



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB IPENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Perumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Metode Penelitian.....	9
F. Metode Pengumpulan Data	12
G. Metode Analisa data.....	13
H. Definisi Operasional Variabel.....	14
I. Teknik Analisis Data.....	16
J. Teknik Penulisan.....	19
K. Sistematika Penulisan.....	20
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Sejarah PT Arnott's.....	22
B. Jenis-Jenis produk Arnott's.....	25
C. Lokasi PT Arnott's.....	27
D. Struktur Organisasi Perusahaan	28
E. Nama Pimpinan Dan Karyawan PT Arnott's Indonesia	33
F. Visi dan Misi PT Arnott's	33
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	35
B. Diferensiasi Produk.....	36
C. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Diferensiasi produk.....	41



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.

D. Perilaku Konsumen	44
E. Minat Beli.....	44
F. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli	45
G. Indikator-Indikator Minat Beli	48
H. Jenis-Jenis Perilaku Keputusan Pembelian	48
I. Minat Beli Menurut Prespektif Islam.....	52
J. Perilaku Konsumen Dalam Ekonomi Islam.....	53
K. Batasan Konsumsi dalam Syariah.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	57
B. Deskripsi Variabel.....	59
C. Analisis Data	63
D. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen PT Arnott’s Indonesia di Pekanbaru Menurut Ekonomi Islam	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA