Menurut tinjauan ekonomi islam Diferensiasi produk yang dilakukan oleh PT Arnotts telah sesuai dengan syariat islam dimana dalam mempromosikan produk perusahaan tidak melakukan promosi palsu atau mengandung penipuan dan menjanji-janjikan keistimewaan akan produk yang tidak ada pada suatu produk tersebut sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk mereka. Setiap ucapan maupun perbuatan yang mmenjerumuskan konsumen untuk menduga bahwa produk yang akan dibeli itu ada kelebihan-kelebihan sebenarnya tidak ada padanya maka perbuatan tersebut termasuk diharamkan