

**PENGARUH *MARKETING MIX* SERTA DIMENSI SYARIAH
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA TOKO
CIRCLE TWO MOSLEM FASHION
MARABAHAN BARITO KUALA**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi Syariah**

**Oleh
SALEHA
NIM. 1201150136**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2016 M/1437 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Saleha
NIM :1201150136
Tempat/Tgl. Lahir : Batola, 25 Maret 1992
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/ makalah dan gpsi/ makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin, Juni 2016

Yang Membuat Pernyataan,

Tanda tangan

A green 6000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the text "STAMP TERAI TEMPEL", the serial number "9E9EADF737138500", and the denomination "6000 RUPIAH".

Saleha

PERSETUJUAN

Skripsi yang berjudul : Pengaruh *Marketing Mix* Serta Dimensi Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko *Circle Two Moslem Fashion* Marabahan Barito Kuala

Ditulis oleh : Saleha

NIM : 1201150136

Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Tahun Akademik : 2015/2016

Tempat dan Tgl. Lahir : Batola, 25 Maret 1992

Jurusan : Ekonomi Syariah

Alamat : Jl. Bawang Putih Rt. 31 No 64 Kel. Kuripan Kec. Banjarmasin Timur

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujuinya untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin.

Banjarmasin, Juni 2016 M

Pembimbing I,



Prof. DR. H. Akh. Fauzi Aseri, MA
NIP. 19551223 198203 1 001

Pembimbing II,



H. Abdul Gafur Lc. MA
NIP. 19810302 200901 1 014

Mengetahui:
Ketua Jurusan/Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Antasari Banjarmasin



H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., M.S.I.
NIP. 19790410 200501 1 010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Marketing Mix* Serta Dimensi Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko *Circle Two Moslem Fashion* Marabahan Barito Kuala”, ditulis oleh Saleha, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 01 Juli 2016

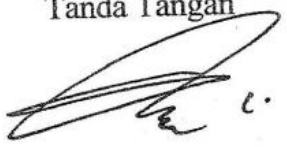
Dan dinyatakan **LULUS** dengan predikat: A (Amat Baik)

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam
IAIN Antasari Banjarmasin



Dr. H. Ahmadi Hasan, M.H.
NIP. 19580406 198703 1 001

Tim penguji :

Nama	Tanda Tangan
1. Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, MA (Ketua)	1. 
2. H. Abdul Gafur, Lc., MA (Anggota)	2. 
3. Hariyanto, SE, MM (Anggota)	3. 
4. Dr. Hayatun Naimah, M. Hum (Anggota)	4. 

ABSTRAK

Saleha. 2016. *Pengaruh Marketing Mix Serta Dimensi Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Circle Two Moslem Fashion Marabahan Barito Kuala*. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Prof. DR. H. Akh. Fauzi Aseri, MA (II) H. Abdul Gafur Lc. MA.

Kata kunci: *Marketing Mix, Dimensi Syariah, Loyalitas Konsumen*

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place, promotion*, serta dimensi syariah sebagai variabel independen, terhadap loyalitas konsumen, sebagai variabel dependen. Dengan rumusan masalah apakah *marketing mix* yang terdiri dari *product, price, place and promotion* serta dimensi syariah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan faktor manakah dari *marketing mix* serta dimensi syariah yang memiliki kontribusi paling besar terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang bersifat kuantitatif, peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko *Circle Two Moslem Fashion Marabahan Barito Kuala*, sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 51 responden. Alat analisis yang digunakan untuk menguji adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *marketing mix* serta dimensi syariah berpengaruh sebesar 85,6% terhadap loyalitas konsumen pada toko *Circle Two Moslem Fashion Marabahan Batola*. Secara simultan (uji f) seluruh dimensi *marketing mix* serta dimensi syariah berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan hasil F_{hitung} adalah 72,476 lebih besar dari nilai F_{tabel} 1,98. Sedangkan secara parsial (uji t) mempunyai beberapa pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen pada toko *Circle Two Moslem Fashion Marabahan Batola*.

