

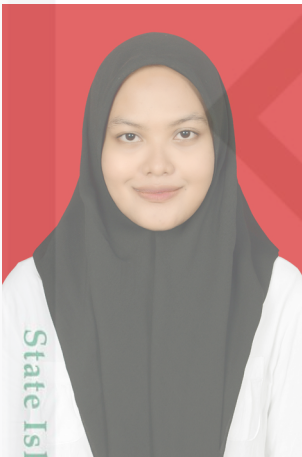


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA PRODUK  
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA *BUSSINES  
CENTER HALAL NETWORK INTERNATIONAL (HNI)*  
CABANG PEKANBARU (SUATU TINJAUAN  
EKONOMI SYARIAH)**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Memenuhi Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Syariah Dan Hukum



Oleh:

**CINDY MASRIANOLLA**

**NIM:12020521467**

**PROGRAM S1**

**EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

**2024 M / 1446 H**



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center Halal Network International (HNI) Cabang Pekanbaru”, yang ditulis oleh:

Nama : Cindy Masrianolla  
 NIM : 12020521467  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Maret 2024

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Dr. Muhammad Albahi.,SE.,M.Si.Ak  
 NIP. 19800226 200912 1 002

Muslim, S. Ag.,SH., M.Hum  
 NIP. 19720505 201411 1 002

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Diindungi 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 Ditanggung 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Produk terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center Halal Network International (HNI) Cabang Pekanbaru (Suatu Tinjauan Ekonomi Syariah)”**, yang ditulis oleh:

Nama : **Cindy Masrianolla**  
 NIM : **12020521467**  
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Rabu / 10 Juli 2024  
 Waktu : 13:00 WIB  
 Tempat : Ruang Munaqasyah Lt.2 Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universtitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Pekanbaru, 10 Juni 2024**  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
 Dr. Nurmasrina, SE, M.Si  
 NIP. 19800405 200901 2 008

Sekretaris  
 Nuryanti, S.E.I., ME.Sy  
 NIP. 19870103 202321 1 035

Penguji I  
 Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si. Ak  
 NIP. 19800226 200912 1 002

Penguji II  
 Dr. Drs. H. Muh. Said. HM, MA, MM  
 NIP. 19620512 198903 1 003

Mengetahui:  
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum  
  
**Dr. H. Zulkifli, M. Ag**  
 NIP. 197410062005011005





## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Cindy Masrianolla  
NIM : 12020521467  
Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru / 17 September 2001  
Fakultas : Syariah Dan Hukum  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi **“Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Produk terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center Halal Network International (Hni) Cabang Pekanbaru (Suatu Tinjauan Ekonomi syariah)”**,

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 30 Juli 2024  
Yang membuat pernyataan



Cindy Masrianolla  
NIM. 12020521117

- Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

## ABSTRAK

**Cindy Masrianolla (2024): Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada Halal *Network International* (Hni) Cabang Pekanbaru (Suatu Tinjauan Ekonomi Syariah)**

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di industri makanan dan minuman semakin ketat. Konsumen memiliki preferensi yang beragam dan semakin cerdas dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Salah satu bisnis yang bergerak dalam industri makanan dan minuman halal adalah Business Center Halal *Network International*. *Business center* ini bertujuan untuk menyediakan produk-produk halal berkualitas tinggi kepada konsumen, dengan fokus pada penggunaan bahan-bahan alami dan tradisional. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan pada Halal *Network International* (HNI) secara parsial atau simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jumlah sampel dalam penelitian 99 responden. penelitian ini menggunakan teknik samplingnya yaitu Simple Random Sampling dengan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil dari analisis uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini berpengaruh secara parsial untuk variabel diferensiasi produk (X1) dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  dan  $t_{hitung} = 3,601 > t_{tabel}=1.661$ . dan variabel Harga Produk (X2) dengan signifikan  $0,001 < 0,05$  dan  $t_{hitung} = 3,595 > t_{tabel}=1.661$ . Hasil dari analisis uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $24,663 > F_{tabel}$  sebesar  $3,091$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara diferensiasi produk dan harga produk secara parsial dan simultan terhadap peningkatan penjualan pada Halal *Network International* (HNI) cabang Pekanbaru. Sementara itu, perspektif ekonomi syariah memberikan tambahan mengenai kepatuhan terhadap prinsip syariah dalam pengembangan produk dan penetapan harga pada penjualan.

**Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Harga Produk, Dan Peningkatan Penjualan**

Hak Cipta Diindungi 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.

## KATA PENGANTAR



*Assalamu 'alaikum Wr.Wb*

*Alhamdulillahrabbi'l'amin*, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, pemimpin umat yang telah membimbing kita. Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah Yang Maha Esa, karena dengan limpahan rahmat dan ke arah yang lebih baik. Baginda telah mewariskan dua pedoman utama dalam hidup, yaitu Al-Qur'an dan Sunnah, sebagai petunjuk yang benar untuk mengarahkan kehidupan kita.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “**Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Halal *Network International* (Hni) Cabang Pekanbaru (Suatu Tinjauan Ekonomi Syariah)**”.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapat dukungan, perhatian, bimbingan dari berbagai pihak, baik moral maupun material. Maka dari itu penulis mengucapkan terimakasih yang begitu besar kepada :

1. Orang tua tercinta Ayahanda Masrial dan Ibunda Menhendra Yenis yang telah mendidik dan senantiasa memberi motivasi, doa, cinta dan kasih sayang serta memberikan dukungan secara moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan semua proses perkuliahan dengan lancar. Hanya doa yang bisa



ananda sampaikan, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan umur panjang yang berkah serta menjadikan tetesan keringat dan air mata dalam membiayai pendidikan ananda menjadi pahala yang terus mengalir hingga surga Allah SWT.

2 Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3 Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, beserta Bapak Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., M.A selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., M.Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi

4 Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah UIN Suska Riau.

5 Ibu Dr. Zuraidah, M.Ag. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi, membimbing dan mengarahkan kepada penulis selama menempuh perkuliahan.

6 Bapak Dr. Muhammad Albahi, S.E., M.Si. Ak., CA selaku dosen pembimbing 1 penulis dan Bapak Muslim, S.Ag., SH., M.Hum selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak membantu penulis dalam perbaikan-perbaikan skripsi,

Hak Cipta Diindungi 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 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.

arahan dan masukan yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

7. Pihak Perpustakaan Fakultas Syariah dan Hukum dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.

8. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan. Segenap karyawan dan tata usaha Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah sabar dan ikhlas membantu penulis dalam segala hal urusan di kampus.

9. Segenap para pegawai BC HNI HPAI cabang Pekanbaru 4 yang telah memberikan izin dan arahan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan lancar.

Dan seluruh pihak yang terlibat dalam penelitian yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, Dengan kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih atas arahan serta dukungan dan kebersamaan penulis dikondisi tersulit, Atas kritik dan saran yang mendukung, penulis ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 31 Juli 2024  
Penulis

Cindy Masrianolla  
NIM.12020521467



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.

DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II KERANGKA TEORITIS</b>	
A. Kajian Teoritis .....	9
B. Penelitian Terdahulu .....	27
C. Definisi Operasional .....	29
D. Kerangka Pemikiran .....	30
E. Hipotesis Penelitian .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	33
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	33
D. Populasi dan Sampel .....	33
E. Sumber Data .....	35
F. Teknik Pengumpulan Data .....	36
G. Metode Analisis Data .....	37
H. Gambaran Umum Berdirinya Halal <i>Network International</i> (HNI) .....	42

**Hak Cipta Diindungi 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.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

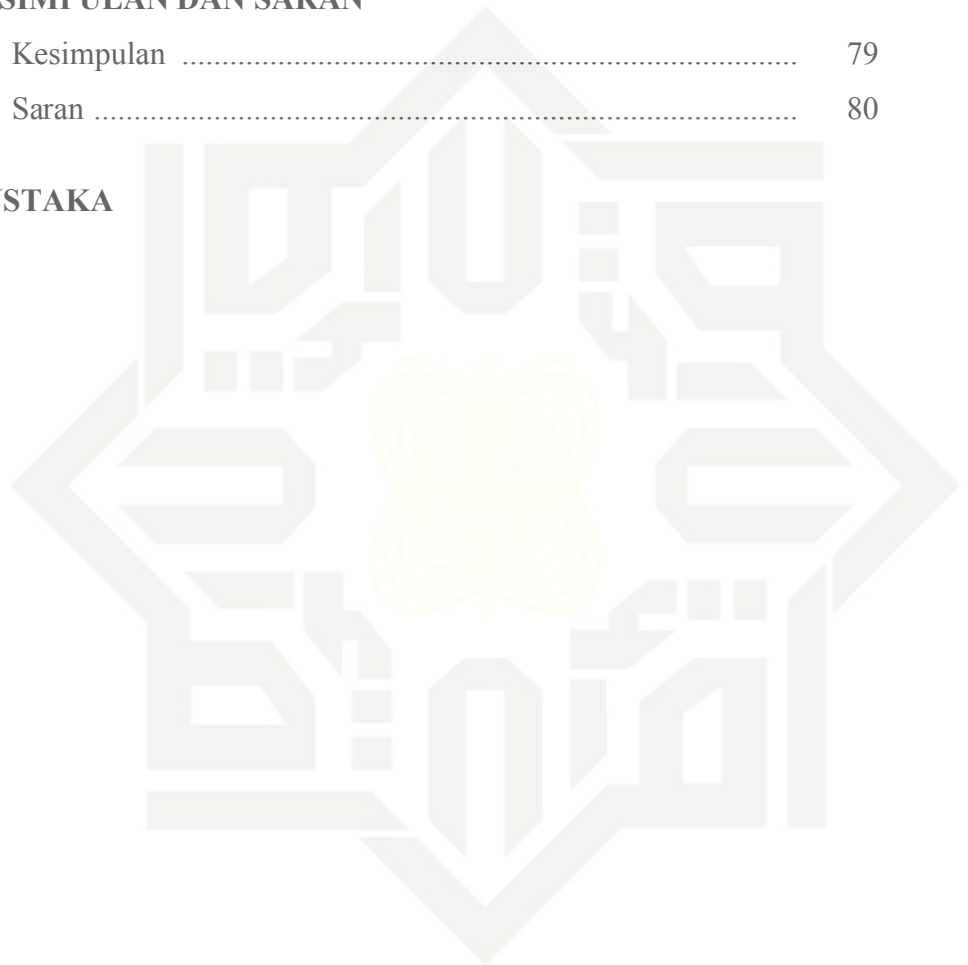
A. Hasil Penelitian.....	51
B. Pembahasan .....	67
C. Tinjauan Ekonomi Syariah .....	70

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU


**Hak Cipta Diindungi 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.

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Penjualan <i>Halal Network International</i> tahun 2020-2023 .....	2
Tabel 1.2	Harga Produk Halal Network International .....	3
Tabel 3.1	Tingkat Skala Likert .....	37
Tabel 3.2	Struktur organisasi pimpinan .....	47
Tabel 3.3	Struktur organisasi Halal <i>Network International</i> (HNI) cabang Pekanbaru .....	48
Tabel 4.1	Data responden berdasarkan usia .....	51
Tabel 4.2	Data responden berdasarkan jenis kelamin .....	52
Tabel 4.3	Data responden berdasarkan pekerjaan .....	53
Tabel 4.4	Hasil Uji Deskriptif .....	53
Tabel 4.5	Tanggapan responden terhadap Variabel Diferensiasi Produk .....	55
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variable Harga Produk .....	56
Tabel 4.7	Tanggapan responden terhadap Variabel Diferensiasi Produk .....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas .....	58
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas .....	59
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearitas .....	61
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (T) .....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji Simultan (F) .....	67
Tabel 4.17	Produk-produk Halal Network International (HNI) .....	73



Hak Cipta Diindungi 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.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi saat ini, persaingan di industri makanan dan minuman semakin ketat. Konsumen memiliki preferensi yang beragam dan semakin cerdas dalam memilih produk yang mereka konsumsi. Dalam konteks ini, bisnis yang menawarkan produk-produk halal memiliki potensi yang besar untuk berkembang, mengingat permintaan konsumen yang terus meningkat.<sup>1</sup>

Salah satu bisnis yang bergerak dalam industri makanan dan minuman halal adalah *Business Center Halal Network International*. Business center ini bertujuan untuk menyediakan produk-produk halal berkualitas tinggi kepada konsumen, dengan fokus pada penggunaan bahan-bahan alami dan tradisional.

*Business Center Halal Network International* harus mampu mempertahankan pangsa pasarnya supaya penjualan tidak mengalami penurunan. Penjualan merupakan syarat mutlak bagi kelangsungan suatu bisnis, karena dengan penjualan akan memperoleh keuntungan. Semakin tinggi penjualan maka semakin tinggi pula keuntungan yang dimaksimalkan. Untuk mencapai tujuan tersebut, harus berupaya menjadikan konsumen menarik dan loyal saat melakukan pembelian di suatu unit bisnis. Jadi *Halal Network International* (HNI) dituntut untuk dapat mendesain dan mengimplementasikan

---

<sup>1</sup> Ridwan, Skripsi : “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening, Suatu Kajian Pada Vello City Burger & Coffe”, (Padang : UPI YPTK,2022), hal.1

## Hak Cipta Diindungi 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.

strategi pemasaran yang mampu menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hasil penjualan.

**Tabel 1.1**  
**Penjualan *Halal Network International* tahun 2020-2023**

Tahun	Penjualan
2019	Rp.12.025.187.100
2020	Rp.9.920.169.310
2021	Rp.7.147.164.950
2022	Rp.7.896.987.710

Dari tabel 1.1 menunjukkan omset penjualan 4 tahun terakhir pada *Halal Network Internatioanal* (HNI), mereka mengalami kenaikan dan penurunan pada omset penjualan nya. Pada tahun 2019-2021 omset penjualan pada HNI terus menurun, pada tahun 2019 sebesar Rp.12.025.187.100, tahun 2020 sebesar Rp.9.920.169.310, pada tahun 2021 sebesar Rp.7.147.164.950, setelah itu pada tahun 2022 naik lagi sebesar Rp.7.896.987.710

Maka dari itu dalam upaya untuk tetap bersaing dan agar HNI terus mengalami peningkatan penjualan, perlu memperhatikan harga produk dan diferensiasi produk yang mereka tawarkan.

