

ABSTRAK

Helmiyah, 2019. *Strategi Diferensiasi Produk Kedai Cerita Kopi untuk Menarik Minat konsumen*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Dr. H. Fathurrahman Azhari, MHI, (II) Rohana Faridah. SE.,MM.

Kata Kunci: Strategi, Diferensiasi, Produk, Minat Konsumen

Skripsi ini mengangkat permasalahan mengenai strategi diferensiasi produk kedai cerita kopi untuk menarik minat konsumen. Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan fenomena kompetisi bisnis, terutama dalam perindustrian kopi yang menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu bersaing dalam pasar sehingga mampu bertahan dan unggul dalam kancah persaingan, Kedai Cerita Kopi dalam mengunggulkan produknya menggunakan strategi diferensiasi yaitu membedakan produknya dengan produk sejenis yang ada di Kota Banjarmasin untuk menarik minat konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini berlokasi di Jalan Banua Anyar No.88 RT.06 RW.01 kelurahan Banua Anyar Kecamatan Banjarmasin Timur Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Sumber data berasal dari pemilik Kedai Cerita Kopi dan konsumen yang berkunjung ke Kedai Cerita Kopi.

Melalui teknik analisis kualitatif, penelitian ini menghasilkan temuan, bahwa strategi diferensiasi yang digunakan Cerita Kopi adalah seperti selalu berinovasi setiap bulan terhadap menu *latte art*, dan melakukan penggorengan kopi dikedai sendiri. Adapun faktor yang mempengaruhi konsumen berkunjung ke kedai Cerita Kopi meliputi kualitas produk, harga yang murah, dan pelayanan yang baik.