Variabel yang memiliki kontribusi paling besar terhadap loyalitas konsumen yaitu: *price* (X_2) dan syariah (X_5). Dimana dimensi *price* (X_2) dapat dilihat dari nilai t_{hitung} sebesar 16,044 sementara t_{tabel} sebesar 1,67303. Dengan kriteria pengujian Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima. Dimana dimensi syariah (X_5) ini dapat dilihat dari t_{hitung} sebesar 2,716 sementara t_{tabel} sebesar 1,67303. Dengan kriteria pengujian Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya hipotesis H_0 ditolak dan H_a diterima.

KATA PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah atas Ridho-Mu Ya Allah
skripsi ini telah selesai, sebuah langkah usai sudah. Namun ini bukan
akhir dari perjalanan melainkan awal dari sebuah perjalanan yang lain.*

*Dengan segala kerendahan hati dan kekurangan yang ada, serta dengan
segenap rasa hormat, kupersembahkan karya yang sangat sederhana ini untuk
orang teristimewa. Orang yang paling banyak menginspirasi dalam hidupku:*

Kedua Orang Tuaku Yang Tercinta,

*‘Abah, Mama terimakasih yang tak terhingga atas restu dan do’a
kalian yang selalu mengingiringi langkahku dalam mencapai tujuan.
Jika bukan karena kalian aku tak kan pernah ada dan bisa sampai di
sini.”*

Saudara Kandungku,

*‘Ka Tausun, ka Jabar, ka Mahyuni, ka Sayuti, dan adik-adikku
yang tersayang:
Miftah, Awwal, dan Annisa.”
“Terimakasih buat semua do’a dan motivasi kalian selama ini.”*

Guru-Guru Dan Dosen Pembimbingku,

*“Terimakasih yang tak terhingga karena telah mengajarkan banyak hal
kepada kami. Membagikan begitu banyak ilmu yang sangat berharga
dan berguna bagi kami kelak.”*

Untuk Sahabat-Sahabat Seperjuanganku:

*Siva, Lia, Nafisah, Nisa, Aida dan anak-anak Ekonomi
Syariah khususnya angkatan ‘12, anak-anak asrama Putra-Putri
Batola, serta Latansa fotocopyan tetap semangat dan terima kasih
karena selalu mewarnai hari-hariku memberi kesan dan kenangan yang
takkan terlupakan, tak ada pertemuan tanpa adanya perpisahan semoga
waktu tak memisahkan persahabatan kita....*

*Semoga Allah senantiasa mencurahkan rahmat, kasih sayang dan
keridhoan-Nya untuk kita semua. A<mīn>rabbal ‘A<lamīn*

MOTTO

Tiada Kesuksesan Tanpa Usaha

***‘Tidak ada keberuntungan yang datang
seketika, segala sesuatu memiliki sebab, panen
tidak terjadi tanpa cocok tanam, sebagaimana
kesuksesan tidak akan ada tanpa usaha’***

Insha Allah.....

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Sesuai dengan Lampiran Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang Pembakuan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	bā	B	Be
ت	tā	T	Te
ث	tsā	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	jīm	J	Je
ح	hā	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	khā	Kh	ka dan ha
د	dāl	D	De
ذ	dzāl	ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	rā	R	Er
ز	zāi	Z	Zet
س	sin	S	Es
ش	syin	Sy	es dan ye
ص	shād	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	dhād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	thā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	zhā'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	... ‘ ...	koma terbalik di atas
غ	gain	G	ge
ف	fā'	F	Ef
ق	qāf	Q	Ki

ك	kāf	K	Ka
ل	lām	L	El
م	mim	M	Em
ن	nūn	N	En
و	wāu	W	We
ه	hā	H	Ha
ء	hamzah	...'	Apostrof
ي	yā	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—◌◌◌ —	Fathah	A	A
—◌◌◌ —	Kasrah	I	I
—◌◌◌ —	Dhammah	U	U

Contoh:

كَتَبَ – kataba
سُئِلَ – suila

يَذْهَبُ – yadzhabu
ذُكِرَ – dzukira

فَعَلَ – fa‘ala

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
◌◌◌...◌◌◌	fathah dan yā	Ai	a dan i
◌◌◌...◌◌◌	fathah dan wāu	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ – kaifa

هَوْلٌ – haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ...َ... يَ...َ...	fathah dan alif atau yā	Ā	a dan garis di atas
يِ...ِ...	kasrah dan yā	Ī	i dan garis di atas
وُ...ُ...	dhammah dan wāu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ – qāla

رَمَى – ramā

قِيلَ – qīla

يَقُولُ – yaqūlu

4. Tā Marbūthah

Transliterasi untuk tā marbūthah ada dua.