Menurut Kotler & Armstrong harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa.<sup>2</sup> Salah satu komponen utama yang memengaruhi pemasaran suatu produk adalah harganya. Harga yang rendah selalu menjadi perhatian utama konsumen saat mencari barang. Oleh karena

<sup>2</sup> I Komang Sumerta, Desak Nyoman Tri Indahyani, Ni Komang Redianingsih, I Made Baji Panawa, "Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashio", *Buletin Studi Ekonomi*. Vol. 25 No. 2, 2020, hal. 192

## Hak Cipta Diindungi 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.

itu, harga yang ditawarkan harus dipertimbangkan secara khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan jasa. Dalam pemasaran, harga merupakan komponen yang fleksibel karena harga dapat berubah dalam waktu yang singkat sesuai dengan kondisi pasar. Dengan memperhatikan harga pada produk maka *halal network international* (HNI) akan mampu meningkatkan penjualannya.

**Tabel 1.2**  
**Harga Produk Halal Network International**

No	Produk	Jumlah Produk	Harga
1	Herbs Products	29	Rp.43.000 - Rp.460.000
2	Healt food & Beverages	34	Rp.35.000 - Rp.350.000
3	Cosmetics & home care	36	Rp.13.000 - Rp.790.000
4	fashion & lifestyle	4	Rp.75.000 – 240.000

Dari tabel 1.2 menunjukkan bahwa harga produk *Halal Network International* (HNI) masih sangat mempengaruhi kepuasan pembeli, karena beberapa produk yang dijual oleh *Halal Network International* (HNI) lebih mahal daripada produk yang biasa dijual di pasaran. Oleh karena itu, akan menjadi masalah jika harga produk sedikit lebih mahal daripada produk-produk yang biasa dijual di pasaran. Ini menjadi kendala bagi *Halal Network International* (HNI) untuk meningkatkan penjualan produk.

Selain itu, diferensiasi produk juga merupakan aspek yang perlu dipertimbangkan oleh *Business Center Halal Network International*. Konsumen cenderung mencari variasi dalam produk yang ditawarkan agar mereka memiliki lebih banyak pilihan. Menurut Kotler & Armstrong, diferensiasi produk berarti membedakan produk dari yang lain untuk



#### Hak Cipta Diindungi 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.

menghasilkan nilai lebih bagi konsumen. Perbedaan ini akan mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian yang memenuhi kebutuhannya.<sup>3</sup> Untuk memenangkan persaingan di pasar, perusahaan melakukan diferensiasi produk dengan menetapkan sekumpulan perbedaan yang signifikan pada produknya untuk membedakannya dari produk pesaingnya. Ini membuat konsumen percaya bahwa produk tersebut memiliki nilai tambah yang diharapkan.

Pada tempat yang diteliti *Halal Network International*, merupakan salah satu bisnis halal *network* di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HNI telah memiliki macam produk, seperti obat-obatan herbal, produk keperluan rumahan sehari-hari, dll. Selain itu HNI pun telah mendapatkan sertifikat yang dikeluarkan Dewan Syari'ah Nasional-MUI bahwa HNI telah memenuhi prinsip syari'ah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang kini tak hanya mementingkan produk yang berkualitas saja, namun juga terjamin kehalalannya.<sup>4</sup>

Dalam konteks ini, penelitian tentang pengaruh diferensiasi produk terhadap penjualan menjadi penting untuk memahami bagaimana diferensiasi produk dapat mempengaruhi peningkatan penjualan.

Namun, meskipun penting, penelitian tentang pengaruh harga produk dan diferensiasi produk terhadap penjualan pada bisnis center khususnya di industri makanan dan minuman halal masih terbatas. Oleh karena itu,

<sup>3</sup> Suca Rusdian, Nurul Hildayani "Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut)", Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 1, 2021, hal.135

<sup>4</sup> PT.HPAI.HNI, Panduan sukses, (Jakarta: Pt.HPAI), 2018 hal.10

## Hak Cipta Diindungi 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.

penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan pengetahuan tersebut dengan mengkaji pengaruh harga produk dan diferensiasi produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* Cabang Pekanbaru. diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga bagi bisnis center dalam meningkatkan penjualan mereka melalui perbaikan harga produk dan diferensiasi produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi penjualan pada bisnis center di industri makanan dan minuman halal.

Berdasarkan latar belakang penulisan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center *Halal Network International* (HNI) Cabang Pekanbaru (suatu tinjauan ekonomi syariah)**”.

## B. Batasan Masalah

Dalam penulisan suatu karya ilmiah, perlu diadakan suatu pembatasan terhadap permasalahan yang dibahas agar peneliti lebih terarah dan tidak mengambang sehingga sesuai dengan maksud dan tujuan yang diinginkan. Maka dari itu penulis membatasi masalah penelitian ini hanya fokus kepada: pengaruh diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan pada *bussines center halal network international* (hni) cabang Pekanbaru.

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.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka masalah yang akan diteliti adalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Diferensiasi produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* Cabang Pekanbaru?
2. Bagaimana pengaruh Harga produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* Cabang Pekanbaru?
3. Bagaimana pengaruh Diferensiasi produk dan Harga produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* Cabang Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah?

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan pengaruh harga produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* di Pekanbaru
2. Untuk menjelaskan pengaruh diferensiasi produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* di Pekanbaru
3. Untuk menjelaskan pengaruh harga produk dan diferensiasi produk terhadap penjualan pada *Business Center Halal Network International* di Pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah

### E. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

## BAB I PENDAHULUAN



**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.

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

## **BAB II KERANGKA TEORITIS**

Pada bab ini menjelaskan tentang Landasan Teori yang berhubungan dengan Penelitian yang dilakukan, kemudian dilanjutkan dengan Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran Teoritis.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang metodologi penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan, teknik analisa data, dan hipotesis penelitian.

Serta membahas mengenai gambaran lokasi penelitian yang terdiri dari sejarah berdirinya, visi dan misi, dan struktur organisasi.

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang analisis hasil penelitian yaitu profil responden dan membahas mengenai pengaruh diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan secara parsial dan simultan serta dalam perspektif ekonomi syariah.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian dan saran dari penulis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Hak Cipta Diindungi 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.

## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### A. Kajian Teori

##### 1. Penjualan

###### a. Pengertian Penjualan

Penjualan menurut Kotler diketahui, pasar utama dari penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi individu dan diatur oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar menerima membeli barang yang ditawarkan.

Menurut Swastha, menjual adalah ilmu dan seni pengaruh pribadi yang dicapai dengan cara menjual kepada dan mengajak orang lain untuk bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk bertransaksi, saling mempengaruhi, dan bertujuan untuk menukarkan barang atau jasa dengan uang. Penjualan adalah tujuan dari pemasaran, artinya perusahaan melalui departemen pemasaran termasuk tenaga penjualnya (sales force) akan berusaha melakukan kegiatan penjualan atau mendistribusikan produk hasil produksi.<sup>5</sup>

Suatu usaha tidak akan berkembang jika tidak dapat menjual produk yang dihasilkannya. Sebaliknya jika suatu perusahaan dapat terus

---

<sup>5</sup> Irda Yanti Musyawarah, Desi Idayanti, *Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju*, Vol.1, No.1, 2022 Jurnal Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, hlm. 5

**Hak Cipta Diindungi 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.

meningkatkan penjualannya, maka perusahaan tersebut akan mampu bertahan dalam persaingan komersial.

Dengan demikian, dengan adanya kekuatan menjual dapat tercipta proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Dengan adanya alat tukar berupa uang, masyarakat akan mudah memenuhi kebutuhannya, dan penjualan akan mudah terlaksana. Penjualan umumnya diberikan langsung kepada masyarakat atau konsumen melalui perantara seperti tenaga penjualan, yang bertindak sebagai penghubung dalam rantai yang menghubungkan bisnis ke tambang pelanggan.

**b. Tujuan Penjualan**

Kemampuan suatu perusahaan dalam menjual produknya menentukan kemampuannya dalam menghasilkan keuntungan. Jika perusahaan tidak bisa menjual maka akan mengalami kerugian.

Menurut Basu Swastha DH, tujuan umum penjualan dalam suatu usaha adalah:

- 1) Mencapai penjualan
- 2) Mencapai keuntungan tertentu
- 3) Mempertahankan pertumbuhan perusahaan<sup>6</sup>

**c. Jenis-jenis Penjualan**

Menurut Passaribu, secara umum terdapat dua jenis penjualan yaitu penjualan tunai dan penjualan kredit. Namun kenyataannya ada 4 jenis

<sup>6</sup> Akhmad Gunawan, *hubungan persediaan dengan penjualan Pada laporan keuangan koperasi bukit muria jaya Tahun 2021-2022*, Vol.XXIII, No.43, 2023, Jurnal pengembangan bisnis dan manajemen, hlm.94

#### Hak Cipta Diindungi 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.

penjualan: penjualan tunai, penjualan kredit, penjualan cicilann, dan penjualan konsinyasi. Biasanya masyarakat mengartikan penjualan kredit dan penjualan cicilan itu sama, namun nyatanya berbeda.

Berikut jenis penjualan :

#### 1) Penjualan tunai

Penjualan tunai adalah penjualan barang dengan pembayaran cash atau langsung pada saat barang diserahkan.

#### 2) Penjualan Kredit

Penjualan kredit adalah penjualan barang dengan pembayaran tempo atau menunda pembayaran.

#### 3) Penjualan cicilan

Penjualan cicilan adalah penjualan barang dagangan yang pembayarannya dilakukan secara bertahap dalam jumlah dan waktu yang telah ditentukan.

#### 4) Penjualan Konsinyasi

Barang akan dikirim tetapi kepemilikan tetap pada penjual. Artinya produk dikirimkan berdasarkan pembayaran yang ditangguhkan dan ketika produk terjual, penjual mendapat penggantian dari penerima. Contohnya pedagang kue menitipkan kuenya ke pedagang makanan di pasar.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Dwi Putri Farida Zebua, Nov Elhan Gea, Ratna Natalia Mendrofa, *analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk di cv. Bintang keramik gunungsitoli*, Vol.10, No.4, 2022, jurnal Emba, hlm.1304-1305



#### Hak Cipta Diindungi 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. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penjualan

Kinerja penjualan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang dapat meningkatkan aktivitas perusahaan. Oleh karena itu pengelola penjualan perlu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan menurut Basu Swastha adalah sebagai berikut :

#### 1) Kondisi dan kemampuan

Pada prinsipnya transaksi penjualan melibatkan partisipasi dua pihak, penjual dan pembeli. Tujuan utama dari penjualan adalah mampu meyakinkan pembeli untuk melakukan pembelian, dengan ini penjual dapat berhasil mencapai target penjualan, untuk mencapai target tersebut maka penjual harus memahami beberapa hal yaitu :

- a) Lokasi
- b) Suasana toko
- c) Cara pembayaran
- d) Promosi

#### 2) Kondisi pasar

Pasar merupakan tempat terjadinya transaksi jual beli atau dengan kata lain merupakan tempat terjadinya transaksi antara penjual dengan pembeli, tujuan utama penjual dalam memberikan produknya kepada pembeli, maka penjual perlu memperhatikan Dia. dengan kondisi pasar sebagai berikut :

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Jenis dari pasar itu sendiri, apakah pasar konsumen, pasar industry, pasar penjualan, pasar pemerintah, pasar internasional.
  - b) Jenis dan karakteristik barang
  - c) Harga produk
  - d) Kelengkapan barang
- 3) Modal
- Pada awalnya pembeli belum familiar dengan produk yang akan ditawarkan penjual. Oleh karena itu, penjual harus berusaha memperkenalkan produknya. Untuk mencapai tujuan tersebut diperlukan fasilitas komersial seperti sarana transportasi, tempat peragaan, biaya promosi, dan lain-lain. Keseluruhan usaha ini dapat beroperasi jika penjual memiliki modal yang diperlukan.
- 4) Kondisi Organisasi Perusahaan
- Kondisi manajemen Perusahaan, Pada dasarnya perusahaan besar melakukan hal-hal tertentu dalam operasional bisnisnya. Dengan kata lain setiap bagian ditangani oleh pihak ahli yang menangani setiap bagian tersebut. Hal itu dilakukan untuk memudahkan pengawasan operasional perusahaannya. Berbeda dengan usaha kecil. Hal ini disebabkan karena usaha kecil dan menengah mempunyai struktur organisasi yang lebih sederhana serta permasalahan dan peralatan yang lebih banyak dibandingkan dengan usaha besar. Manajer biasanya menangani langsung masalah penjualan.<sup>8</sup>

<sup>8</sup> Akhmad Gunawan, *hubungan persediaan dengan penjualan Pada laporan keuangan koperasi bukit muria jaya Tahun 2021-2022*, Vol. XXIII, No. 43, 2023, Jurnal pengembangan bisnis dan manajemen, hlm. 100

## Hak Cipta Diindungi 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.

### e. Indikator penjualan

Terdapat beberapa indikator dari penjualan yang dikutip dari Kotler oleh Swastha dan Irawan yaitu:<sup>9</sup>

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

### f. Penjualan Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Berusaha atau mencari rezeki Allah merupakan perbuatan baik dalam perdagangan Islam. Salah satu bentuk usaha adalah jual beli, berniaga, atau perdagangan. Al-Qur'an surah Al-Baqarah ayat 198:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَفَضْتُمْ مِنْ عَرَفَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَيْتُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ



Artinya : Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. Dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar termasuk orang-orang yang sesat<sup>10</sup>

Kegiatan penjualan atau perdagangan diselenggarakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Beberapa prinsip utama ekonomi syariah yang berkaitan dengan kegiatan penjualan melibatkan aspek keadilan, kejujuran, keberlanjutan, dan kepatuhan terhadap hukum Islam. Berikut

<sup>9</sup> Krismiyati, sri handayani, moh.syukur, *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan beras premium perum bulog kantor cabang biak*, Vol.4, No.2, 2020, jurnal manajemen dan bisnis, hlm.11

<sup>10</sup> Departemen agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, (Depok: Al-Huda kelompok ge ma insani, 2015) hal.32

adalah beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam kegiatan penjualan menurut perspektif ekonomi syariah:

1) Menjual barang yang baik mutunya.

