

**ANALISIS PARAMETER DIFERENSIASI PRODUK
YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
KONSUMEN MUSLIM UNTUK MEMBELI
DI MUJAHIDIN DISTRO YOGYAKARTA**

Skripsi

Disusun untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S.1

dalam Ilmu Ekonomi Islam



Oleh:

SAIFULHAQ AL FARUQY

NIM 102411159

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2014

Drs. H. Wahab Zaenuri, MM.

Banget Ayu Wetan RT 02 RW 01, Genuk
Semarang

Dede Rodin, Lc., M.Ag.

Lembur Sawah 26 RT 02 RW 12, Kelurahan Utama, Cimahi Selatan
Cimahi

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks
Hal : Naskah Skripsi
A.n. Saifulhaq Al Faruqy

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Walisongo
di Semarang

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara:

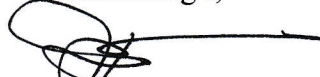
Nama : Saifulhaq Al Faruqy
NIM : 102411159
Judul : Analisis Parameter Diferensiasi Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli di Mujahidin Distro Yogyakarta

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan.

Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I,



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

Semarang, 5 Desember 2014

Pembimbing II,



Dede Rodin, Lc., M.Ag.
NIM. 19720416 200112 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan Telp. (024) 7608454 Semarang 50185

PENGESAHAN

Skripsi Saudara : Saifulhaq Al Faruqy
NIM : 102411159
Judul : Analisis Parameter Diferensiasi Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli di Mujahidin Distro Yogyakarta

Telah dimunaqosyahkan oleh dewan penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal:

18 Desember 2014

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) dalam ilmu Ekonomi Islam.

Ketua Sidang,

Drs. Saekhu, MH
NIP. 19690120 199403 1 004

Penguji I

H. Nur Fatoni, M.Ag
NIP. 19730811 200003 1 004

Pembimbing I

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

Semarang, 18 Desember 2014

Sekretaris Sidang

Dede Rodin, Lc., M.Ag
NIP. 19720416 200112 1 002

Penguji II

Mohammad Nadzir, SHL, MSI
NIP. 19730923 200312 1 002

Pembimbing II

Dede Rodin, Lc., M.Ag
NIP. 19720416 200112 1 002



MOTTO

“Karena dakwah tak harus ceramah”

(Muslim Designer Community)

***“Turn on your spirit
to spread the truth
with Islamic fashion”***

(Deadbullet Rockstar Apparel in Scream Volume 1)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabb al 'Alamin, dengan segala kerendahan hati dan penuh kebahagiaan rasa syukur kuucapkan kepada Allah SWT. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Almamaterku tercinta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, selamat dan sukses atas konversinya dari IAIN menjadi UIN.
2. Abi dan Ummi, setumpuk berkas skripsi ini tak lebih berharga dari setetes keringat yang engkau kucurkan untuk anakmu ini, terima kasih atas setiap cinta dan do'anya.
3. Adik-adikku, Muhammad Jundullah dan Aulia Izzatul Zahro, jadilah orang sholeh yang memberi manfaat di manapun kalian berada.
4. Bapak Supri dan Mama Yati, terima kasih atas semua yang telah diberikan kepada keluarga saya, semoga dek Farros menjadi orang sukses kelak.
5. Rekan-rekan kelas EID 2010, masa kuliah sudah kita lewati bersama, kehidupan selanjutnya sudah menanti kita, *keep strong!*
6. Sahabat-sahabat Wisma Prestasi Qolbun Salim, terima kasih sudah menjadi lingkungan yang baik selama saya merantau di Semarang, *keep ukhuwah!*
7. Kawan-kawan KAMMI Komisariat Walisongo, perjuangan tak pernah berakhir dan generasi baru selalu terlahir, *keep istiqomah!*
8. Saudara-saudara seiman yang berdakwah dengan distro Muslim, *keep resist!*
9. Dan untuk semua orang yang berjuang untuk agama Islam dan negara Indonesia, semoga Allah SWT selalu meridhoinya.

DEKLARASI

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

Semarang, 18 Desember 2014

Deklarator,

A handwritten signature in black ink, consisting of stylized loops and a vertical line, with a small arrow pointing to the right and a small mark resembling a '9' to the left.

SAIFULHAQ AL FARUQY

NIM. 102411159

ABSTRAK

Dalam kehidupan era saat ini, kebutuhan *fashion* sudah sangat menjamur di semua kalangan dari anak kecil sampai orang dewasa. Salah satu yang paling terlihat adalah perkembangan tren *fashion* anak muda dengan banyaknya dijumpai outlet-outlet distro di sepanjang jalan dan di mall. Kehadiran distro-distro Muslim dalam perindustrian distro di Indonesia oleh para pendirinya dimaksudkan agar produk distro Muslim bisa menjadi alternatif *fashion* bagi anak muda Muslim. Salah satunya adalah Mujahidin Distro yang membuka outlet di jalan Veteran nomor 110 Yogyakarta. Inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Parameter Diferensiasi Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli di Mujahidin Distro Yogyakarta” dengan menggunakan parameter masalah, harga yang adil, dan kualitas.