1) Tā Marbūthah Hidup

Tā marbūthah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dhammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Tā Marbūthah Mati

Tā marbūthah yang mati atau mendapat harkat sukūn, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya tā marbūthah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al", serta bacaan kedua kata itu terpisah maka tā marbūthah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ – raudhah al-athfāl

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ – al-Madīnah al-Munawwarah

طَلْحَةُ – thalhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا – rabbanā
الْحَجُّ – al-hajju

نَزَّلَ – nazzala
نُعَمَّ – nu‘ima

الْبِرِّ – al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ال . Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ – ar-rajulu
الْقَلَمُ – al-qalamu

السَّيِّدَةُ – as-sayyidatu
الْبَدِيعُ – al-badi‘u

الشَّمْسُ – asy-syamsu
الْجَلَالُ – al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

1) Hamzah di awal:

أَمِرْتُ – umirtu

أَكَلَ – akala

2) Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ ta'khudzūna

تَأْكُلُونَ – ta'kulūna

3) Hamzah di akhir:

شَيْءٌ – syai'un

النَّوْءُ – an-nau'u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara; bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

– Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqin

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ

– Fa aufū al-kaila wa al-mizāna

بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا

– Bismillāhi majrāhā wa mursāhā

وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا

– Wa lillāhi ‘alā an-nāsi hijju al-baiti
manistathā‘a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menulis huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ

– Wa mā **Muhammadun** illā rasūlun.

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا

– Inna awwala baitin wudhi‘a linnāsi
lalladzi bi **Bakkata** mubārakan.

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ

– Syahru **Ramadhāna** al-ladzi unzila fīhi
al-**Qur'ānu**.

وَلَقَدْ رَأَاهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِينِ

– Wa laqad ra‘āhu bil-ufuqil-mubīni.

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ

– Al-hamdu lillāhi rabbil-‘ālamīna.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang hilang, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا

وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

- Nashrum **minallāhi** wa fathun qarīb
- **Lillāhi** al-amru jamī‘an
- **Lillāhil**-amru jamī‘an
- **Wallāhu** bikulli syai‘in ‘alīmun

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين الصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى
آله وصحبه أجمعين. أما بعد.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan taufiq dan hidayah-Nya serta shalawat dan salam semoga tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan para pengikut beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan skripsi yang berjudul: *“Pengaruh Marketing Mix Serta Dimensi Syariah Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Circle Two Moslem Fashion Marabahan Barito Kuala”*.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, terutama kepada yang terhormat:

1. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin.
3. Bapak Prof. DR. H. Akh. Fauzi Aseri, MA dan H. Abdul Gafur Lc. MA selaku pembimbing I dan pembimbing II, yang telah banyak memberikan bimbingan dan petunjuk serta koreksi dalam rangka menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

4. Kepala Perpustakaan IAIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan pelayanan yang baik dalam peminjaman buku-buku yang diperlukan dalam pembuatan skripsi ini. Kepada kepala perpustakaan Syariah IAIN Antasari Banjarmasin yang telah memberikan bantuan dan pelayanan selama penyajian bahan pustaka dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pimpinan, para karyawan toko *Circle Two Moslem Fashion* Marabahan Barito Kuala yang telah memberikan izin untuk memperoleh informasi dan data yang penulis butuhkan dalam pembuatan skripsi ini.
6. Semua responden yang memberikan bantuan berupa data informasi yang penulis perlukan dalam penyusunan skripsi ini.