Dalam hal ini Islam menganjurkan agar dalam jual beli suatu produk atau barang hendaknya yang bermutu baik, masih layak pakai dan halal, serta dilarang keras menjual produk rusak, maupun produk haram

2) Jangan menyembunyikan cacat barang

Salah satu sumber hilangnya keberkahan jual beli, jika seseorang menjual barang yang cacat yang disembunyikan cacatnya.

3) Jangan bermain sumpah

Pedagang biasa menggunakan sumpah untuk membujuk pembeli agar membeli produknya, namun hal ini dilarang keras dalam Islam.

4) Longgar dan bermurah hati.

Sifat longgar dan bermurah hati ini merupakan sifat yang sangat dianjurkan dalam bisnis karena akan memudahkan dalam meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan minat mereka.

5) Jangan saling menjatuhkan

Bisnis sering mengalami persaingan, tetapi persaingan ini harus dimanfaatkan untuk meningkatkan kualitas produk dan jasa daripada melemahkan satu sama lain.

6) Mencatat hutang piutang.

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

Pinjam meminjam adalah hal yang biasa di dunia bisnis. Al-Quran mengajarkan pencatatan hutang dan kredit dalam konteks ini. Tujuannya adalah untuk memberi tahu pihak yang mungkin lupa atau khilaf.

#### 7) Anjuran berzakat

Artinya zakat 2,5% menghitung dan mengeluarkan atas barang dagangan setiap tahun untuk membersihkan harta yang diperoleh dari hasil usaha.<sup>11</sup>

## 2. Harga Produk

### a. Pengertian Harga Produk

Menurut Kotler & Armstrong harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Menurut Kartajaya diferensiasi adalah semua upaya yang dilakukan perusahaan untuk menciptakan perbedaan diantara pesaing dengan tujuan memberikan nilai yang terbaik untuk konsumen. Dalam pengertian yang lebih luas, harga adalah jumlah seluruh nilai yang diberikan pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan. Satu-satunya elemen dalam bauran pemasaran yang menghasilkan penjualan adalah harga. Harga juga merupakan salah satu elemen pemasaran yang paling fleksibel.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> Meri Anti Khusnawatizal, Dkk, *praktik jual beli di destinasi wisata: sebuah tinjauan Etika bisnis islam*, Vol.2, No.2, 2022, Jurnal antologi hukum, hlm.2012-2013

<sup>12</sup> Satriadi, Dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI), 2021), hal. 103

#### Hak Cipta Diindungi 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.

### b. Tujuan penetapan harga

Berikut ini merupakan tujuan dari penetapan harga suatu produk yang dilakukan perusahaan yaitu: <sup>13</sup>

- 1) Tujuan yang berorientasi pada laba. Manajer harus memperhitungkan biaya bahan produksi dan tenaga kerja saat menghitung laba. Mereka juga harus mempertimbangkan sumber daya modal terkait yang diperlukan oleh perusahaan untuk mencapai tingkat lab tersebut. Oleh karena itu, banyak bisnis menetapkan harga untuk mencapai tujuan investasi modal atau return on sales yang diinginkan.
- 2) Tujuan yang berorientasi pada volume (volume pricing objectives) Tujuan ini menetapkan harga sehingga target penjualan, jumlah penjualan, atau pangsa pasar (mutlak atau relatif) tercapai. Tujuan ini biasanya didasarkan pada strategi untuk memenangkan atau mengatasi persaingan.
- 3) Tujuan yang berorientasi pada citra : Citra perusahaan dibentuk oleh strategi penetapan harga nya. Apakah harga tinggi atau rendah, penetapan harga dimaksudkan untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap keseluruhan bauran produk perusahaan. Untuk mencapai tujuan ini, perusahaan berupaya menghindari persaingan dengan membedakan produknya atau melayani segmen pasar tertentu.

<sup>13</sup> Arif Fakhrudin, Maria Valeria Roellyanti, Awan, *Bauran Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2022), hal 31-33

**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.

- 4) Tujuan stabilisasi harga : Tujuan stabilisasi dicapai dengan menetapkan harga untuk menjaga hubungan yang stabil antara harga perusahaan dan harga pemimpin industri. Target harga ini didasarkan pada strategi untuk memenuhi atau memenuhi permintaan yang kompetitif.

**c. Indikator harga**

Menurut Kotler indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan harga. Harga yang terjangkau adalah harapan pembeli sebelum melakukan pembelian. Mereka akan mencari barang dengan harga yang dapat mereka bayar.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Konsumen biasanya lebih suka membeli barang dengan harga murah asalkan kualitasnya baik.
- 3) Daya saing harga. Agar produknya dapat bersaing di pasar, perusahaan menentukan harga jualnya dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya.
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat. Ketika mereka membeli sesuatu, konsumen lebih memperhatikan manfaatnya daripada harganya.<sup>14</sup>

**d. Harga produk dalam perspektif islam**

Islam sangat kosen pada masalah keseimbangan harga, terutama pada bagaimana peran Negara dalam mewujudkan kestabilan harga dan bagaimana mengatasi masalah ketidak stabilan harga.

<sup>14</sup> Imelda Aprileny, Inka Imalia, Jayanti Apri Emarawati, “Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di grand nusa indah blok j, cileungsi pada pt. Kentanix supra internasional)”, jurnal Ikraith-Ekonomika, Vol. 4 No.3, 2021, hal.246

## Hak Cipta Diindungi 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.

Rasulullah SAW Beliau menjadi muhatsib pasar setelah hijrah ke Madinah. Mekanisme pasar sangat dihargai pada saat itu. Salah satu buktinya adalah fakta bahwa Rasulullah SAW menolak untuk menetapkan kebijakan harga, pada saat harga naik karena dorongan penawaran dan permintaan. Hadis yang diriwayatkan oleh enam imam hadis (kecuali Imam Nasa'i) mengatakan:

عن أنس بن مالك رضي الله عنه مرفوعاً: قال الناس: يا رسول الله، غَلَا البَيْعُ فَسَعَّرْنَا، فقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: «إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّازِقُ، وَإِنِّي لأرجو أن «ألقى الله وليس أحدٌ منكم يُطالِبُنِي بمِظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ».

“Manusia berkata saat itu, “Wahai Rasulullah harga (saat itu) naik, maka tentukanlah harga untuk kami”. Rasulullah SAW bersabda: Sesungguhnya Allah adalah penentu harga, Ia adalah penahan, Pencurah, serta Pemberi rezeki. Sesungguhnya aku mengharap dapat menemui Tuhanku Diana salah seorang di antara kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta.”<sup>15</sup>

Dari hadits tersebut menunjukkan bahwa keyakinan Islam tentang harga didasarkan pada sunatullah, yang berarti harga berubah secara alami sesuai dengan keadaan pasar tanpa pengaruh manusia. Menentukan harga akan menyebabkan ketidak seimbangan di pasar, yang akan mengakibatkan kerugian bagi pembeli atau penjual, yang merupakan konsekuensi dari kezaliman.

<sup>15</sup> Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Abu Daud*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2006), hal.581



## Hak Cipta Diindungi 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.

Nabi tidak menetapkan harga jual karena mengakibatkan kezaliman, yang haram. karena menetapkan harga terlalu mahal akan menzalimi pembeli dan menetapkan harga terlalu rendah akan menzalimi penjual.<sup>16</sup>

Namun, ekonomi Islam masih memungkinkan intervensi (*price intervention*) harga dalam situasi tertentu. bila para pedagang melakukan kecurangan dan monopoli, yang menekan dan merugikan konsumen.<sup>17</sup>

Tidak boleh ada pihak yang dirugikan dalam kegiatan ekonomi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam surat al-Baqarah ayat 279 :

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَإِنْ تُبْتُمْ فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. Dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak menganiaya dan tidak (pula) dianiaya<sup>18</sup>

Dalam agama Islam, pengikutnya diharuskan untuk bertindak adil, bahkan lebih penting dari berbuat kebajikan. Dalam dunia perdagangan, keadilan menjadi standar untuk semua ukuran dan ukuran kualitas. Karena itu, bertindak tidak adil akan membuat seseorang tertipu secara finansial.

UIN SUSKA RIAU

<sup>16</sup> Supriadi Muslimin, Zainab, Wardah Jafar, “Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam”, *l-Azhar Journal of Islamic Economics*, vol.2 no.1, 2020, hal 6-7

<sup>17</sup> Zulkifli, Abdul Wahab, Hamid Habbe, ” *keseimbangan pasar dan peran negara dalam sistem Ekonomi islam*”, *ournal of Economic, Public, and Accounting (JEPA)*, vol. 4 No.2, 2022, hal

<sup>18</sup> Departemen agama RI, Loc.cit, hal.48

#### Hak Cipta Diindungi 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.

Oleh karena itu, Islam melarang penipuan dalam bisnis, bahkan dengan membawa kondisi yang menimbulkan keraguan..<sup>19</sup>

Para khalifah di masa Khulafaur Rasyidin pernah mengintervensi pasar dalam hal *supply* dan *demand*. Dalam hal *supply*, mereka mengatur jumlah barang yang tersedia, seperti yang dilakukan Umar bin Khattab dengan mengimpor gandum dari Mesir untuk mengontrol harga gandum di Madinah. Intervensi dari sisi *demand* dilakukan dengan menanamkan sikap sederhana dan menghindari konsumerisme..<sup>20</sup>

### 3. Diferensiasi Produk

#### a. Pengertian diferensiasi produk

Menurut Kotler diferensiasi didefinisi menggambarkan diferensiasi sebagai upaya untuk membuat tawaran perusahaan berbeda dari pesaing. Dalam kasus ini, produk yang dimaksud adalah kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Dalam hal ini, kualitas produk dapat diukur dengan membandingkannya dengan produk pesaingnya dari perspektif pasar. Mutu dapat didefinisikan sebagai bagaimana produk itu disesuaikan dengan baik, sesuai dengan penggunaan, dan tahan lama..<sup>21</sup>

Menurut Kartajaya diferensiasi adalah semua upaya perusahaan untuk

<sup>19</sup> Rakhmawan Suherli, Dkk, “*Relevansi Dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam etika bisnis islam: sebuah tinjauan umum*”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, vol.9 No.3, 2023, hal.3307

<sup>20</sup> Agung Zulkarnain Alang, *Ekonomi Syariah: Sebuah Pengantar*, (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023) hal.135

<sup>21</sup> Erlinda Tehuayo, “*Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon*”, *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol.2 No.2, 2021, hal .72

#### Hak Cipta Diindungi 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.

memberikan nilai terbaik kepada pelanggan dengan tujuan menciptakan perbedaan dari pesaing dikenal sebagai diferensiasi.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa diferensiasi produk adalah tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memenangkan persaingan di pasar dengan menetapkan sekumpulan perbedaan yang signifikan pada produk yang ditawarkannya untuk membedakannya dari produk pesaingnya, sehingga konsumen percaya bahwa produk tersebut memiliki nilai tambah yang diharapkan.<sup>22</sup>

#### b. Kategori Diferensiasi Produk

Menurut Greer ada tiga kategori yang menentukan diferensiasi produk:

- 1) Sifat produk, Diferensiasi produk berdasarkan sifatnya dibagi menjadi dua kategori: horizontal diferensiasi dan vertikal diferensiasi. Horizontal diferensiasi terjadi ketika satu jenis produk memiliki lebih banyak sifat dibandingkan dengan jenis produk lain. Sedangkan vertikal diferensiasi terjadi ketika jenis kualitas yang berbeda terjadi atau setidaknya terlihat berbeda, seperti ketika setiap pembeli memiliki opsi mereka sendiri.
- 2) Ketidaksempurnaan Informasi, Diferensiasi produk dapat berasal dari penilaian objektif dari keuntungan informasi yang dihilangkan oleh kesetiaan konsumen terhadap jenis produk yang mahal.

<sup>22</sup> Suca Rusdian, Nurul Hildayani “Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 8 No. 1, 2021, Hal.135

#### Hak Cipta Diindungi 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.

- 3) Penilaian Subjektif, Jika diferensiasi membuat produsen yang menghasilkan produk yang berbeda tidak memiliki substitusi untuk produsen lain, dan jika diferensiasi menjadi lebih besar, masing-masing produsen akan mengalami monopoli. Hal ini akan menghasilkan kurangnya persaingan di industri.<sup>23</sup>

#### c. Indikator diferensiasi produk

Menurut Kotler indikator dalam Diferensiasi Produk antara lain :

- 1) Bentuk (Form) adalah ukuran, model, atau struktur fisik produk yang dijual
- 2) Fitur (Feature) adalah yang melangkapi fungsi dasar produk
- 3) Mutu kinerja (Performance Quality) adalah karakteristik dasar produk yang dijual
- 4) Mutu kesesuaian (Comformance quality) adalah identik dari produk dan memenuhi spesifikasi sasaran yang dijanjikan kepada konsumen.
- 5) Daya tahan (Durability) adalah daya tahan produk yang dijual
- 6) Keandalan (Reability) adalah kehandalan produk yang dijual
- 7) Mudah Diperbaiki (Repairibility) adalah produk yang dijual mudah untuk diperbaiki
- 8) Gaya (Style) adalah produk yang dijual memenuhi kebutuhan gaya hidup pembeli

<sup>23</sup> Arif Hoetoro, “*Ekonomika Industri Kecil*”, (Malang: UBMedia, 2017), hal.140-141



#### Hak Cipta Diindungi 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.

9) Desain (Design) adalah penampilan dan fungsi produk dari segi kebutuhan pelanggan sudah sesuai.<sup>24</sup>

#### d. Diferensiasi produk dalam perspektif islam

Pemasaran Islami adalah suatu cara untuk memasarkan bisnis yang mengutamakan nilai-nilai Islam. Ini adalah cara untuk memasarkan bisnis yang mengutamakan keadilan dan kejujuran. Dalam pemasaran Islami, seluruh prosedur tidak boleh melanggar prinsip Islam. Rasulullah SAW telah memberikan contoh perdagangan yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sambil tetap memperoleh keuntungan.

