

**PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM
MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi Kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri)

SKRIPSI

**Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)**



Oleh :

SITI MAFIDA

9313.083.11

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN SYARI'AH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) KEDIRI
2015**

Halaman Persetujuan

**PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM
MEINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri)**

SITI MAFIDA

NIM. 9313. 083. 11

Disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Ashfa Fikriyah, MEL.

NIP. 19750419 200003 2 002

Nuril Hidayati, M. Hum.

NIP. 19800131 200312 2 003

NOTA KONSULTAN

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kediri, 09 Oktober 2015

Kepada
Yth. Bapak Drs. Nur Chamid, MM
Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel 07 Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui permintaan Bapak Ketua untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa di bawah ini:

Nama : Siti Mafida
NIM : 9313. 083. 11
Judul : PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM
MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-1).

Demikian mohon dimaklumi dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Ashfa Fikriyah, MEI.

NIP. 19750419 200003 2 002

Nuril Hidayati, M. Hum.

NIP. 19800131 200312 2 003

**PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM
MEINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

(Studi kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri)

SITI MAFIDA
NIM. 9313.083.11

1. Penguji Utama

Sri Anugrah Natalina, SE.MM. (.....)

NIP. 19771225 200901 2 006

2. Penguji I

Ashfa Fikriyah, MEI (.....)

NIP. 19750419 200003 2 002

3. Penguji II

Nuril Hidayati, M. Hum. (.....)

NIP. 19800131 200312 2 003

Kediri, 09 Oktober 2015

Ketua STAIN Kediri

Drs. Nur Chamid, MM

NIP. 19680714 199703 1 002

MOTTO

“Dari Abdullah bin Amr RA, bahwasannya Rasulullah SAW. bersabda: Dunia adalah perhiasan, dan sebaik-baik perhiasan adalah wanita shalihah.” (HR. Muslim).

Halaman Persembahan

Alhamdulillah Robbil'alamiin....

Puji Syukur kehadiratMu ya Alloh, yang senantiasa memberikan nikmat, kemudahan, serta kekuatan dalam setiap langkahku. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Baginda Rosululloh SAW Yang telah memberikan syafaatnya kepada kita semua.

Skripsi ini ananda persembahkan kepada :

Kedua orang tuaku, Terimakasih atas semangat yang selalu kalian berikan hingga pada akhirnya aku dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Alloh senantiasa melimpahkan kesehatan dan kebahagiaan kepada keduanya, memberikan ampunan atas dosa-dosanya dan menjadikannya sebagai ahli surga.. Allohumma Aamiin.

Sahabatku Cassava (te Wardah, Retno, Indra, Yeni, Anisa), yang tersayang Khamim (Say), Maulana (Mbak na), Mas Yus, Pak Wal, dan seluruh keluarga EKSCHU yang telah memberikan warna dalam proses perjuangan menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih, semoga kesuksesan dan keberuntungan selalu berpihak kepada kita. Aamiin.

Teman-teman Hotel Suryadi, Synda, Vivien, Defi, Zulfa, Shofi, Nisa', Putri, Elli, Wanda, Eva, Risa, Meris, Tia, Wulan, Nia, Terimakasih.. Tangis dan tawa bersama kalian akan menjadi kenangan yang ku rindukan suatu saat kelak..

Dan Almamaterku tercinta "STAIN Kediri".

ABSTRAK

SITI MAFIDA, Dosen Pembimbing Ashfa Fikriyah, M.EI. dan Nuril Hidayati, M.Hum.: Penerapan Strategi Diferensiasi Produk Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri), Prodi Ekonomi Syari'ah, Jurusan Syari'ah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, 2015.

Kata Kunci : Diferensiasi Produk, Keputusan Pembelian.

Diferensiasi produk adalah perbedaan suatu produk dengan produk-produk yang telah beredar dengan maksud untuk menarik minat konsumen agar lebih memilih produk dari suatu perusahaan dibanding produk sejenis yang diciptakan oleh perusahaan lainnya. Dalam menghadapi perkembangan dunia usaha dan tingkat persaingan yang semakin tajam, maka strategi diferensiasi produk menjadi penting bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi diferensiasi produk di rumah busana muslim Zoya dan bagaimana peran strategi diferensiasi produk tersebut dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Pendekatan dalam model penelitian ini adalah pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian yang digunakan yaitu studi kasus. Dalam memperoleh data, penulis menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sumber data primer diperoleh dari wawancara kepada Chief Operation (CO), karyawan, serta konsumen Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi data pembelian konsumen Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1. Rumah busana muslim Zoya menerapkan diferensiasi produknya dengan cara, menciptakan bentuk produk yang beragam, memberikan rancangan yang menarik, produk yang *up to date*, kualitas yang baik, serta memiliki ciri khas tersendiri. 2. Penerapan diferensiasi produk dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen di rumah busana muslim Zoya sudah baik, dapat dilihat dari antusias konsumen terhadap gaya produk yang *up to date*, kualitas produk, serta ciri khas yang dimiliki oleh produk Zoya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadirat Alloh SWT, karena dengan rahmat serta karuniaNya, skripsi yang berjudul “PENERAPAN STRATEGI DIFERENSIASI PRODUK DALAM MEINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi kasus di Rumah Busana Muslim Zoya Cabang Kediri)” ini dapat terselesaikan dengan baik dan bisa digunakan sebagai persyaratan akhir dalam menempuh gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI) STAIN Kediri.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis menemui beberapa hambatan. Hal tersebut disebabkan terbatasnya kemampuan penulis, yang kemudian menuntut penulis untuk berusaha menambah wawasan keilmuan yang lebih luas dari berbagai pihak dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang banyak membantu dan berjasa dalam menyelesaikan skripsi ini dan sekaligus telah mendidik dan secara ikhlas membagikan ilmunya kepada penulis selama menempuh studi. Penghargaan dan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Drs. Nur Chamid MM. selaku Ketua STAIN Kediri dan seluruh Dosen beserta staf Program Studi Ekonomi Syari’ah STAIN Kediri, atas segala kebijaksanaan, perhatian, dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi.
2. Bapak Imam Anas Muslih, M.HI., dan Bapak Ahmad Syakur, Lc. M.EI., selaku Ketua Jurusan STAIN Kediri dan Ketua Prodi Ekonomi Syariah.