Skripsi ini dibuat dengan usaha yang semaksimal mungkin oleh penulis, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. *A<mīnya>rabbal ‘A<lamīn.*

Banjarmasin, Juni 2016 M
Sya’ban 1437 H

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
PEDOMAN TRASLITERASI.....	viii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Operasioanal.....	12
F. Kajian Pustaka.....	14
G. Hipotesis Penelitian.....	24
H. Kerangka Pemikiran.....	25
I. Sistematika penulisan.....	26

BAB II	<i>MARKETING MIX</i> , DIMENSI SYARIAH DAN LOYALITAS KONSUMEN	
A.	<i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran).....	29
1.	Pengertian <i>Marketing Mix</i>	29
2.	<i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran) Nabi Muhammad Saw.....	45
B.	Loyalitas Konsumen	50
1.	Pengertian Loyalitas Konsumen.....	50
2.	Karakteristik Loyalitas Konsumen	51
3.	Merancang dan Menciptakan Loyalitas	52
4.	Mempertahan Loyalitas Konsumen	54
BAB III	METODE PENELITIAN	
A.	Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian.....	58
B.	Lokasi Penelitian.....	58
C.	Populasi dan Sampel	59
D.	Data dan Sumber Data	60
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	61
F.	Desain Pengukuran.....	62
G.	Teknik Analisis Data.....	67
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
A.	Data Penelitian	74
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	74
2.	Karakteristik Responden	75

3. Analisis Deskripsi Variabel.....	79
4. Hasil Analisi Data	95
a. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	95
b. Uji Asumsi Klasik	98
c. Analisis Regresi Linier Berganda.....	103
B. Pengujian Hipotesis.....	107
1. Pengujian Hipotesis Secara Parsial.....	108
2. Pengujian Hipotesis Secara Simultan	111
C. Pembahasan	114
 BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	123
B. Saran dan Rekomendasi	124
 DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	131

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Tabel Omset Penjualan	7
2. Tabel Daftar Harga Penjualan.....	8
3. Tabel Alternatif Jawaban	61
4. Tabel Skala <i>Likert</i> Instrumen.....	62
5. Tabel Instrumen Penelitian	64
6. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
7. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	75
8. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	76
9. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	76
10. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	77
11. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja	77
12. Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen	78
13. Tabel Produk Busana Muslim Bervariasi	79
14. Tabel Produk Busana Muslim Bahannya Berkualitas.....	79
15. Tabel Produk Busana Muslim sesuai dengan Kebutuhan.....	80
16. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Product</i>	80
17. Tabel Memberikan Potongan Harga	81
18. Tabel Harga terjangkau.....	81

19. Tabel Harga Sesuai dengan Kualitas Produk.....	82
20. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Promotion</i>	82
21. Tabel Cukup <i>Up Date</i> Mempromosikan di Media Sosial.....	83
22. Tabel Tampilan Nama Toko Menarik.....	83
23. Tabel Promosi Langsung kepada Konsumen.....	84
24. Tabel Memberikan Hadiah Melalui Undian	84
25. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Price</i>	85
26. Tabel Lokasi Toko Strategis	85
27. Tabel Aman dan Tenang	86
28. Tabel Didukung dengan Kerapian	86
29. Tabel Toko Bersih.....	87
30. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Dimensi <i>Place</i>	87
31. Tabel Mengucapkan Salam.....	88
32. Tabel Sesuai dengan Tuntunan Syariah.....	88
33. Tabel Karyawan Memberikan Informasi dengan Jujur.....	89
34. Tabel Berkomunikasi dengan Ramah dan Sopan	89
35. Tabel Ketika Waktu Shalat Tiba Karyawan Istirahat untuk Melaksanakan Shalat.....	90
36. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Dimensi Syariah	90

37. Tabel Pembelian Ulang di Toko Walaupun di Tempat Lain Ada.....	91
38. Tabel Setia Menggunakan Barang dari Toko	91
39. Tabel Merekomendasikan kepada Keluarga, Sahabat, Tetangga dan Orang Lain	92
40. Tabel Membeli Lebih dari Satu Barang.....	92
41. Tabel Puas Terhadap Produk, Harga, Promosi, Lokasi dan Syariah	93
42. Tabel Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Konsumen	93
43. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel <i>Marketing Mix</i>	95
44. Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	96
45. Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Data	97
46. Tabel Hasil Uji Multikolinearitas	98
47. Tabel Hasil Uji Normalitas	100
48. Tabel Hasil Uji Autokorelasi	102
49. Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	103
50. Tabel Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	104
51. Tabel Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial	107
52. Tabel Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan.....	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. Gambar Kerangka Pemikiran.....	26
2. Gambar Desain Penelitian	65
3. Gambar Uji Heteroskedastisitas.....	99
4. Gambar Uji Normalitas.....	100