Dalam melakukan diferensiasi produk Untuk membuat produk unik, sifat *fathonah* (cerdas) sangat penting; ini berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam semua tugas dan tanggung jawabnya. Sifat *fathonah* juga akan meningkatkan kreativitas dan kemampuan untuk membuat berbagai inovasi bermanfaat.<sup>25</sup>

Pemasaran dalam Islam adalah cabang dari strategi bisnis yang mengarahkan nilai dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi dengan semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta dan berusaha semaksimal

<sup>24</sup>Vernando Alfa Watung, Dkk, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel” Jurnal EMBA, vol. 10 No.2, 2022, hal 85

<sup>25</sup> Rizki Utami, nun Roudlotul Janah, “analisis marketing syariah terhadap strategi Pemasaran keripik tempe de yati madiun”, Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, vol.215 No.2, 2022, hal.215

#### Hak Cipta Diindungi 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.

mungkin untuk kebaikan bersama, bukan untuk kepentingan golongan atau diri sendiri.<sup>26</sup>

Dalam kegiatan pemasaran, berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan:<sup>27</sup>

- 1) Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menjamin produknya. Baik aspek material maupun nonmaterial termasuk dalam jaminan yang dimaksud, Kualitas bahan, proses pengolahan, dan penyajian adalah contoh aspek material, sedangkan keislaman dan kehalalan penyajian adalah contoh nonmaterial. Dalam hal makanan, perusahaan harus dapat memastikan bahwa produk mereka dibuat dengan cara yang halal dan diproses dengan cara yang baik. Makanan yang dapat membuat orang taat kepada Allah SWT harus halal, baik, dan diproses dengan cara yang bersih (thaharah), dan disajikan secara Islami.
- 2) Perusahaan harus dapat menjadi manfaat dari produknya. Suatu produk dikatakan bermanfaat apabila memiliki dampak yang baik dan bermanfaat bagi penggunanya.
- 3) Perusahaan harus memiliki kemampuan untuk menjelaskan sasaran atau konsumen dari produk yang dimilikinya. Perusahaan harus memiliki pemahaman yang baik tentang target konsumennya serta

<sup>26</sup> Nur Fadilah, "Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah", Salimiya, Vo.1 No.2, 2020, hal.195

<sup>27</sup> Karnita Ageng Pratiwi, Skripsi: "strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan jumlah penjualan rattan handmade premium pekanbaru menurut ekonomi islam", (Pekanbaru: UIN SUSKA RIAU, 2021), hal.53

## Hak Cipta Diindungi 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.

kemampuan untuk menjelaskan dan meyakinkan konsumen tentang produk yang dimilikinya. Dalam surah Al-An'am ayat 143, Allah SWT berfirman:

ثَمَنِيَّةً أَزْوَاجٍ مِّنَ الضَّأْنِ اثْنَيْنِ وَمِنَ الْمَعْزِ اثْنَيْنِ قُلْ ءَأَلْذَكَرِينَ حَرَّمَ أَمْ الْإُنثَيْنِ  
 أَمْ أَشْتَمَلَتْ عَلَيْهِ أَرْحَامُ الْإُنثَيْنِ نَبِّئُونِي بِعِلْمٍ إِن كُنتُمْ صَادِقِينَ ﴿١٤٣﴾

Artinya: (yaitu) delapan binatang yang berpasangan, sepasang domba, sepasang dari kambing. Katakanlah: "Apakah dua yang jantan yang diharamkan Allah ataukah dua yang betina, ataukah yang ada dalam kandungan dua betinanya?" Terangkanlah kepadaku dengan berdasar pengetahuan jika kamu memang orang-orang yang benar<sup>28</sup>

#### e. Perbedaan diferensiasi produk dengan variasi produk

Menurut Kotler diferensiasi didefinisi menggambarkan diferensiasi sebagai upaya untuk membuat tawaran perusahaan berbeda dari pesaing. Dalam kasus ini, produk yang dimaksud adalah kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Dalam hal ini, kualitas produk dapat diukur dengan membandingkannya dengan produk pesaingnya dari perspektif pasar. Mutu dapat didefinisikan sebagai bagaimana produk itu disesuaikan dengan baik, sesuai dengan penggunaan, dan tahan lama. Contohnya seperti produk apple, *handphone* dari *brand* ini selalu ditingkatkan spesifikasinya untuk mengalahkan pesaing.<sup>29</sup>

Sedangkan menurut Kotler Dan Keller variasi produk adalah kumpulan semua produk dan barang yang ditawarkan untuk penjualan

<sup>28</sup> Departemen agama RI, Loc.cit, hal.148

<sup>29</sup> Erlinda Tehuayo, "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon", Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM, Vol.2 No.2, 2021, hal .72

## Hak Cipta Diindungi 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.

tertentu kepada konsumen. Variasi produk adalah keanekaragaman yang perbedaannya terlihat secara langsung dan dapat dibedakan secara visual. Contohnya seperti produk apple dimana mereka mengeluarkan berbagai macam produk seperti: handphone, ipad, tv, airpods, laptop, jam tangan (smart watch), dll <sup>30</sup>

## B. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul penelitian	Persamaan dan perbedaan	Hasil penelitian
1	Hafizatul Fikriah Amran (2019)	Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk terhadap Penjualan pada Unit Usaha “Skala Konveksi” Jl. Tuanku Tambusai No.11-15 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.	<p>Persamaan : Variabel X yaitu sama-sama diferensiasi produk Dan variabel Y sama sama penjualan</p> <p>Perbedaan : Dalam subjeknya yaitu pemilik dan pegawai usaha sedangkan pada peniliti subjeknya konsumen HNI</p>	<p>Perbedaan : Hasil uji t menunjukkan thitung lebih besar dari ttabel yaitu sebesar 2,683 dan ttabel sebesar 2,359562 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Strategi Diferensiasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan</p> <p>Sedangkan pada peneliti hasil uji t diferensiasi produk terhadap peningkatan</p>

<sup>30</sup> Aprilia S.C KojongianTinneke M. TumbelOlivia Walangitan, *Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram*, vol. 3, No.2, 2022, jurnal productivity, hal.158



				penjualan hasil uji t menunjukkan nilai thitung 3,601 > ttabel 1,661, sehingga dapat disimpulkan bahwa Diferensiasi Produk berpengaruh secara signifikan terhadap penjualan
2	Pinna Fifiana (2019)	Strategi Diferensiasi Produk dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Pembibitan Tanaman Menurut Ekonomi Syariah	<p>Persamaan : Variabel X sama sama diferensiasi produk dan Variabel Y sama sama peningkatan penjualan</p> <p>Perbedaan : Metode yang digunakan kualitatif sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif Dalam subjeknya yaitu pemilik usaha pembibitan tanaman sedangkan pada peneliti subjeknya konsumen HNI</p>	<p>Perbedaan: Strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan penjualan yang diterapkan oleh pengusaha pembibitan tanaman sudah cukup baik dan efektif.</p> <p>Sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif dimana hasil uji t diferensiasi produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan</p>
3	Masdiana (2020)	Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan pada CV. Tani Sukses	<p>Persamaan : Pada variabel X sama sama harga Dan pada variabel y sama sama</p>	<p>Perbedaan : Dari hasil uji t terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga dan promosi</p>

## Hak Cipta Diindungi 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.

		<p>di Desa Pontian Mekar Kecamatan Lubuk Batu Jaya Kabupaten Indragiri Hulu Dalam Perspektif Ekonomi Syariah.</p>	<p>peningkatan penjualan</p> <p>Perbedaan : Pada variabel X1 harga, X2 promosi</p> <p>Sedangkan peneliti X1 diferensiasi produk, X2 harga</p>	<p>terhadap peningkatan penjualan pada CV. Tani Sukses. Dengan demikian <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_a</math> diterima. Dari hasil uji F diketahui harga dan promosi berpengaruh secara simultan peningkatan penjualan pada CV.</p> <p>Sedangkan peneliti dari hasil uji t terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan pada HNI. Dengan demikian <math>H_0</math> ditolak dan <math>H_a</math> diterima. Dari hasil uji F diketahui diferensiasi produk dan harga produk berpengaruh secara simultan peningkatan penjualan pada HNI.</p>
--	--	---	---	---

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi 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 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.

## Definisi Operasional

### 1. Harga Produk

Menurut Kotler & Armstrong harga adalah jumlah semua nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat (dari) memiliki atau menggunakan barang atau jasa.<sup>31</sup>

Menurut Kotler indikator-indikator harga yaitu sebagai berikut:

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

### 2. Diferensiasi produk

Menurut Kotler diferensiasi didefinisikan menggambarkan diferensiasi sebagai upaya untuk membuat tawaran perusahaan berbeda dari pesaing. Dalam kasus ini, produk yang dimaksud adalah kualitas yang akan mendukung posisi produk dipasaran. Dalam hal ini, kualitas produk dapat diukur dengan membandingkannya dengan produk pesaingnya dari perspektif pasar. Mutu dapat didefinisikan sebagai bagaimana produk itu disesuaikan dengan baik, sesuai dengan penggunaan, dan tahan lama.<sup>32</sup>

Menurut Kotler indikator dalam Diferensiasi Produk antara lain :

#### 1) Bentuk (*Form*)

<sup>31</sup> Satriadi, Dkk, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru (Anggota IKA API), 2021), hal. 103

<sup>32</sup> Erlinda Tehuayo, "Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon", *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, Vol.2 No.2, 2021, hal .72

**Hak Cipta Diindungi 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.

- 2) Fitur (*feature*)
- 3) Kualitas Kinerja (*Performance Quality*)
- 4) Kesesuaian (*Conformance Quality*)
- 5) Daya Tahan (*Durability*)
- 6) Keandalan (*Reability*)
- 7) Mudah Diperbaiki (*Repairability*)
- 8) Gaya (*Style*)
- 9) Rancangan (*Design*)

3. Penjualan

Penjualan menurut Kotler diketahui, pasar utama dari penjualan adalah ilmu dan seni mempengaruhi individu dan diatur oleh penjualan untuk mengajak orang lain agar menerima membeli barang yang ditawarkan.<sup>33</sup>

Terdapat beberapa indikator dari penjualan yang dikutip dari Kotler oleh Swastha dan Irawan yaitu:

- 1) Mencapai volume penjualan
- 2) Mendapatkan laba
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan

**D. Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mempengaruhi penjualan yang terdiri dari harga produk dan diferensiasi produk. Penelitian terdiri dari dua

<sup>33</sup> Irda Yanti Musyawarah, Desi Idayanti, Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju, Vol.1, No.1, 2022 Jurnal Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen, hlm. 5

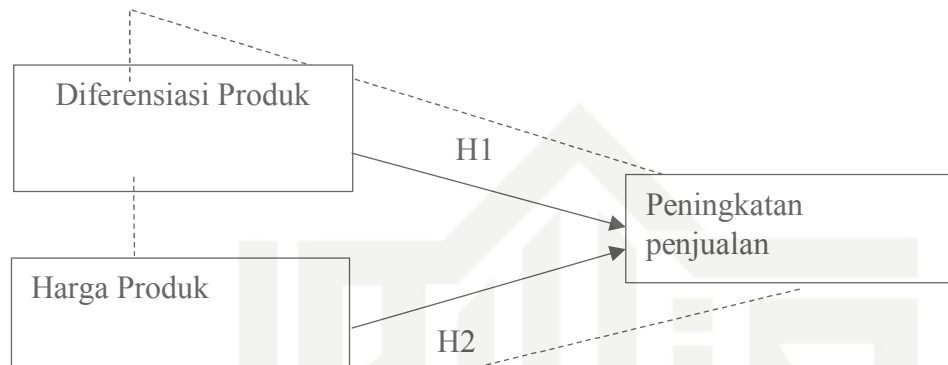


## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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.

variabel independen yaitu harga produk (X1) dan diferensiasi produk (X2).

Variabel dependen adalah penjualan (Y). Mode kerangka berpikirnya



Keterangan :

- Pengaruh secara parsial
- - - - - Pengaruh secara simultan

### E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah sehingga harus diuji secara empiris. Pengujian hipotesis adalah suatu prosedur yang akan menghasilkan suatu keputusan, yaitu keputusan menerima atau menolak hipotesis tersebut.

Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

1. H01: Tidak ada pengaruh positif secara parsial diferensiasi produk terhadap peningkatan penjualan
2. Ha1: Terdapat pengaruh positif secara parsial diferensiasi produk terhadap peningkatan penjualan

3. H02: Tidak ada pengaruh positif secara persial harga produk terhadap peningkatan penjualan
4. Ha2: Terdapat pengaruh positif secara persial harga produk terhadap peningkatan penjualan
5. H03: Tidak ada pengaruh interaksi positif secara simultan antara diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan
6. Ha3: Terdapat pengaruh interaksi positif secara simultan antara diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Diindungi 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.

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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis dan data-data yang dikumpulkan berupa rangkaian atau kumpulan angka-angka.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis melakukan penelitian di BC HNI-HPAI Pekanbaru 4 Jln. Melati No.35, Simpang Baru, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28292 dan waktu penelitian dilaksanakan pada 06 mei 2024 hingga selesai.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen *Halal Network International* (HNI), sedangkan objek penelitian adalah diferensiasi produk dan harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada *Halal Network International* (HNI) suatu tinjauan ekonomi syariah.

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi menurut Sugiyono adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

## Hak Cipta Diindungi 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.

kesimpulannya.<sup>34</sup> Dan yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah 16.000 konsumen yang sudah terdaftar menjadi anggota member pada *Halal Network International* (HNI) Pekanbaru.

## 2. Sampel

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi.<sup>35</sup>

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan Rumus Slovin. Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 16.000 konsumen yang sudah terdaftar menjadi anggota member pada *Halal Network International* (HNI) Pekanbaru. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel  
 N = Ukuran populasi  
 e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan.