Adapun yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah “Apakah terdapat pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan konsumen Muslim untuk membeli di Mujahidin Distro?” dan “Parameter diferensiasi produk manakah yang paling mempengaruhi keputusan konsumen Muslim untuk membeli di Mujahidin Distro?”. Sehingga tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan konsumen Muslim untuk membeli di Mujahidin Distro dan menganalisis parameter yang paling mempengaruhinya.

Populasi penelitian ini adalah konsumen Muslim yang membeli di Mujahidin Distro Yogyakarta. Pengambilan *sample* menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *quota sampling* sebanyak 50 subyek. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, angket, dan wawancara. Teknik analisis data dilakukan dengan uji validitas dan reabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas data dan uji heteroskedastisitas, deskriptif variabel penelitian, analisis faktor, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis menggunakan uji F dan uji t.

Hasil olah data statistik dengan program SPSS versi 17 menunjukkan bahwa pengaruh variabel parameter diferensiasi produk (X) terhadap keputusan konsumen Muslim untuk membeli (Y) adalah positif dan signifikan. Nilai R^2 sebesar 0,536 menunjukkan bahwa variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y sebesar 53,6% dan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Persamaan regresi yang diperoleh adalah $Y = 1,493 + 0,613 X$. Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dari pada F_{tabel} ($57,708 > 4,0426$), dan nilai t_{hitung} juga lebih besar dari pada t_{tabel} ($7,597 > 2,0106$). Sehingga hipotesis H_1 dapat diterima. Dan diketahui Kualitas menjadi parameter yang paling berpengaruh dengan nilai MSA sebesar 0,774.

Kata Kunci: Parameter Diferensiasi Produk dan Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli.

KATA PENGANTAR

Bismillaahirrahmaanirrahiim

Segala puji bagi Allah SWT atas segala karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “**Analisis Parameter Diferensiasi Produk yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli di Mujahidin Distro Yogyakarta**” dengan baik. Sholawat dan salam semoga selalu tercurahkan kepada *uswatun hasanah* Nabi Muhammad SAW, salam keselamatan untuk keluarganya, sahabatnya, *tabi'in* dan *tabi'ut tabi'in*, dan orang-orang soleh yang senantiasa *istiqomah* mengikuti risalahnya hingga akhir zaman kelak.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) dalam Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Ucapan terima kasih yang tidak terhingga penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan bantuan dalam bentuk apapun yang sangat berarti bagi penulis. Ucapan terima kasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Muhibbin, M.Ag., selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Nur Fathoni, M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Ahmad Furqon, Lc., MA., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
5. Bapak Drs. H. Wahab Zaenuri, MM., selaku dosen pembimbing 1 yang telah dengan ikhlas memberikan bimbingan dan arahan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak Dede Rodin., Lc., M.Ag., selaku dosen pembimbing 2 dan juga selaku dosen wali yang telah dengan ikhlas memberikan bimbingan dan arahan dari awal perkuliahan hingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan.
8. Kedua orang tua (Abi Satiman dan Ummi Aris Hidayati), sekali lagi terima kasih atas cinta dan do'anya, kedua adikku (Jundi dan Zahro), dan semua keluarga besar yang telah memberi *support* dan do'a.
9. Bapak Arif Nurdin selaku *owner* Mujahidin Distro, *jazakumullah* atas ketersediaannya mengizinkan peneliti melakukan riset dan menggali ilmu di sana, kepada Bapak Reza peneliti ucapkan juga *jazakumullah* atas bantuannya, dan kepada pembeli di Mujahidin Distro yang sudah bersedia mengisi angket penelitian ini.
10. Teman-teman seperjuanganku selama merantau di kota Semarang, ada teman-teman kelas Ekonomi Islam khususnya kelas EID angkatan 2010, teman-teman PPL di Jepara, teman-teman KKN ke-62 Posko 4 Kelurahan Gedanganak, teman-teman Wisma Prestasi Qolbun Salim khususnya teman-teman Asrama Mafaza dan pengurus, teman-teman Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia (KAMMI) Komisariat Walisongo Semarang khususnya angkatan 2010 El-Jahaafil dan pengurus, dan semua teman-teman yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu.

Terima kasih atas kebaikan dan keikhlasan yang telah diberikan. Peneliti hanya bisa berdo'a dan berikhtiar semoga Allah SWT membalas kebaikan untuk semua. Dan peneliti sadar masih banyak kekurangan dalam penelitian ini. Akhirnya peneliti berharap semoga penelitian skripsi ini dapat berguna, khususnya bagi peneliti dan umumnya bagi para pembaca sekalian.

