

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMBELI
BEBERAPA PRODUK PT. AHAD NET INTERNASIONAL**

SKRIPSI
Program Studi Manajemen

Nama : Syarip

NIM : 03100-295



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM MEMBELI
BEBERAPA PRODUK PT. AHAD NET INTERNASIONAL**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Pada Program Manajemen S1**

**Nama : Syarip
NIM : 03100-295**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2005**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Syarip
N I M : 03100-295
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : **Analisis Perilaku Konsumen Muslim Dalam
Membeli Beberapa Produk PT. Ahad Net
Internasional**
Tanggal Ujian Skripsi : 12 September 2005

Disahkan oleh :

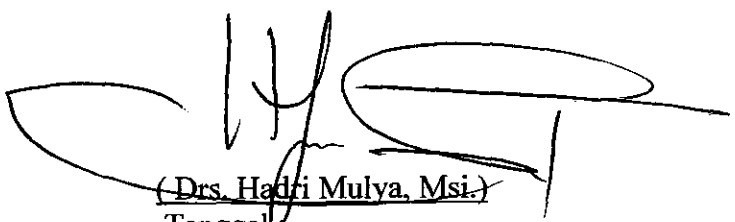
Pembimbing I


(Drs. Wawan Purwanto, SE. MM.)

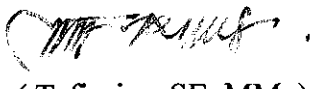
Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen S1


(Drs. Hadri Mulya, Msi.)

Tanggal :


(Tafiprios, SE. MM.)

Tanggal : 17/9/05

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya milik Allah SWT yang telah memberikan kita nikmat-nikmat-Nya yang tiada pernah terukur dan ternilai besarnya. Dan salah satu nikmat tersebut adalah penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ummat manusia dari era kegelapan hingga era penuh dengan cahaya yang menerangi jalan hidup ini. Dan mudah-mudahan dengan era yang penuh dengan teknologi dan kemudahan ini tidak melalaikan kewajiban kita kepada Allah SWT.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang telah memberikan *support* dan do'anya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Mudah-mudahan Allah SWT memberikan kedua orang tuaku keselamatan dunia dan akhirat. Amin
2. Kakak dan adikku yang terus memberikan dukungan baik moril maupun materiil. Semoga Allah SWT melindungi kedua saudaraku.
3. Bapak Drs. Hadri Mulya, Msi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi
4. Bapak Tafiprios, SE, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen S1
5. Bapak Drs. Wawan Purwanto, SE. ME, selaku Pembimbing pertama dalam pembuatan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabatku Angkatan 2000, khususnya Anton, Mursalin, Sopian, Eko Widiyanto, Zaenal, Indra, Yanto, Habibah dan Tri Wahyuni.

7. Sahabat-sahabatku Angkatan 1999, khususnya Tri Wibowo, Ayi, Masayu Mawi, dan Agus Hadiarto
8. Rekan-rekan bisnis di Toko Buku Ukhuwah Islamic Outlet. Terus kembangkan jiwa enteupreneur kita.
9. Team Nasyid As Salam, tetap luruskan niat karena Allah SWT.
10. Keluarga besar UKM Islam Al Faruq yang senantiasa memberikan tausiyah(nasihat) spiritualnya. Da'wah ini akan terus berjalan dengan atau tanpa kita, jadi tetap istiqomah.
11. Keluarga besar Yayasan FOKUS, khususnya Pak Hamdan, Fery, Syarif, Mba Emma, Mba Desi, dan Mba Aminah.
12. Keluarga besar Lembaga Bina Ummah(LBU) yang terus memberikan do'a dan dukungannya.

Dan juga untuk semua pihak dan instansi terkait yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga amal ibadah kita diterima dan selalu diberikan kemudahan dalam setiap aktivitas kita oleh Allah SWT. Amiiien.....

Jakarta, Juli 2005

Penulis.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan masalah	3
C. Pembatasan Masalah	4
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	4
BAB II. LANDASAN TEORI	6
A. Pengertian Pemasaran	6
B. Pengertian Manajemen Pemasaran	9
C. Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Konsumen	11
C.1. Karakteristik Yang Mempengaruhi	
Tingkah Laku Konsumen	11
C.2. Jenis Tingkah Laku Keputusan Dalam Membeli	16
D. Segmentasi Pasar	19

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	26
A. Gambaran Umum	26
1. Lokasi Penelitian	26
2. Sejarah Perusahaan	26
3. Karakteristik Perusahaan	27
4. Visi dan Misi	29
5. Manajemen	30
6. Sumber Daya Manusia	32
7. Operasi dan Jaringan Usaha	33
8. Masa Depan	34
9. Manfaat	35
B. Metode Penelitian	36
C. Sampel Penelitian	36
D. Metode Pengumpulan Data	37
E. Metode Analisis Data	37
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	39
A. Karakteristik Responden	39
B. Analisis Kelompok Kosumen Muslim Dalam	
Membeli Produk Ahad Net	41
1. Kelompok Pekerja Muslim	41
2. Kelompok Ibu Rumah Tangga Muslim	48
3. Kelompok Ibu Majelis Ta'lim	52

4. Keompok Pedagang	60
5. Kelompok Mahasiswa	68
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	78
A. Kesimpulan	78
B. Saran-saran	81
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Karakteristik Responden	39
4.2. Kebutuhan Produk(Pekerja Muslim)	41
4.3. Informasi Produk Ahad Net(Pekerja Muslim)	42
4.4. Produk Alternatif (Pekerja Muslim)	44
4.5. Keputusan Membeli Terhadap Produk Ahad Net(Pekerja Muslim)	46
4.6. Kebutuhan Produk(Ibu Rumah Tangga)	48
4.7. Informasi Produk Ahad Net(Ibu Rumah Tangga)	49
4.8. Produk Alternatif (Ibu Rumah Tangga)	50
4.9. Keputusan Membeli Terhadap Produk Ahad Net(Ibu Rumah Tangga)...	51
4.10. Kebutuhan Produk(Ibu Majlis Ta'lim)	52
4.11. Informasi Produk Ahad Net(Ibu Majlis Ta'lim)	54
4.12. Produk Alternatif (Ibu Majlis Ta'lim)	55
4.13. Keputusan Membeli Terhadap Produk Ahad Net(Ibu Majlis Ta'lim)	58
4.14. Kebutuhan Produk(Pedagang Muslim)	60
4.15. Informasi Produk Ahad Net(Pedagang Muslim)	62
4.16. Produk Alternatif (Pedagang Muslim)	64

4.17. Keputusan Membeli Terhadap Produk Ahad Net(Pedagang Muslim) ...	65
4.18. Kebutuhan Produk(Mahasiswa Muslim)	68
4.19. Informasi Produk Ahad Net(Mahasiswa Muslim)	70
4.20. Produk Alternatif (Mahasiswa Muslim)	72
4.21. Keputusan Membeli Terhadap Produk Ahad Net(Mahasiswa Muslim)	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Konsep-konsep Pemasaran	8
Gambar 2. Segmentasi Pasar.....	21