<sup>34</sup> Aliyah Husen, *strategi pemasaran melalui digital marketing Campaign di toko mebel sakinah karawang*, Vol.2, No.2, 2023, Jurnal Economina, hlm.1358

<sup>35</sup> Nur Fadilah Amin, Sabaruddin Garancang, Kamaluddin Abunawas, *Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian*, Vol.14, no.1, 2023, Jurnal Pilar, hlm.20



#### Hak Cipta Diindungi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan Rumus Slovin, maka besarnya penarikan jumlah sampel penelitian adalah :

$$n = \frac{16.000}{1 + 16.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{16.000}{1 + 160}$$

$$n = \frac{16.000}{161}$$

$n = 99,3$  Dibulatkan menjadi 99

Maka besar sampel pada penelitian ini sebanyak 99 konsumen pada *Halal Network International* (HNI) Pekanbaru yang akan dijadikan responden.

### 3. Teknik sampling

Pada penelitian ini pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Teknik random sampling. Dikenal pula dengan nama Sampling Probability. Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih menjadi anggota sampel.<sup>36</sup>

## B. Sumber Data

### 1. Data Primer

Menurut Arikunto Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak gerik atau perilaku yang

<sup>36</sup> Muhammad Muhyi, dkk, *Metodologi Penelitian*, edisi 1, (Surabaya: Adi Buana University Press: 2018), hal. 42

#### Hak Cipta Diindungi 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.

dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, dalam hal ini adalah subjek penelitian (informan) yang berkenaan dengan variabel yang diteliti.<sup>37</sup> Pada penelitian ini peneliti menggunakan data primer yaitu observasi, kuisisioner dan wawancara.

#### 2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono menyatakan bahwa data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku referensi, jurnal penelitian, internet dan lain – lain.<sup>38</sup>

### F. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut Pengumpulan Data :

#### 1. Angket (Kusioner)

Kusioner/angket merupakan metode pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberikan beberapa macam pertanyaan yang berhubungan dengan masalah penelitian.<sup>39</sup> Kuisisioner ini bersifat tertutup dan ditujukan kepada konsumen *Bussines Center Halal Network International* (HNI) .

<sup>37</sup> Jose Beno, Adhi Pratistha Silen, Melda Yanti, “Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada Pt.Pelabuhan Indonesia II (Pesero) Cabang Teluk Bayur”, vol.2, No.2, 2022, jurnal saintek maritime, hlm.120

<sup>38</sup> Ibid., hlm.121

<sup>39</sup> Anggy Giri Prawiyogi, Tia Latifatu Sadiah, Andri Purwanugraha, Popy Nur Elisa, “Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar”, Vol.5, No.1, 2021 Jurnal basicedu, hlm.49

Dalam pengukurannya setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pernyataan. Dengan skala penilaian sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Tingkat Skala Likert**

No	Jawaban	Notasi	Nilai Skor
1	Sangat Setuju	SS	5
2	Setuju	S	4
3	Netral	N	3
4	Tidak Setuju	TS	2
5	Sangat Tidak Setuju	STS	1

## 2. Observasi

Pengamatan atau observasi adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung ke lapangan (laboratorium) terhadap objek yang diteliti (populasi atau sampel).

## 3. Wawancara

Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung kepada objek yang diteliti atau kepada perantara yang mengetahui persoalan dari objek yang diteliti.

## 5. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif. Metode ini digunakan untuk melihat pengaruh kualitas produk dan variasi produk terhadap peningkatan penjualan pada *Halal Network International* (HNI) Pekanbaru dengan menyebarkan kusioner kepada responden. Dan program SPSS digunakan sebagai media dalam pengolahan datanya. Dimana analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linier berganda

## Hak Cipta Diindungi 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.

## 1. Uji Kualitas Data

## a. Uji Validitas

Menurut Ghozali, uji validitas digunakan untuk menentukan sah atau tidaknya suatu kuesioner. Ini adalah uji yang menunjukkan seberapa baik alat ukur yang digunakan untuk mengukur apa yang diukur. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaannya dapat mengungkapkan apa yang dimaksudkan untuk diukur..<sup>40</sup>

kriteria pengambilan keputusan dalam spss data instrumen adalah sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  dan bernilai positif, maka butir instrumen atau pertanyaan dalam penelitian tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir instrumen atau pernyataan dalam penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

Syarat validitas yang harus dipenuhi harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- a. Jika  $r > 0,30$  maka item pertanyaan kuesioner adalah valid.
- b. Jika  $r < 0,30$  maka item pertanyaan kuesioner adalah tidak valid.

## b. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat

<sup>40</sup> Musrifah Mardiani Sanaky, La Moh. Saleh, Henriette D. Titaley, *analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek Pembangunan gedung asrama man 1 tulehu maluku tengah*, Jurnal Simetrik, Vol.1, No.1, 2021, hlm.433



dipercaya atau dapat diandalkan. Uji reabilitas dilakukan menggunakan SPSS untuk mengetahui reliabilitas dari pernyataan pernyataan dalam angket, digunakan teknik Cronbach's Alpha. Suatu instrument dianggap reliable, apabila koefisien alpha 47 di atas 0,60. Maka buti- butir pertanyaan akan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi linier berganda terhadap hipotesis penelitian, maka terlebih dahulu perlu dilakukan suatu pengujian asumsi klasik atas data yang akan diolah sebagai berikut:

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini bertujuan untuk menguji apakah data itu berdistribusi normal atau tidak, dapat dikatakan normal jika probabilitas ( $\text{sig}$ )  $> 0,05$ .

### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi dapat ditemukan dengan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak bisa terjadi korelasi diantara variabel independent. Cara yang digunakan untuk mendeteksi multikolinieritas melalui tolerance value VIF (Variance Inflation Vector). Jika tolerance value  $> 0,1$  dan  $VIF \leq 10$  maka tidak terjadi multikolinieritas.

### c. Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedasitas tujuannya untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual suatu pengamatan ke

#### Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

pengamatan lainnya. jika nilai signifikasinya  $> 0,005$  maka model regresi tidak terjadi heteroskedasititas.<sup>41</sup>

## 3. Uji Hipotesis

## a. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah teknik regresi yang memiliki banyak variabel bebas. Satu diantara keunggulan analisis regresi linear berganda mampu menduga keadaan di masa depan melalui pengukuran beberapa variabel bebas (X) dengan variabel tidak bebas Rumus Regresi Linier Berganda

Rumus Regresi Linear Berganda

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y : Peningkatan Penjualan

A : Konstanta

X1 : Diferensiasi Produk

X2 : Harga Produk

b1 : Koefisiensi regresi untuk Diferensiasi Produk

b2 : Keofisiensi regresi untuk Harga Produk

## b. Uji Parsial (uji-t)

Uji parsial dilakukan untuk mengetahui apakah Variabell bebas (X) berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Menurut Ghozali

<sup>41</sup> Idhlal Juandri, Skripsi : “Pengaruh Disiplin Kerja dan Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Budi Rides Cemerlang” (Pekanbaru : UIN Suska Riau : 2023). 66

#### Hak Cipta Diindungi 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.

Jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $< 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Namun, jika probabilitas nilai  $t$  atau signifikansi  $> 0,05$ , maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing- masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kriteria penilaian hipotesis pada Uji  $t$  menurut Priyatno adalah :

- a)  $H_0$  diterima, jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } t \geq \alpha (0,05)$
- b)  $H_a$  ditolak ( $H_a$  diterima), jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } t < \alpha (0,05)$
- c. Uji Simultan (Uji-F)

Menurut Ghozali Uji simultan bertujuan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas ( $X$ ) yang dimasukkan dalam model (simultan) mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat ( $Y$ ). Berikut kriteria pengambilan keputusan menurut Priyatno adalah :

- a)  $H_0$  diterima jika  $F_{hitung} \leq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$  atau  $\text{sig. } F \geq \alpha (0,05)$
- b)  $H_0$  ditolak ( $H_1$  diterima) jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$  pada  $\alpha = 5\%$ . atau  $\text{sig. } F \leq \alpha (0,05)$ .

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis korelasi dapat dilanjutkan dengan menghitung koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui presentase besarnya pengaruh variabel  $X$  terhadap variabel  $Y$

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

#### Hak Cipta Diindungi 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.

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi Kriteria

untuk analisis koefisien determinasi adalah :

- 1) Jika Kd mendeteksi nol(0), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen lemah.
- 2) Jika Kd mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependel kuat.

## H. Gambaran Umum Berdirinya Halal *Network International* (HNI)

### 1. Sejarah singkat Halal *Network International* (HNI)

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HPAI), yang kemudian dikenal sebagai Halal *Network International* (HNI), merupakan salah satu perusahaan bisnis halal network di Indonesia yang fokus pada penyediaan produk-produk barang konsumsi (*consumer goods*) yang halal dan berkualitas. Sesuai dengan akta pendirian perusahaan, PT HPAI secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

HNI merupakan hasil dari perjuangan panjang dengan tujuan untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas, juga membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi ummat melalui entrepreneurship, dan juga turut serta dalam memberdayakan dan mengangkat UMKM nasional.<sup>42</sup> Pendirian HPAI diprakarsai oleh 18 orang

<sup>42</sup> PT.HPAI.HNI, Panduan sukses, (Jakarta: Pt.HPAI), 2018 hal.10



Hak Cipta Diindungi 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.

pakar bisnis dan pakar herbal, yaitu:<sup>43</sup>

- a. H Agung ulianto, SE.Ak, M. Kom
- b. Rofik Harnanto, SE
- c. H Muslim M. Yatim, Lc
- d. Erwin Chandra Kelana,ST
- e. Supriyono
- f. Muhammad Iwan
- g. Zulchaidir B Firly Ramly, S.Si
- h. Adi Suprpto, SE
- i. Helmi Herdianto
- j. Wisnu Wijaya Adi Putra, ST
- k. Syafruddin, S.Pd
- l. Ari Maryadi
- m. Ir Rud Yianto
- n. Anton Slamet, ST
- o. Barjana, S.Ag
- p. Bagus, Hernowo
- q. Sudarmadi.
- r. Amin Sugiharto, SE

Perusahaan HNI-HPAI didirikan pada bulan September 1987, sedangkan diresmikan pada tanggal 15 Juli 1995 setelah 8 tahun beroperasi. Dan terdapat macam produk yang beredar di pasaran, dengan kurang dari 80 produk yang

<sup>43</sup> <http://royhpai.blogspot.com/2015/01/hpai-indonesia.html?m>; diakses pada 6 juni 2020, pukul 23:27

**Hak Cipta Diindungi 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.

dijual, antara lain habbatussauda untuk stamina, biji kopi, minyak zaitun, dan untuk berbagai penyakit.

Pada tahun 1999, usaha HPAI mengalami naik turun akibat krisis ekonomi, dan HPAI terpuruk, tidak mampu membayar gaji kepada 350 karyawan selama 3 bulan, dan karyawan justru tetap bekerja di HPAI hanya 100 orang.

Pada tahun 1999, HPAI meluncurkan produk baru yang tidak hanya mencakup produk herbal tetapi juga produk halal seperti Radix Fried Chicken, Radix Cola, dan produk berkualitas tinggi lainnya.

Pada tahun 2000, HPAI masuk ke Indonesia dengan partner utama PT Garmaputra sebagai agen eksklusif yang mendistribusikan produk HPAI di Indonesia. Pada tahun 2003, HPAI berkembang pesat hingga saat ini. Pada tahun 2009, perusahaan HPAI yang berlokasi di Malaysia masuk ke Indonesia dan berganti nama menjadi PT. Alwahida Indonesia tepatnya di Jakarta dan telah membuka cabang di beberapa provinsi, salah satunya Pekanbaru.<sup>44</sup>

## **2. Visi, Misi, dan keunggulan perusahaan Halal Network Internaional (HNI)**

### **a. Visi Halal Network International (HNI)**

Menjadi Pemimpin Industri Halal Kelas Dunia (dari Indonesia)

### **b. Misi Halal Network International (HNI)**

- 1) Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan bangsa.

<sup>44</sup> Feryzky Afdal, Skripsi: "Komunikasi bisnis HNI-HPAI cabang melati Kota Pekanbaru dalam memasarkan produk halal" (Pekanbaru: UIN SUSKA RIAU, 2022), hal.31

#### Hak Cipta Diindungi 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.

- 2) Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk halal.
- 3) Menghasilkan pengusaha-pengusaha nasional yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

#### c. Keunggulan Halal *Network International* (HNI)

- 1) HNI memiliki Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang senantiasa proaktif mengawasi, mengevaluasi, memberi masukan serta nasihat untuk menjaga bisnis halal network HNI tetap berada dalam koridor syariah Islam.
- 2) HNI memiliki Sertifikat DSN (Dewan Syariah Nasional) - MUI Pusat, sebagai bentuk legal formal pengesahan bahwa bisnis halal network HNI telah memenuhi prinsip-prinsip syariah Islam.
- 3) HNI menjual produk-produk yang dijamin 100% halal, karena semua produk diawasi langsung oleh orang-orang yang memiliki kompetensi dan kepehaman tentang kehalalan produk.
- 4) HNI memiliki *success plan* yang adil, menguntungkan, serta sesuai dengan syariah Islam.
- 5) Bisnis di HNI dapat diwariskan selama perusahaan masih berdiri.
- 6) HNI adalah bisnis yang memberikan peluang keuntungan di dunia dan juga di akhirat.
- 7) HNI memberikan keterampilan (*lifeskill*) pada bidang kesehatan Thibbun Nabawi yang bermanfaat untuk diri sendiri, keluarga, dan masyarakat.
- 8) Bisnis di HNI didukung oleh kekuatan manajemen dalam online system

untuk memastikan akuntabilitas dan aksesibilitas setiap Mitra dan Leader yang berbisnis di HNI.

