

**PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK DAN SOUL
MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN SHOHIBUL
QURBAN PADA PRODUK SUPERQURBAN RUMAH ZAKAT
CABANG SEMARANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Ekonomi Islam**



Oleh:

ZAHROTUL MILLAH
072411084

**JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARI'AH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2011**



**KEMENTRIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH**

Jl. Prof. Dr. Hamka Telp./Fax. (024) 7601291. 7615387 Semarang 50185

NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdr. Zahrotul Millah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Syari'ah

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya memberikan bimbingan dan koreksi seperlunya,
bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

Nama : Zahrotul Millah

NIM : 072411084

Jurusan : **Ekonomi Islam**

Judul Skripsi : **Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Soul Marketing* Terhadap Kepercayaan *Shohibul Qurban* Pada Produk Superqurban Rumah Zakat Cabang Semarang**

Dengan ini, saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat
segera dimunaqasyahkan.

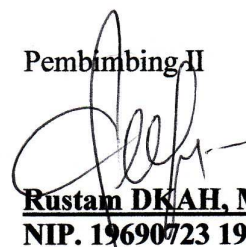
Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II


Rustam DKAH, MAg
NIP. 19690723 199803 1 005



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS SYARI'AH**

Jl. Prof. Dr. Hamka Telp./Fax. (024) 7601291. 7615387 Semarang 50185

PENGESAHAN

Nama : Zahrotul Millah
NIM : 072411084
Fakultas/Jurusan : Ekonomi Islam
Judul Skripsi : **Pengaruh Diferensiasi Produk dan *Soul Marketing* Terhadap Kepercayaan *Shohibul Qurban* Pada Produk Superqurban Rumah Zakat Cabang Semarang**

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus, pada tanggal :

15 Desember 2011

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana (Strata Satu/S1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, Desember 2011

Ketua Sidang

Muh. Arifin, S.Ag., M.Hum
NIP. 19711012 199703 1 002

Sekretaris Sidang

Rustam Dahar KAH, M.Ag
NIP. 19690723 199803 1 005

Penguji I

Drs. Wahab Zaenuri, MM
NIP. 19690908 200003 1 001



Penguji II

Johan Masruhan, S.Ag., M.M
NIP. 19510510 198203 1 002

Pembimbing I

Rahman El-Junusi, S.E., M.M
NIP. 19691118 200003 1 001

Pembimbing II

Rustam Dahar KAH, M. Ag
NIP. 19690723 199803 1 005

ABSTRAK

Diferensiasi produk merupakan salah satu strategi dalam manajemen pemasaran untuk memenangkan pasar. Dengan menerapkan strategi ini, Rumah Zakat menghasikan produk inovasi baru berupa Superqurban (kornetisasi hewan kurban). Melalui proses kornetisasi ini, daging kurban dapat bertahan hingga tiga tahun sehingga daging kurban dapat didistribusikan hingga pelosok daerah. Dalam menjalankan amanah *shohibul qurban*, karyawan Rumah Zakat bekerja dengan menggunakan prinsip *soul marketing*. Di dalam *soul marketing* terdapat empat elemen yang dapat menumbuhkan kepercayaan *shohibul qurban*, yaitu: jujur, profesional, silaturahmi, dan murah hati. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah diferensiasi produk dan *soul marketing* memiliki pengaruh terhadap kepercayaan *shohibul qurban*.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dimana terdapat dua variabel yaitu diferensiasi produk dan *soul marketing* sebagai variabel bebas (*independent*) dan kepercayaan *shohibul qurban* sebagai variabel terikat (*dependent*). Dengan menggunakan sumber data di antaranya data primer, sekunder, populasi dan sampel. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan wawancara, menyebar angket (kuesioner) kepada sejumlah responden dan dokumentasi data atau variabel yang berupa catatan-catatan, buku, dan sebagainya. Serta menggunakan alat ukur berupa validitas dan reabilitas untuk melihat kevalidan hasil penelitian dan reliabel dalam *cronbach alpha*. Selanjutnya menggunakan metode analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat secara parsial dan simultan, yaitu variabel diferensiasi produk dan *soul marketing* terhadap kepercayaan *shohibul qurban*. Di antaranya dengan menggunakan uji hipotesis berupa uji T yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan, secara parsial mampu menjelaskan variabel terikat. Uji simulasi (uji F) digunakan untuk mengetahui sejauh mana variabel-variabel bebas yang digunakan, secara simultan mampu menjelaskan variabel terikat. Dan koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Dari hasil penelitian tersebut, dilihat secara parsial dengan uji T bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan *shohibul qurban* di Rumah Zakat cabang Semarang dengan nilai t hitung sebesar 3,295, sedangkan variabel *soul marketing* berpengaruh signifikan dengan nilai t hitung sebesar 3,539. Selanjutnya dalam uji pengaruh secara simultan dengan uji F menunjukkan bahwa diferensiasi produk dan *soul marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan *shohibul qurban* dengan nilai F hitung sebesar 51,967. Dan secara koefisien determinan menunjukkan bahwa variasi perubahan variabel kepercayaan *shohibul qurban* dipengaruhi oleh perubahan variabel bebas diferensiasi produk dan *soul marketing* sebesar 65,8%. Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat bermanfaat kepada semua pihak terutama dalam meningkatkan kepercayaan *shohibul qurban*.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, Penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, Desember 2011

