

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BUTIK BUSANA MUSLIM  
DI KOTA SEMARANG**

**SKRIPSI**

Di Ajukan untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)  
Ilmu Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam



**OLEH :**

**CHOLIFAH**  
**NIM : 062411013**

**FAKULTAS SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2010**

**Ali Murtadlo, M. Ag**  
Perum Bringin Indah Jl. Mahoni D.1V/03  
Ngaliyan - Semarang

**Muchammad Fauzi, SE, MM**  
Jl. Karengrejo Tengah No. IX/I  
Gajah Mungkur - Semarang

---

---

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp. : 4 (eksemplar)  
Hal : Naskah skripsi  
A.n. Cholifah

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah saudara:

Nama : Cholifah  
Nim : 062411013  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Judul : PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BUTIK BUSANA  
MUSLIM DI KOTA SEMARANG

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian harap maklum adanya.

*Wassalamu'alaikum wr.wb*

Pembimbing I

Semarang, Desember 2010  
Pembimbing II

**Ali Murtadlo, M, Ag**  
NIP. 19 710830 199803 1 003

**Muchammad Fauzi, SE, MM**  
NIP. 19730217 200604 1 001

## PENGESAHAN

Skripsi saudara : **Cholifah**  
NIM : **062411013**  
Judul : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP  
LOYALITAS PELANGGAN PADA BUTIK  
BUSANA MUSLIM DI KOTA SEMARANG**

Telah dimunaqasahkan oleh dewan penguji Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup pada tanggal :

28 Desember 2010

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Strata I (S1) dalam ilmu Syari'ah jurusan Ekonomi Islam tahun akademik 2010/2011.

Semarang, 28 Desember 2010

Dewan penguji

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

**Rustam Dahar KAH.M.Ag**  
**NIP. 19690723 199803 1 003**

**Muchammad Fauzi, SE, MM**  
**NIP. 19730217 200604 1 001**

Penguji I,

Penguji II,

**Dra. Nur Huda, M.Ag**  
**NIP.19690830 199403 2 003**

**Rahman El Junusi, SE, MM**  
**NIP. 19691118 20003 1 001**

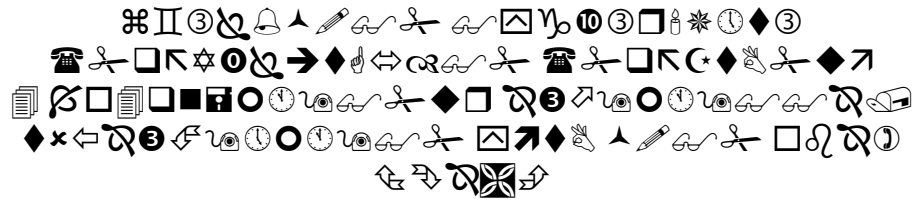
Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Ali Murtadlo, M, Ag**  
**NIP. 19710830 199803 1 003**

**Muchammad Fauzi, SE, MM**  
**NIP. 19730217 200604 1 001**

## MOTTO



Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar (QS Al Baqarah:153).

Dengan ilmu kehidupan menjadi mudah, dengan seni kehidupan menjadi halus, dengan agama hidup menjadi lebih tertata dan bermakna.

## **PERSEMBAHAN**

ALLAH SWT

Atas rahmat dan hidayahnya selama ini kepada hamba

Nabi muhammad SAW, junjunganku yang menjadi penuntut umat di dunia dan di akhirat.

Skrripsi ini ku persembahkan untuk :

Almamaterku tercinta, fakultas syari'ah IAIN Walisongo Semarang

Ayah dan Bunda tercinta yang memberikan dorongan dan semangat serta do'a suci dengan setulus hati.

Kakakku tersayang yang telah memberiku inspirasi untuk tetap melangkah dalam meraih cita dan cinta.

Untuk keluarga besarku yang tak dapat aku sebutkan satu persatu, yang telah memberikan do'a serta semangatnya.

Untuk sahabat-sahabatku niki'mah, ifa, muke, aya', alif, hima, nanak, mb ida, atut, gemek, fia, esa, tizk, dian, ambon, ndayak, panjul, yunus, erna, leli, titi, mb us, ms adi, terimakasih karena kalian telah menjadi sahabatku yang selalu menemani dan membantuku dalam suka maupun duka.

Untuk keluarga besar kos mama mia dan bapak mastur yang telah memberikan dukungan serta semangatnya.

Untuk keluarga besar TASA yang telah memberikan semangat serta do'anya.