- 9) HNI dimiliki 100% oleh Muslim yang berkomitmen pada nilai-nilai kemuliaan Islam. HNI didirikan, dibangun, dan dikelola oleh insan-insan profesional Muslim Indonesia.
- 10) HNI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan, dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan azas alamiah, ilmiah, dan ilahiah. Semangat keislaman menjadi spirit dan nilai-nilai akhlak serta azas dalam bekerja dan berniaga di HNI.
- 11) HNI memiliki sejumlah Bussiness Center (BC) dan Stockist dalam jalur pendistribusian produk yang tersebar di hampir seluruh provinsi Indonesia, bahkan juga di beberapa negara, dan jumlah Mitra HNI yang terus tumbuh berkembang.
- 12) HNI menggunakan servis berbasis online (*Web Base Online Services*) yang memungkinkan aktifitas penjualan *Stockist* dan Business Center (BC) dapat dilakukan 100% secara online.<sup>45</sup>

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi 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.

<sup>45</sup> PT.HPAI.HNI, Panduan sukses, (Jakarta: Pt.HPAI), 2018 hal.12



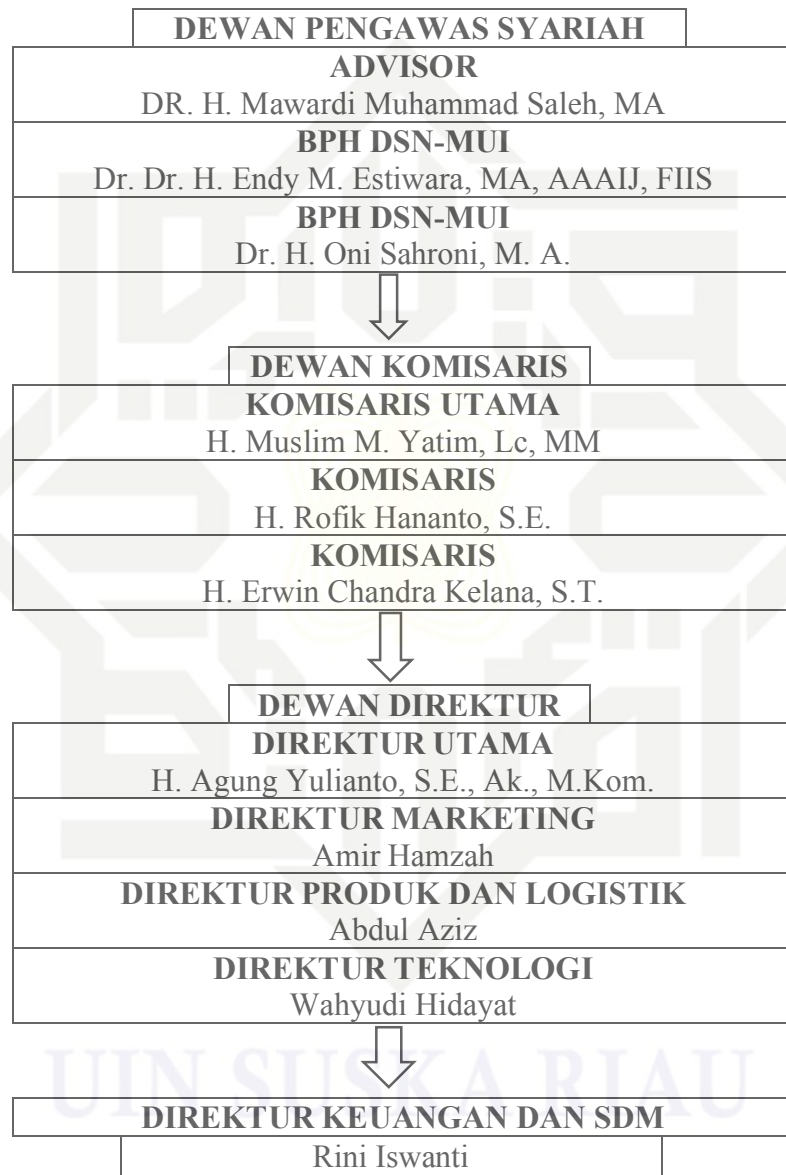
## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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.

### 3. Struktur Organisasi Halal *Network International* (HNI)

#### a. Struktur organisasi pimpinan

**Tabel 3.2**  
Struktur organisasi pimpinan



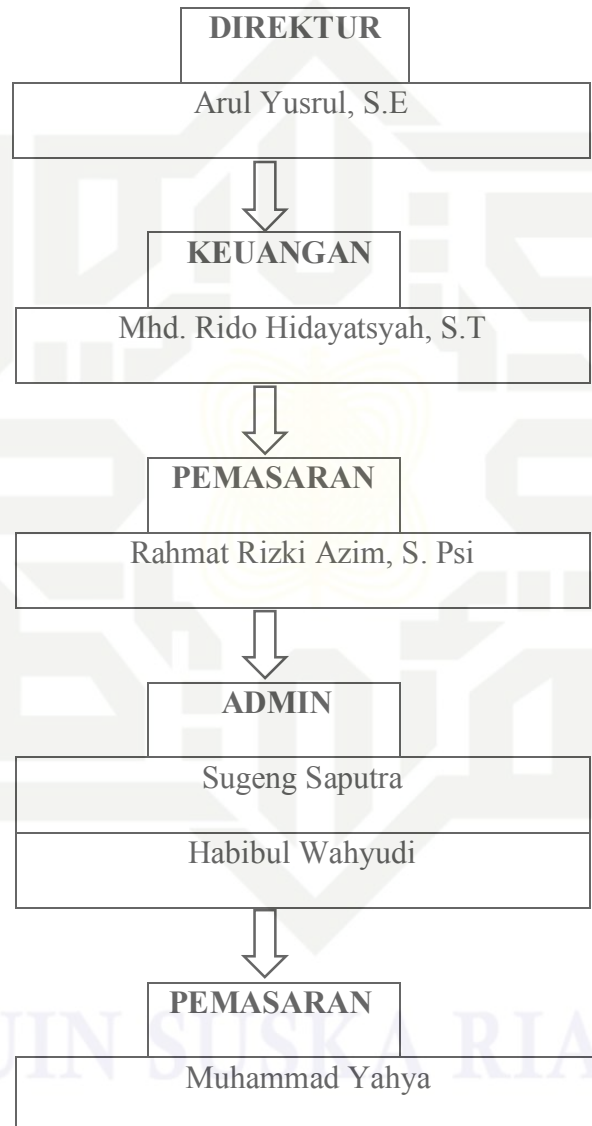
Sumber data : dari HNI

## 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.

**b. Struktur organisasi Halal *Network International* (HNI) cabang Pekanbaru**

**Tabel 3.3**  
**Struktur organisasi Halal *Network International* (HNI) cabang Pekanbaru**



*Sumber data : dari HNI*

#### Hak Cipta Diindungi 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.

#### 4. Peraturan Logo dan Merek Halal Network International (HNI)

Logo sebagai identitas perusahaan sangat menentukan citra suatu perusahaan dan mempunyai makna filosofis yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Penggunaan logo dan merek mencerminkan “*brand image*” perusahaan. Oleh karena itu, penggunaan logo dan merek usaha harus sesuai dengan peraturan perusahaan dan harus disetujui oleh perusahaan.

Demikian juga dengan logo dan merek HNI . HNI juga memiliki aturan baku penggunaan logo dan merek yang merupakan hak cipta dari PT HPAI, kantor pusat HNI di dunia.

Di bawah ini adalah peraturan penggunaan logo dan merek HNI yang harus dipahami dan diikuti oleh seluruh mitra HNI.<sup>46</sup>

##### a. Logo dan merek

- 1) Logo dan merk HNI dimiliki oleh PT HPAI. PT HPAI memberikan hak kepada BC/Stockist/Mitra HNI untuk mendistribusikan/menjual produk, namun hak atas logo dan merek tetap hanya dimiliki oleh PT HPAI.
- 2) Semua penggunaan logo dan merek HNI yang akan dipergunakan oleh BC/Stockist/Mitra HNI harus mendapat izin dari PT HPAI

##### b. Merchandise

Logo HNI tidak boleh digunakan pada segala jenis merchandise (pensil, kaos, jaket, topi, atau barang promosi lainnya). Rencana produksi

<sup>46</sup> Ibid, hal.14

#### Hak Cipta Diindungi 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.

barang terlebih dahulu harus ditanyakan, dikonsultasikan dan disetujui oleh PT HPAI.

c. Kartu nama

Distributor, leade, dan kepala *Business Center* (BC), dapat membuat kartu nama sendiri, namun harus mengikuti pedoman PT HPAI. Mitra yang membuat kartu nama harus mendapat persetujuan dari pengurus HNI.

d. Internet

Website HNI hanya dibuat dan dikelola oleh PT HPAI. Mitra diperbolehkan untuk membuat blog/facebook, namun dilarang menjual produk HNI dengan harga diskon, karena hal tersebut masuk dalam kategori *Black Market*. Mitra juga tidak diperkenankan menampilkan program promosi bulanan sebelum masa berlaku program tersebut dimulai. Selain itu, setiap pembuatan blog facebook hendaknya mendapatkan persetujuan dari PT HPAI.

e. Izin logo/merek

- 1) Mengirimkan email mengenai rencana penggunaan logo
- 2) Menyertakan copy desain penempatan logo di produk.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil dari analisis uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini untuk variabel diferensiasi produk (0,001) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 3,601 > t_{tabel} = 1,661$  Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_01$  dan menerima  $H_{a1}$  untuk variabel diferensiasi produk. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Halal *Network International* (HNI) cabang Pekanbaru.
2. Hasil dari analisis uji t yang telah dilakukan pada penelitian ini untuk variabel Harga produk (0,001) lebih kecil dibandingkan dengan dari alpha 5% (0,05) atau  $t_{hitung} = 3,595 > t_{tabel} = 1,661$  Berdasarkan hasil yang diperoleh maka menolak  $H_02$  dan menerima  $H_{a2}$  untuk variabel harga produk. Dengan demikian, secara parsial bahwa variabel harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Halal *Network International* (HNI) cabang Pekanbaru.
3. Hasil dari analisis uji F yang telah dilakukan pada penelitian ini diperoleh bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24,633  $> F_{tabel}$  sebesar 3,091 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka  $H_03$  ditolak dan  $H_{a3}$  diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

antara diferensiasi produk dan harga produk secara simultan atau bersama-sama terhadap peningkatan penjualan pada Halal Network International (HNI) cabang Pekanbaru.

4. Berdasarkan hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa, diferensiasi produk dan harga produk pada halal *network international* (HNI) sudah sesuai dengan prinsip syariah. Karena Semua produk yang mereka tawarkan sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang mengutamakan keragaman dan memenuhi kebutuhan konsumen secara halal. HNI menyediakan informasi yang rinci dan transparan terkait produk-produk yang dijual, termasuk bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, dan sertifikasi halal. tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak yang dapat merugikan konsumen, hal ini dibuktikan dengan adanya webiste resmi dari HNI memperlihatkan berapa harga yang dipasarkan dari perusahaan tersebut, sehingga agen tidak dapat menjual produk dengan harga yang lebih atau mendapatkan keuntungan lebih.

## B. Saran

1. Melalui hasil penelitian dapat dilihat bahwa diferensiasi produk dan harga produk berpengaruh positif dan terhadap peningkatan penjualan pada Halal Network International (HNI) cabang Pekanbaru oleh sebab itu dengan banyaknya persaingan dari perusahaan sejenis diharapkan kepada pemilik atau karyawan Halal *Network International* (HNI) untuk meningkatkan lagi diferensiasi penjualan nya dan selalu mempertahankan inovasi produknya, serta mempertahankan kualits produk.  
dalam meningkatkan penjualan HNI juga harus memperhatikan harga

### Hak Cipta Diindungi 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.

produk yang akan dijual dan selalu mempertahankan konsep pemberian diskon ataupun bonus kepada pelanggan. Hal tersebut perlu diperhatikan agar pelanggan merasa puas berbelanja dan tetap berkomitmen untuk membeli produk HNI

2. Bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian serupa, diharapkan memperoleh sudut pandang yang berbeda dengan menggunakan variabel lain yang mungkin mempengaruhi peningkatan penjualan pada Halal Network International (HNI). agar cakupan kajian ini lebih luas, maka sasaran penelitiannya dapat diperluas misalnya pada mahasiswa Fakultas Syariah dan Fakultas Hukum, mahasiswa UIN Suska Universitas Riau, bahkan universitas lainnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi 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.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. Al-Qur'an dan Hadist

Muhammad Nashiruddin Al-Albani. (2006). *Shahih Sunan Abu Daud*, jilid 2, Jakarta: Pustaka Azzam.

Kementrian Agama RI. (2015). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Depok: Al-Huda Kelompok Gema Insani.

### B. Buku

Alang, A. Z. (2023). *Ekonomi Syariah: Sebuah Pengantar*. Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia.

Arif Fakhrudin, M. V. (2022). *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

Hoetoro, A. (2017). *Ekonomika Industri Kecil*. Malang: UBMedia.

HPAI.HNI, P. (2018). *Panduan Sukses*. Jakarta: Pt.HPAI.

Muhammad Muhyi, D. (2018). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Adi Buana University Press.

Satriadi, D. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.

### C. Jurnal

Anggy Giri Prawiyogi, T. L. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Baca Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Bacisedu*. <https://jbasic.org/index.php/bacisedu/article/view/787>

Anisa Ilmia, A. H. (2023). , tafsir qs. Al-baqarah ayat 168 dan korelasinya Dengan undang-undang nomor 33 tahun 2014 Tentang jaminan produk halal. *Jurnal Ilmiah Manajemen*. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/komitmen/article/view/28724>

Aprilia S.C. (2022) Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Careofyou.id pada Media Sosial Instagram. *jurnal productivity*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/38676/35262>

Dwi Putri Farida Zebua, N. E. (2022). analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk di cv. Bintang keramik gunungsitoli. *Jurnal Emba*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43982>

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 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.

Fadilah, N. (2020). Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah. Salimiyah.