3. Ibu Ashfa Fikriyah, MEI. dan ibu Nuril Hidayati, M.Hum. selaku dosen pembimbing yang telah banyak menyempatkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan arahan, dan motivasi dalam proses penyelesaian skripsi ini.
4. Lifiya Sandra selaku Chief Operation (CO), karyawan, dan konsumen Zoya Kediri selaku responden, yang mau bekerja sama dalam membantu kelancaran penyusunan skripsi ini.
5. Kedua orang tua, keluarga, sahabat, dan teman-teman yang telah banyak memberikan doa restu, semangat, dan kritiksa demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, kepada semua pihak tersebut di atas, penulis hanya bisa mendoakan semoga kebaikan mereka semua diterima dan diberikan balasan kebaikan yang setimpal oleh Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa didalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca sekalian sangat penulis harapkan. Maka dari itu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat yang berarti dan bukan sekedar bentuk memenuhi syarat dalam menempuh gelar kesarjanaan semata.

Kediri, 09 Oktober 2015

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Penelitian Terdahulu	8
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Konsep Umum Pemasaran dan Pengelolaan Produk	10
1. Pengertian Pemasaran	10
2. Bauran Pemasaran	11
3. Diferensiasi Produk	14
B. Perilaku Konsumen dalam Pembelian.....	24
1. Pengertian Perilaku konsumen	24
2. Konsep Kebutuhan	25

3. Pola Perilaku Konsumen Dalam Berkonsumsi.....	25
4. Keputusan Pembelian	27
C. Konsep Pemasaran, Perilaku Konsumen, dan Keputusan Pembelian dalam Islam.....	29
1. Pemasaran dalam Islam	29
2. Bauran Pemasaran	30
3. Diferensiasi	34
4. Konsep Kebutuhan	37
5. Perilaku Konsumen dalam Berkonsumsi.....	40
6. Keputusan Pembelian	41
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pembelian.....	43
BAB III : METODE PENELITIAN	
1. Pendekatan dan jenis Penelitian.....	46
2. Lokasi Penelitian	47
3. Sumber Data	47
4. Prosedur Pengumpulan Data.....	48
5. Analisa Data.....	49
6. Pengecekan Keabsahan Temuan.....	50
7. Tahap-Tahap Penelitian	51
BAB IV : PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN	
A. PAPARAN DATA.....	53
1. Gambaran Umum Obyek Penelitian	53
a. Sejarah Singkat Rumah Busana Muslim Zoya Kediri.....	54
b. Logo Zoya.....	54
c. Visi dan Misi Zoya.....	55
d. Struktur Organisasi	56
e. Pendapatan Konsumen Zoya.....	59
f. Sumber Informasi	60
g. Jumlah Pembelian Konsumen.....	61

	2. Strategi Produk Dirumah Busana Muslim Zoya.....	62
	B. Temuan Penelitian	72
BAB V	: PEMBAHASAN	78
	1. Penerapan Diferensiasi Produk di Rumah	
	Busana Muslim Zoya Kediri.....	78
	a. Keragaman Bentuk Produk	78
	b. Rancangan yang menarik.....	81
	c. Produk yang <i>Up To Date</i>	83
	d. Kualitas bahan Yang Baik	84
	e. Ciri khas yang dimiliki	86
	2. Penerapan Strategi Diferensiasi Produk Dalam	
	Meningkatkan Keputusan Pembelian Konsumen.....	88
BAB VI	: PENUTUP	
	A. Kesimpulan	93
	B. Saran	95
	DAFTAR PUSTAKA	97
	LAMPIRAN	
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

TABEL I : Rata-Rata Pendapatan Konsumen	59
TABEL II : Sumber Informasi Konsumen.....	60
TABEL III: Data Pembelian Konsumen	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Pedoman Dokumentasi
Lampiran II : Pedoman Observasi
Lampiran III : Pedoman Wawancara
Lampiran VI : Surat Keterangan Penelitian