Semarang, 18 Desember 2014

Peneliti,



SAIFULHAQ AL FARUQY
NIM. 102411159

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI	xi
HALAMAN DAFTAR TABEL	xv
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Perumusan Masalah	6
1.3	Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
	1.3.1 Tujuan Penelitian	6
	1.3.2 Manfaat Penelitian	6
1.4	Sistematika Penulisan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Kerangka Teori	8
-----	----------------------	---

2.1.1	Pemasaran	8
2.1.1.1	Pengertian Pemasaran	8
2.1.1.2	Bauran Pemasaran	9
2.1.2	Diferensiasi Produk	12
2.1.3	Distro	16
2.1.3.1	Pengertian Distro	16
2.1.3.2	Distro Muslim	17
2.1.4	Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli	17
2.1.4.1	Perilaku Konsumen Muslim	17
2.1.4.2	Tahap-tahap dalam Proses Keputusan Membeli	21
2.2	Kerangka Pemikiran Teoritik	23
2.3	Hipotesis	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Jenis Penelitian	25
3.2	Sumber Data	25
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.4	Metode Pengumpulan Data	27
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	28
3.5.1	Variabel Penelitian	28
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	28
3.6	Teknik Analisis Data	31
3.6.1	Uji Validitas dan Reabilitas	31
3.6.1.1	Uji Validitas	31
3.6.1.2	Uji Reabilitas	31
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	32
3.6.2.1	Uji Normalitas Data	32
3.6.2.2	Uji Heteroskedastisitas	32
3.6.3	Analisis Deskriptif	33

3.6.4	Analisis Faktor	33
3.6.5	Analisis Regresi Linier dan Pengujian Hipotesis.....	34
3.6.5.1	Analisis Regresi Linier	34
3.6.5.2	Uji F	35
3.6.5.3	Uji t	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		37
4.1	Gambaran Umum Mujahidin Distro Yogyakarta	37
4.1.1	Sejarah Singkat Mujahidin Distro	37
4.1.2	Lokasi Mujahidin Distro	38
4.1.3	Visi dan Misi Mujahidin Distro	38
4.1.4	Produk Mujahidin Distro	38
4.1.5	Pemasaran Mujahidin Distro	39
4.1.6	Struktur Organisasi Mujahidin Distro	39
4.2	Karakteristik Responden	40
4.3	Deskripsi Data Penelitian	44
4.4	Uji Validitas dan Reabilitas	45
4.4.1	Uji Validitas	45
4.4.2	Uji Reabilitas	48
4.5	Uji Asumsi Klasik	49
4.5.1	Uji Normalitas Data	49
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas	51
4.6	Deskriptif Variabel Penelitian	53
4.6.1	Deskriptif Variabel Parameter Diferensiasi Produk	53
4.6.2	Deskriptif variabel Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli	59
4.7	Hasil Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	62
4.7.1	Analisis Faktor	62
4.7.2	Persamaan Regresi Linier Sederhana	67

4.7.3	Koefisien Determinasi R^2	69
4.7.4	Uji Hipotesis	70
4.7.4.1	Uji F	70
4.7.4.2	Uji t	71
4.7.5	Pembahasan	72

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	76
5.3	Penutup	77

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Hasil Skor Kuesioner	45
Tabel 2	Hasil Uji Validitas Metode Pearson Correlation	45
Tabel 3	Hasil Uji Validitas Metode Corrected Item Total Correlation	47
Tabel 4	Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 5	Hasil Uji Normalitas Data Metode Kolmogorov-Smirnov Z	49
Tabel 6	Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Spearman's rho	51
Tabel 7	Tanggapan Responden Tentang Masalahah pada Item 1	54
Tabel 8	Tanggapan Responden Tentang Masalahah pada Item 2	54
Tabel 9	Tanggapan Responden Tentang Masalahah pada Item 3	55
Tabel 10	Tanggapan Responden Tentang Harga yang Adil pada Item 4	56
Tabel 11	Tanggapan Responden Tentang Harga yang Adil pada Item 5	57
Tabel 12	Tanggapan Responden Tentang Kualitas pada Item 6	57
Tabel 13	Tanggapan Responden Tentang Kualitas pada Item 7	58
Tabel 14	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli pada Item 8	59
Tabel 15	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli pada Item 9	60
Tabel 16	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli pada Item 10	60
Tabel 17	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli pada Item 11	61

Tabel 18	Tanggapan Responden Tentang Keputusan Konsumen Muslim untuk Membeli pada Item 12	62
Tabel 19	Hasil Nilai KMO and Bartlett's Test	63
Tabel 20	Hasil Nilai MSA	64
Tabel 21	Hasil Nilai Communalities	65
Tabel 22	Hasil Nilai Total Variance Explained	66
Tabel 23	Hasil Factor Loading	67
Tabel 24	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	68
Tabel 25	Hasil Analisis Koefisien Regresi	69
Tabel 26	Hasil Analisis Uji F	70
Tabel 27	Hasil Analisis Uji t	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Penggunaan Pendapatan Konsumen Muslim	18
Gambar 2	Proses Pembelian	21
Gambar 3	Kerangka Pemikiran Teoritik	23
Gambar 4	Struktur Organisasi Mujahidin Distro	40
Gambar 5	Umur Responden	41
Gambar 6	Profesi Responden	42
Gambar 7	Produk yang Dibeli oleh Responden	43
Gambar 8	Hasil Uji Normalitas Data Metode Normal Probability Plots	50
Gambar 9	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Melihat Pola Titik-titik pada Scatterplots Regresi	52