<https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/salimiya/article/view/168>

Fitriyani, M. P. (2023). analisis mekanisme penetapan harga jual dan jasa Dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus koperasi serba usaha syarama). Jurnal Perbankan Syariah.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/1.+Fitri+Yani.pdf>

Gunawan, A. (XXIII). hubungan persediaan dengan penjualan Pada laporan keuangan koperasi bukit muria jaya Tahun 2021-2022. Pengembangan Bisnis Dan Manajemen. [file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/2023-12-06-jurnal-pbm-vol-xxiii-no-43-31-oktober-2023\\_akhmad-gunawan.pdf](file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/2023-12-06-jurnal-pbm-vol-xxiii-no-43-31-oktober-2023_akhmad-gunawan.pdf)

Hastutui, U. R. (2022). Konsep Layanan Perpustakaan : Analisis Tafsir Surat Al-Maidah Ayat (2). Journal Of Libararianship And Information Science.

<https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/light/article/view/6182>

Husen, A. (2023). strategi pemasaran melalui digital marketing Campaign di toko mebel sakinah karawang. Jurnal Economina.

<https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/view/608/528>

I komang Sumerta, D. N. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashio. Buletin Studi Ekonomi. <https://jurnal.harianregional.com/bse/id-61147>

melda Aprileny, I. I. (2021). Pengaruh Harga, Fasilitas dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pembelian rumah di grand nusa indah blok j, cileungsi pada pt. Kentanix supra internasional). Jurnal Ikraith-Ekonomika.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/1699-Article%20Text-2772-1-10-20211103.pdf>

Irda Yanti Musyawah, D. I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. ilmiah ilmu manajemen.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/83-Article%20Text-195-1-10-20220723.pdf>

Jose Beno, A. P. (2022). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada Pt.Pelabuhan Indonesia II (Pesero) Cabang Teluk Bayur. Jurnal Saintek Maritime.

<https://jurnal.unimar-amni.ac.id/index.php/JSTM/article/view/314>

Hak Cipta Diindungi 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.

Krismiyati, S. H. (2020). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap volume penjualan beras premium perum bulog kantor cabang biak. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.

<https://jurnal.man.feb.uncen.ac.id/index.php/jmb/article/view/66>

Malik, A. (2021). Perspektif Tafsir Konteks Aktual Ekonomi Qur'ani dalam QS al-Nisa'/4: 29. *Jurnal Kajian Keislaman*.

<https://media.neliti.com/media/publications/369693-none-40716a8f.pdf>

Maliky, I. (2023). perpektif hukum ekonomi syari'ah tentang penetapan harga dalam distribusi produk air minum kemasan (amdk) a3 fresh o2. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/481-Article%20Text-1290-2-10-20230711.pdf>

Mehilda, S. (2020). mengenal bisnis yang tak kenal rugi dalam Perspektif islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*.

[file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/236-Article%20Text-1448-1-10-20201217%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/236-Article%20Text-1448-1-10-20201217%20(2).pdf)

Meri Anti Khusnawatizal, D. (2022). praktik jual beli di destinasi wisata: sebuah tinjauan Etika bisnis islam. *Jurnal Antologi Hukum, 2012-2013*.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/1341-Article%20Text-5150-2-10-20230706.pdf>

Musrifah Mardiani Sanaky, L. M. (2021). analisis faktor-faktor penyebab keterlambatan pada proyek Pembangunan gedung asrama man 1 tulehu maluku tengah. *Jurnal Simetrik*.

<https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/JurnalSimetrik/article/view/615>

Nur Fadilah Amin, S. G. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/10624-33580-1-PB.pdf>

Rakhmawan Suherli, A. H. (2023). Relevansi Dan Kontribusi Pemikiran Al Ghazali Dalam etika bisnis islam: sebuah tinjauan umum. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/10814-35455-1-PB.pdf>

Rizki Utami, N. R. (2022). analisis marketing syariah terhadap strategi Pemasaran keripik tempe de yati madiun. *Niqosyah: Journal Of Economics And Bussines Research*.

<file:///C:/Users/Ultimate/Downloads/769-Article%20Text-4325-2-10-20230107.pdf>

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.

Suca Rusdian, N. H. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Roseberry Cake Shop Garut. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.

<https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/161/133>

Supriadi Muslimin, Z. W. (2020). Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Islam. *I-Azhar Journal Of Islamic Economics*.

<https://ejournal.staialazhar.ac.id/index.php/ajie/article/view/30>

Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*.

<https://journal.jis-institute.org/index.php/jnmppsdm/article/view/277>

Vernando Alfa Watung, D. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel. *Jurnal EMBA*.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/39400>

Zulkifli, A. W. (2022). keseimbangan pasar dan peran negara dalam sistem Ekonomi islam. *Journal Of Economic*.

<https://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/jepa/article/view/1591>

#### D. Skripsi

Feryzky Afdal. (2022). "Komunikasi bisnis HNI-HPAI cabang melati Kota Pekanbaru dalam memasarkan produk halal", Skripsi:: UIN SUSKA RIAU Pekanbaru,

<https://repository.uinsuska.ac.id/63779/1/GABUNGAN%20TANPA%20B%20AB%20V.pdf>

hafizatul fikriah amran. (2019). "Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk terhadap Penjualan pada Unit Usaha "Skala Konveksi" Jl. Tuanku Tambusai No.11-15 Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.", Skripsi: UIN SUSKA RIAU Pekanbaru.

<https://repository.uin-suska.ac.id/18542/>

Idhlal Juandri. (2023). "Pengaruh Disiplin Kerja dan Keselamatan Kesehatan Kerja (K3) Terhadap Produktivitas Kerja pada PT. Budi Rides Cemerlang", Skripsi: UIN Suska Riau Pekanbaru.

<https://repository.uin-suska.ac.id/73514/>

Ista Fevilla Khenni. (2015) "Strategi Diferensiasi Produk pada Penjualan Bakso Malang Bung Hadi Cabang Panam Pekanbaru di Tinjau Menurut Ekonomi Islam.", Skripsi: UIN SUSKA RIAU Pekanbaru.

<https://repository.uin-suska.ac.id/6613/1/fm.pdf>

## Hak Cipta Diindungi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Karnita Ageng Pratiwi. (2021). “strategi diferensiasi produk dalam meningkatkan jumlah penjualan rattan handmade premium pekanbaru menurut ekonomi islam”, Skripsi: UIN SUSKA RIAU Pekanbaru. <https://repository.uin-suska.ac.id/54396/>

Masdiana. (2020). “pengaruh harga dan promosi terhadap peningkatan penjualan pada cv. tani sukses di desa pontian mekar kecamatan lubuk batu jaya kabupaten indragiri hulu dalam perspektif ekonomi syariah..”, Skripsi: UIN SUSKA RIAU Pekanbaru. <https://repository.uin-suska.ac.id/27698/1/TANPA%20BAB%20IV.pdf>

Ridwan. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening, Suatu Kajian Pada Vello City Burger & Coffe”, Skripsi: UPI YPTK Padang. <http://repository.upiyptk.ac.id/5321/>

**E. Website**

<http://royhpai.blogspot.com/2015/01/hpai-indonesia.html?m:>, HPAI Indonesia.

Diakses pada 6 juni 2020





## LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

### Hak Cipta Diindungi 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.

## Lembar Kuesioner

### A. Pengantar

Dengan hormat saya,

Nama : Cindy Masrianolla

NIM : 12020521467

Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menulis skripsi untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas syariah dan hukum.

Penelitian tersebut diberi judul “Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan pada Bisnis center Halal Network International (HNI) Cabang Pekanbaru”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon ketersediaan bapak/ibu, saudara/i agar meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Demikian saya sampaikan, atas perhatian dan ketersediaanya saya ucapkan terimakasih.

### B. Data Responden

#### 1. Usia

- 1) Kurang dari 18 tahun
- 2) 18-25 tahun
- 3) 26-35 tahun
- 4) 36-45 tahun
- 5) lebih dari 45 tahun

#### 2. Jenis kelamin

- 1) Laki-Laki
- 2) Perempuan

#### 3. Pekerjaan

- 1) Pelajar/mahasiswa
- 2) Pegawai swasta
- 3) Pegawai negeri/TNI-POLRI
- 4) Wiraswasta
- 5) lainnya

#### Hak Cipta Diindungi 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.

4. Apakah pernah berbelanja di Business Center HNI Cabang Pekanbaru?

1) ya  2) tidak

### C Petunjuk Pengisian

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan diberi tanda check list (√) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju (5)

S = Setuju (4)

N = Netral (3)

TS = Tidak Setuju (2)

STS = Sangat Tidak Setuju (1)

#### 1. Diferensiasi produk (XI)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	pengemasan produk HNI sangat bagus					
2	Produk yang ada hampir sama dengan produk yang biasa dibuat oleh brand lain, hanya saja produk yang diberikan HNI lebih baik.					
3	Produk yang dihasilkan sesuai dengan permintaan pelanggan dimana memiliki manfaat yang baik untuk kesehatan					
4	variasi produk yang disediakan sangat bagus					
5	Produk yang konsumen butuhkan tersedia di HNI					
6	produk memiliki jangka waktu yang lama atau tidak mudah basi					

Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

7	Produk bisa dikembalikan apabila terjadi kerusakan dengan produk lainnya					
8	produk memiliki nilai plus dimata konsumen					
9	produk HNI menggunakan herba yang berkualitas					

**2. Harga Produk (X2)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	harga produk HNI memengaruhi keputusan Anda untuk membeli					
2	harga produk-produk dari HNI sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
3	harga produk yang ditawarkan oleh HNI sesuai dengan manfaat produk yang ditawarkan					
4	harga produk dari HNI lebih murah dibandingkan dengan produk lain					
5	saya pernah melakukan perbandingan harga dengan produk brand lain					

**3. Peningkatan penjualan(Y)**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	diskon produk yang diberikan HNI membantu saya mendapatkan produk yang saya inginkan					
2	saya merasa puas berbelanja di HNI					
3	saya membeli barang HNI dalam jumlah yang banyak karena kualitas yang bagus					
4	pelayanan HNI sangat bagus					



5	saya mengetahui HNI dari sosial media				
6	saya pernah merekomendasikan produk HNI kepada orang lain				
7	saya akan berlangganan terus di HNI				
8	saya mengetahui HNI dari konsumen lain				

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi 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.

## UJI VALIDITAS VARIABEL X1 (DIFERENSIASI PRODUK)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	,382**	,380**	,365**	,324**	,282*	,191	,313**	,342*	,630**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,005	,059	,002	,001	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.2	Pearson Correlation	,382*	1	,457**	,283**	,316**	,500*	,350**	,444**	,258*	,719**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,005	,001	,000	,000	,000	,010	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.3	Pearson Correlation	,380*	,457**	1	,460**	,343**	,444*	,181	,254*	,292*	,675**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001	,000	,074	,011	,003	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.4	Pearson Correlation	,365*	,283**	,460**	1	,512**	,387*	,225*	,420**	,151	,685**
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000		,000	,000	,025	,000	,134	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.5	Pearson Correlation	,324*	,316**	,343**	,512**	1	,406*	,308**	,249*	,135	,650**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,001	,000		,000	,002	,013	,184	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.6	Pearson Correlation	,282*	,500**	,444**	,387**	,406**	1	,209*	,346**	,102	,668**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000		,038	,000	,317	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.7	Pearson Correlation	,191	,350**	,181	,225*	,308**	,209*	1	,236*	-,012	,476**
	Sig. (2-tailed)	,059	,000	,074	,025	,002	,038		,019	,906	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.8	Pearson Correlation	,313*	,444**	,254*	,420**	,249*	,346*	,236*	1	,368*	,644**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,011	,000	,013	,000	,019		,000	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
X1.9	Pearson Correlation	,342*	,258**	,292**	,151	,135	,102	-,012	,368**	1	,455**
	Sig. (2-tailed)	,001	,010	,003	,134	,184	,317	,906	,000		,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL	Pearson Correlation	,630*	,719**	,675**	,685**	,650**	,668*	,476**	,644**	,455*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99	99

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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 Diindungi Undang-Undang**

**UJI VARIABEL X2 (HARGA PRODUK)**

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	,409**	,310**	-,011	,215*	,585**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,912	,033	,000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.2	Pearson Correlation	,409**	1	,715**	,225*	,118	,771**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,025	,247	,000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.3	Pearson Correlation	,310**	,715**	1	,139	,052	,676**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,171	,611	,000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.4	Pearson Correlation	-,011	,225*	,139	1	,294**	,561**
	Sig. (2-tailed)	,912	,025	,171		,003	,000
	N	99	99	99	99	99	99
X2.5	Pearson Correlation	,215*	,118	,052	,294**	1	,553**
	Sig. (2-tailed)	,033	,247	,611	,003		,000
	N	99	99	99	99	99	99
TOTAL	Pearson Correlation	,585**	,771**	,676**	,561**	,553**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**UJI VALIDITAS VARIABEL Y (PENINGKATAN PENJUALAN)**

		Correlations								
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	TOTAL
1	Pearson Correlation	1	,296*	,104	,327*	,071	,391*	,303*	,079	,553**
	Sig. (2-tailed)		,003	,307	,001	,484	,000	,002	,437	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
2	Pearson Correlation	,296*	1	,350**	,230*	,208*	,270*	,218*	,078	,543**
	Sig. (2-tailed)	,003		,000	,022	,039	,007	,030	,444	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
3	Pearson Correlation	,104	,350*	1	,028	,269*	,286*	,283*	,084	,528**
	Sig. (2-tailed)	,307	,000		,787	,007	,004	,005	,406	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
4	Pearson Correlation	,327*	,230*	,028	1	,173	,423*	,384*	,007	,553**
	Sig. (2-tailed)	,001	,022	,787		,086	,000	,000	,947	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
5	Pearson Correlation	,071	,208*	,269**	,173	1	,101	,185	-,256*	,450**
	Sig. (2-tailed)									
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99