Deklarator,



Zahrotul Millah
NIM. 072411084

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayah dan Ibunda tercinta (Drs. Ahmad Miftah AR., dan Muannisah) yang telah memberikan segalanya bagi penulis, terima kasih atas segala kasih sayang serta do'anya dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya. Tiada yang dapat penulis perbuat untuk membalas kebaikan mereka. Hanya sekuntum do'a yang dapat penulis berikan. Jazakumullah khoirukum khoirol jaza,' semoga Allah SWT. membalas amal kebaikan mereka dengan balasan yang berlipat ganda, Amin.
2. Kakak tercinta Lia Alif Muflikhah, adik-adik Nihlatin Nabillah dan Alfi Hirza Aniqoh, yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi dan menjalani hidup ini.
3. Para Guru dan Dosen yang senantiasa selalu penulis harapkan barokah ilmunya.
4. Sahabat-sahabat dan teman-teman Prodi Ekonomi Islam angkatan 2007, khususnya paket EIB'07 (Ekonomi Islam kelas B angkatan 2007) yang selalu berbagi dalam suka maupun duka.
5. Almamater dan Pengelola Prodi Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Walisongo Semarang.
6. Kepada semua pihak yang telah bersedia dengan tulus ikhlas mendo'akan dan membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini, semoga Allah SWT selalu memberi limpahan rahmat dan hidayah serta kesabaran dan ketabahan kepada semua dalam mengarungi bahtera kehidupan ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan maghfiroh-Nya kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat dan para pengikut beliau.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan skripsi ini, penulis hanya bisa menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag, selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Imam Yahya, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Dr. Ali Murtadlo, M.Ag selaku Kajor Ekonomi Islam, serta Bapak Nur Fatoni, M.Ag selaku Sekjur Ekonomi Islam.
4. Bapak Rahman El-Junusi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I, serta Bapak Rustam DKAH, M.Ag selaku Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap civitas akademika Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, para dosen, karyawan beserta staf-stafnya.
6. Ayah dan Ibunda tercinta yang telah membesarkan penulis, atas segala kasih sayang serta do'anya dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.
7. Semua sahabat dan teman-temanku yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
8. Pihak Rumah Zakat cabang Semarang yang telah memberikan ijin untuk melakukan penelitian dalam penyusunan skripsi ini.
9. Semua pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penulisan skripsi ini.

Teriring do'a semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan dari semuanya dengan sebaik-baik balasan. Akhirnya penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan. Namun demikian, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Semarang, Desember 2011

Penulis,



ZAHROTUL MILLAH

Nim: 072411084

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN ABSTRAK	iv
HALAMAN DEKLARASI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	x
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan penelitian	8
1.3.2 Manfaat penelitian	9
1.4 Sistematika Penulisan	10

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Diferensiasi Produk	11
2.1.1 Produk	11
2.1.2 Strategi Diferensiasi	12
2.1.3 Diferensiasi Produk	14
2.2 <i>Soul Marketing</i>	15
2.3 Kepercayaan	19
2.4 Penelitian Terdahulu	22
2.5 Kerangka Teori	24
2.6 Hipotesa	26

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	27
3.1.1	Lingkup Wilayah Penelitian.....	27
3.1.2	Jenis Penelitian.....	27
3.2	Jenis dan Sumber Data	27
3.2.1	Data Primer	28
3.2.2	Data Sekunder	28
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	28
3.4	Ukuran Sampel dan Teknik Pemilihan Sampel	29
3.5	Metode Pengumpulan Data	29
3.5.1	<i>Interview</i>	29
3.5.2	Kuesioner (angket)	30
3.5.3	Dokumentasi	30
3.6	Variabel Penelitian dan Pengukuran Data.....	31
3.7	Teknis Analisis Data	33
3.7.1	Uji Validitas	33
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	33
3.7.3	Uji Asumsi Klasik	34
3.7.2.1.	Uji Multikolinieritas.....	34
3.7.2.2.	Uji Autokorelasi.....	34
3.7.2.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	34
3.7.2.4.	Uji Normalitas.....	35
3.7.4	Analisis Regresi Berganda.....	36
3.7.4.1	Uji Koefisien Determinasi	37
3.7.4.2	Uji T	37
3.7.4.3	Uji F.....	38

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Rumah Zakat	40
4.1.1	Visi dan Misi.....	40
4.1.2	Sejarah Singkat Rumah Zakat	40
4.2	Produk Superqurban	43

4.3	Deskriptif Data Penelitian dan Responden.....	45
4.3.1	Deskriptif Data Penelitian.....	45
4.3.2	Deskriptif Responden	46
4.4	Deskriptif Variabel Penelitian	50
4.4.1	Variabel Diferensiasi Produk	50
4.4.2	Variabel <i>Soul Marketing</i>	54
4.4.3	Variabel Kepercayaan <i>Shohibul Qurban</i>	61
4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	66
4.5.1	Uji Validitas	66
4.5.2	Uji Reliabilitas.....	67
4.6	Uji Asumsi Klasik.....	68
4.6.1	Uji Multikolinieritas	68
4.6.2	Uji Autokorelasi	69
4.6.3	Uji Heteroskedastisitas	71
4.6.4	Uji Normalitas.....	72
4.7	Uji Regresi Linier Berganda.....	74
4.8	Uji Koefisien Determinasi	76
4.9	Pengujian Hipotesis	77
4.9.1	Uji T	77
4.9.2	Uji F	79
4.10	Pembahasan	80
 BAB V : PENUTUP		
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran-saran	88
5.3	Penutup.....	90

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Tabel Tanggapan Responden.

Lampiran 2 : Tabel Deskripsi Responden.

Lampiran 3 : Tabel Analisis Deskriptif Prosentase Per-Variabel.

Lampiran 4 : Tabel Hasil Uji Validitas Instrumen.

Lampiran 5 : Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.

Lampiran 6 : Tabel Residual Variabel Etika Kerja Islam, Kepemimpinan Islam,
dan Kinerja Karyawan.

Lampiran 7 : Angket Penelitian

Lampiran 8 : Surat Izin Riset