

ABSTRAK

Heny Indriani (1720310029). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Strategi Promosi Berbasis Syariah Terhadap Keputusan Pembelian pada Kanaya Cake & Bakery.

Dalam penelitian bertujuan untuk menguji mengenai diferensiasi produk dan strategi promosi berbasis syariah terhadap keputusan pembelian produk roti Kanaya. Diferensiasi produk merupakan salah satu hal yang penting bagi perusahaan karena untuk mengetahui tentang ciri khas serta keunggulan produk yang dimiliki. Sementara strategi promosi berbasis syariah digunakan perusahaan untuk menarik kepercayaan dari konsumen bahwa perusahaan tersebut menggunakan cara promosi yang sesuai dengan syariat Islam yang nantinya akan tercipta keputusan pembelian bagi konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan yang dilakukan pada tempat usaha roti Kanaya. Sampel yang digunakan sebesar 60 responden yang diperoleh dengan menggunakan *nonprobability sampling*. Adapun teknik pengumpulan data menggunakan 3 teknik, yaitu angket, observasi dan wawancara. Sedangkan dalam teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji autokolerasi, uji heterokedastisitas, dan uji normalitas), analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, serta uji F.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Kanaya. Begitu juga dengan variabel promosi berbasis syariah menunjukkan hasil bahwa variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk roti Kanaya.

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Strategi Promosi Berbasis Syariah, dan Keputusan Pembelian