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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Sig. (2-tailed)	,484	,039	,007	,086		,318	,067	,011	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
	Pearson Correlation	,391*	,270*	,286**	,423*	,101	1	,637*	,198*	,727**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007	,004	,000	,318		,000	,049	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
	Pearson Correlation	,303*	,218*	,283**	,384*	,185	,637*	1	,073	,678**
	Sig. (2-tailed)	,002	,030	,005	,000	,067	,000		,472	,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
	Pearson Correlation	,079	,078	,084	,007	-	,198*	,073	1	,354**
	Sig. (2-tailed)	,437	,444	,406	,947	,011	,049	,472		,000
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99
TOTAL	Pearson Correlation	,553*	,543*	,528**	,553*	,450*	,727*	,678*	,354*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	99	99	99	99	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### UJI RELIABILITAS VARIABEL X1 (DIFERENSIASI PRODUK)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,754	10

### UJI RELIABILITAS VARIABEL X2 (HARGA PRODUK)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,747	6

### UJI RELIABILITAS VARIABEL Y (PENINGKATAN PENJUALAN)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,711	9



## UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		99	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,43602545	
Most Extreme Differences	Absolute	,061	
	Positive	,050	
	Negative	-,061	
Test Statistic		,061	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		,200 <sup>d</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>	Sig.	,476	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,463
		Upper Bound	,489
		Lower Bound	
		Upper Bound	

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.
- Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

## UJI MULTIKOLINIERITAS

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	8,510	3,462		2,458	,016		
	Diferensiasi Produk	,329	,091	,339	3,601	,001	,775	1,291
	Harga Produk	,537	,149	,339	3,595	,001	,775	1,291

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

## UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,510	3,462		2,458	,016
	Diferensiasi Produk	,329	,091	,339	3,601	,001
	Harga Produk	,537	,149	,339	3,595	,001

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
- Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
  - Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**UJI HETEROSKEDASITAS**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,851	2,210		1,290	,200
	Diferensiasi Produk	-,046	,058	-,092	-,797	,427
	Harga Produk	,038	,095	,046	,395	,694

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**UJI KOEFISIEN DETERMINASI**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,582 <sup>a</sup>	,339	,325	2,46127

a. Predictors: (Constant), Harga Produk, Diferensiasi Produk

**UJI T (PARSIAL)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,510	3,462		2,458	,016
	Diferensiasi Produk	,329	,091	,339	3,601	,001
	Harga Produk	,537	,149	,339	3,595	,001

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

**UJI F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	298,446	2	149,223	24,633	,000 <sup>b</sup>
	Residual	581,554	96	6,058		
	Total	880,000	98			

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

b. Predictors: (Constant), Harga Produk, Diferensiasi Produk

## TABULASI DATA

### VARIABEL DIFERENSIASI PRODUK (X1)

Diferensiasi Produk										TOTAL
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9		
5	4	4	4	5	5	3	4	5		39
4	2	4	5	3	3	2	4	3		5
4	4	4	3	3	4	2				32
5	5	5	5	4	5	3	5	5		42
4	4	4	5	5	5	3	5	5		40
4	5	4	4	4	3	4	4	5		37
5	4	4	5	5	5	4	4	3		39
5	3	4	5	4	4	4	4	5		38
5	5	5	5	5	5	5	5	5		45
5	5	5	5	5	5	3	4	5		42
5	5	5	4	4	5	4	4	5		41
4	5	5	4	4	5	4	5	5		41
5	5	5	5	5	5	5	5	5		45
3	3	4	3	4	3	3	4	4		31
5	5	5	5	4	5	5	4	5		43
4	3	4	3	4	3	3	2	5		31
5	4	4	4	5	5	5	4	5		41
4	4	4	4	3	4	3	4	4		34
4	4	4	4	4	5	4	4	4		37
5	5	5	5	5	5	5	5	5		45
4	4	4	4	3	5	3	5	4		36
5	5	5	5	5	5	4	5	5		44
4	4	4	4	4	4	4	4	4		36
4	4	4	4	4	4	4	4	4		36
4	3	4	4	4	3	5	4	4		35
3	4	4	5	4	4	4	5	4		37
4	4	5	5	4	5	4	4	5		40
5	4	4	5	4	4	4	5	5		40
3	4	4	4	4	4	4	3	4		34
4	3	4	4	4	4	4	3	4		34
4	4	4	4	4	4	4	4	4		36
4	4	4	3	4	4	4	4	4		35
4	4	4	3	4	4	4	4	4		35
4	3	5	4	4	4	4	4	5		37
4	4	4	4	4	4	4	4	4		36

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.

4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
4	4	5	4	5	5	4	4	5	40
5	4	4	4	4	4	4	4	5	38
4	4	3	4	3	4	5	4	4	35
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
5	4	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	4	4	5	3	4	4	36
5	5	4	4	4	4	4	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
5	2	4	4	4	4	3	4	4	34
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
4	4	5	5	5	5	4	4	5	41
4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
4	5	5	5	5	5	4	4	4	41
4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
5	4	5	5	5	5	4	4	4	41
4	4	4	5	5	5	4	5	5	41
4	4	4	5	5	4	4	4	4	38
5	4	5	5	5	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
4	4	4	5	5	5	4	4	4	39
4	4	4	5	4	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
4	4	5	5	4	5	4	4	4	39

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### Hak Cipta Diindungi 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

4	4	4	4	4	5	4	5	5	39
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
5	4	5	5	5	5	4	4	4	41
5	5	5	5	4	5	4	4	4	41
4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
4	4	4	4	5	5	4	4	4	38
4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
4	4	4	4	4	5	3	4	4	36
4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
4	4	5	5	5	5	4	5	5	42
4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	4	43
5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
5	4	4	5	5	5	4	5	5	42
5	4	5	4	4	5	4	4	4	39
5	4	5	5	5	4	4	4	4	40

VARIABEL HARGA PRODUK (X2)

Harga Produk					TOTAL
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
3	2	4	5	5	19
5	2	4	2	5	18
5	4	3	2	5	19
4	4	5	3	3	19
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	3	3	21
5	5	5	4	4	23
4	5	5	4	5	23
4	4	4	5	4	21
4	4	4	3	4	19
5	4	4	3	5	21

Hak Cipta Diindungi 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

3	3	3	3	4	16
4	4	4	3	3	18
5	3	3	5	5	21
4	4	4	5	5	22
5	4	4	3	4	20
5	4	4	4	5	22
4	5	5	5	4	23
4	4	4	5	4	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	3	5	21
4	4	4	3	4	19
5	4	5	4	3	21
4	4	4	4	4	20
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	19
4	3	4	4	4	19
3	4	4	4	4	19
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
3	3	4	3	4	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21
4	5	4	5	5	23
4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	5	23
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
5	4	4	5	5	23
5	5	4	4	5	23
4	4	5	3	4	20
5	4	4	4	5	22
5	5	5	4	5	24
4	4	4	3	3	18

## Hak Cipta Diindungi 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

4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	3	22
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	5	21
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
4	5	5	4	4	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	5	21
5	4	4	5	5	23
5	4	4	4	5	22
5	4	4	5	4	22
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	5	4	21
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	5	21
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	5	21
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	24
4	4	5	4	5	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24

## Hak Cipta Diindungi 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

4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	4	3	4	2	5	3	5	31
5	5	4	5	4	4	4	3	34
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	3	5	2	5	4	5	33
5	4	4	5	3	5	4	4	34
4	4	3	5	4	4	4	2	30
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	4	5	4	4	4	4	2	31
4	4	4	4	2	4	4	5	31
4	4	4	5	4	4	4	3	32
4	4	4	5	3	4	4	4	32
4	4	4	5	2	4	4	5	32
4	4	4	5	2	5	4	5	33
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	3	5	2	4	4	5	31
5	4	4	5	5	5	4	3	35
4	4	3	4	2	4	4	4	29
4	5	5	5	4	5	4	4	36
4	4	4	5	4	4	4	4	33
4	4	3	5	4	4	4	2	30
4	4	5	5	4	4	4	3	33
5	5	4	4	4	4	4	2	32
5	4	4	4	2	4	4	5	32
4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	5	4	5	2	5	4	5	35
4	4	4	5	3	4	4	2	30
4	4	3	5	2	4	4	4	30
4	4	4	4	4	4	4	2	30
5	4	4	5	3	4	4	4	33
4	4	4	5	3	4	4	4	32
4	4	3	5	4	4	5	4	33
5	5	4	5	4	4	4	3	34
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	5	4	5	4	5	4	2	33
5	5	3	5	4	4	4	4	34
4	4	4	4	2	4	4	4	30

## Hak Cipta Diindungi 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

4	5	4	5	4	4	4	4	34
5	4	4	5	2	4	4	5	33
4	4	4	5	4	4	4	3	32
4	4	3	4	2	4	4	4	29
4	4	3	5	2	5	4	5	32
5	4	4	5	4	5	4	3	34
4	4	4	5	4	5	4	2	32
4	4	4	4	4	4	4	2	30
5	5	4	5	2	4	4	4	33
5	5	4	5	2	5	4	5	35
4	5	4	5	4	4	4	4	34
5	5	4	5	4	4	4	2	33
5	5	4	5	4	4	5	2	34
4	4	4	5	4	4	4	4	33
5	5	4	5	3	4	4	4	34
5	5	3	5	4	4	4	1	31
4	5	4	4	3	5	4	5	34
5	4	4	5	5	4	4	4	35
5	4	5	5	4	5	4	5	37
5	5	5	5	3	4	4	5	36
5	5	4	5	5	4	4	4	36
5	5	4	5	5	5	4	4	37
5	4	4	4	4	5	4	3	33
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	5	5	4	5	4	5	38
5	5	5	5	5	5	5	5	40

## Hak Cipta Diindungi 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.

Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487

## Hak Cipta Diindungi 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.

85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

#### Hak Cipta Diindungi 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 Diindungi 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.

Tabel T

df=(n-k)	$\alpha = 0.05$	$\alpha = 0.025$
51	1,675	2,008
52	1,675	2,007
53	1,674	2,006
54	1,674	2,005
55	1,673	2,004
56	1,673	2,003
57	1,672	2,002
58	1,672	2,002
59	1,671	2,001
60	1,671	2,000
61	1,670	2,000
62	1,670	1,999
63	1,669	1,998
64	1,669	1,998
65	1,669	1,997
66	1,668	1,997
67	1,668	1,996
68	1,668	1,995
69	1,667	1,995
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987

89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Diindungi 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.

Tabel F

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
	1	2	3	4	5	6	7	8
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064

## 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.

76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

#### Hak Cipta Diindungi 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.



## DOKUMENTASI PENELITIAN



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



**PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul : **Pengaruh Diferensiasi Produk dan Harga Produk terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center Halal Network International (HNI) Cabang Pekanbaru (Suatu Tinjauan Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : **Cindy Masrianolla**  
 NIM : **12020521467**  
 Program Studi : **Ekonomi Syariah**

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Pekanbaru, 10 Juli 2024**  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
 Dr. Nurnasrina, SE, M.Si  
 NIP. 19800405 200901 2 008

Sekretaris  
 Nuryanti, S.E.I., ME.Sy  
 NIP. 19870103 202321 1 035

Penguji I  
 Dr. Muhammad Albahi, SE, M.Si. Ak  
 NIP. 19800226 200912 1 002

Penguji II  
 Dr. Drs. H. Muh. Said. HM, MA, MM  
 NIP. 19620512 198903 1 003

Mengetahui  
 Plt Wakil Dekan I

**Dr. H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA.**  
 NIP. 19711006 200212 1 0

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya  
 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 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/4491/2024  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : Mohon Izin Riset

Pekanbaru, 06 Mei 2024

Kepada Yth.  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : CINDY MASRIANOLLA  
NIM : 12020521467  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VIII (Delapan)  
Lokasi : BC HNI cabang Pekanbaru 4, Jl. Melati

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:Pengaruh diferensiasi produk dan harga produk terhadap peningkatan penjualan pada  
Bussines Center Halal Network International (Hni) cabang Pekanbaru

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai  
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan  
memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



a.n. Rektor  
Dekan

Dr. Zulkifli, M. Ag  
NIP.19741006 200501 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Diindungi 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. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU  
 Email : [dpmtsp@riau.go.id](mailto:dpmtsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMTSP/NON IZIN-RISET/65364  
 TENTANG



1.04.02.01

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Pemohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/4491/2024 Tanggal 6 Mei 2024**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

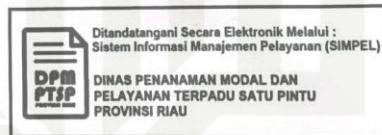
- |                      |  |
|----------------------|--|
| 1. Nama              | : CINDY MASRIANOLLA  |
| 2. NIM / KTP         | : 12020521467  |
| 3. Program Studi     | : EKONOMI SYARIAH  |
| 4. Jenjang           | : S1   |
| 5. Alamat            | : PEKANBARU  |
| 6. Judul Penelitian  | : PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN HARGA PRODUK TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA BUSSINES CENTER HALAL NETWORK INTERNATIONAL (HNI) CABANG PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : BC HNI CABANG PEKANBARU 4, JL. MELATI  |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 13 Mei 2024



**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pimpinan Bussines Center Halal Network International (HNI) cabang pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan



## Hak Cipta Diindungi 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.



## HALAL NETWORK INTERNATIONAL BUSINESS CENTER PEKANBARU 4

Jl Melati Nomor 35 Kel. Bina Widya, Panam-Pekanbaru  
HP/WA. 0822 8772 7727

### SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

No:02/HNI/06/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : YUSRUL S.E  
 NIK : 1471080508860021  
 Tempat Tgl. Lahir : BL Sempura, 05 Agustus 1986  
 Jabatan : Direktur BC Hni Pekanbaru 4

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama : CINDY MASRIANOLLA  
 NIM : 12020521467  
 Asal Peg. Tinggi : UIN SUSKA RIAU  
 Jurusan Fakultas : EKONOMI SYARIAH, FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

Telah selesai melakukan Penelitian di BC Hni Pekanbaru 4, terhitung dari tanggal 06 mei 2024 sampai dengan 10 Juni 2024, dengan judul *Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Bussines Center Halal Network International (HNI) Cabang Pekanbaru.* Demikian surat keterangan ini di buat untuk dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Pekanbaru, 10 Juni 2024

Direktur  
  
 Yusrul, SE.

UIN SUSKA RIAU