**“THANKS FOR EVERYTHING”**

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggungjawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan Rujukan

Semarang, Desember 2010

Deklarator,

**Cholifah**  
**NIM. 062411013**

## ABSTRAK

Dengan bertambahnya butik busana muslim di kota Semarang, menyebabkan persaingan semakin ketat. Untuk itu pemilik butik berusaha untuk mempertahankan pelanggan agar mereka tidak beralih ketempat yanglain. Adapun yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli adalah tersedianya beraneka macam produk, kualitas produk yang baik, lokasi yang strategis, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan. Pengamatan sementara menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, dan promosi, kurang memuaskan. Oleh karena itu dengan adanya fenomena inilah yang mendorong untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang”.

Berdasarkan uraian tersebut maka permasalahan yang timbul adalah adakah pengaruh Bauran Pemasaran (produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh Bauran Pemasaran (produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang.

Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan busana muslim di Kota Semarang. Pengambilan sampel yang berjumlah 100 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, angket, study pustaka. Teknik analisa yang digunakan adalah analisis Regresi Sederhana.

Dari hasil perhitungan secara simultan diperoleh F hitung sebesar (6,023) sedangkan F tabel sebesar (3,938).

Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh antara Bauran Pemasaran (produk, Harga, Lokasi, Promosi) terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Busana Muslim Di Kota Semarang. Besarnya pengaruh tersebut adalah t hitung sebesar (2,454) sedangkan t tabel sebesar (1,661). Dari koefisien Regresi didapat persamaan  $Y=1,295+0,600X$ . Maka, jika ada penambahan 1% pada vareabel Bauran Pemasaran (X) akan menambah nilai Regresi sebesar 60% (0,600).

Berdasar pada penelitian ini diharapkan akan menjadi informasi dan masukan bagi para pemilik Busana Muslim yaitu dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung untuk mengevaluasi dalam menerapkan konsep bauran pemasaran bagi pelanggan ataupun konsumen lain, pemahaman tentang persepsi pelanggan terhadap bentuk penerapan bauran pemasaran yang ditawarkan dan loyalitas yang ditunjukkan memungkinkan pihak manajemen untuk mencari dan menerapkan cara pengelolaan terbaik. Pengetahuan tersebut juga dapat membantu pihak manajemen untuk mengembangkan indikator bauran pemasaran bagaimana yang merupakan bagian terpenting, sementara itu menekan kinerja dan biaya pada indikator-indikator yang kurang menarik bagi pelanggan.

Kata kunci: Bauran Pemasaran (Produk, Harga, Lokasi, Promosi), Loyalitas Pelanggan.

**KATA PENGANTAR**  
*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala taufiq dan hidayah-NYA kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BUTIK BUSANA MUSLIM DI KOTA SEMARANG” dengan baik tanpa kendala yang berarti. shalawat serta salam semoga selalu tercurah ke haribaan nabi besar akhir zaman beliau baginda rasulullah Muhammad saw, beserta keluarga dan para sahabatnya yang senantiasa membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang, dari zaman jahiliyyah menuju zaman yang penuh ilmu dan iman di dada.

Skripsi ini diajukan guna memenuhi tugas dan syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S.1) dalam jurusan ekonomi islam fakultas syari’ah IAIN Walisongo Semarang.

Ucapan terimakasih sedalam-dalamnya penulis sampaikan kepada semua yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dan bantuan dalam bentuk apapun yang sangat besar bagi penulis. Ucapan terimakasih terutama penulis sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. Muhibbin, M.Ag. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang.
2. Dr. Imam Yahya, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Muh. Saifullah, M.Ag, selaku ketua Prodi Ekonomi Islam atas segala bimbingannya.
4. Bapak Rahman El Junusi S.E.,M.M, selaku Sekretaris Jurusan Prodi Ekonomi Islam atas pengarahannya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Ratno Agriyanto, M.Si, yang telah dengan sabar memberikan pengarahan dalam proses proposal hingga menjadi skripsi.
6. Bapak Ali Murtadlo, M.Ag. selaku pembimbing 1 yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.



7. Bapak M Fauzi, S.E. MM. selaku pembimbing II yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat termotivasi untuk sesegera mungkin menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak Arja Imroni, M. Ag. selaku dosen wali yang telah banyak mengarahkan dan membimbing penulis.
9. Segenap bapak dan ibu dosen fakultas syari'ah IAIN Walisongo Semarang yang telah membekali penulis dengan banyak ilmu pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga besar penulis : Ayah, Bunda, Kakak, dan semua keluargaku yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, kalian semua adalah semangat hidup bagi penulis yang telah memberikan do'a agar selalu melangkah dengan optimis.
11. Seluruh keluarga besar T ASA yang telah memberikan semangat dan do'anya kepada penulis.
12. Untuk teman-teman dipaket EIA dan EIB 2006 khususnya EIA yang tak dapat penulis tulis satu persatu, terimakasih karena kalian adalah teman-teman yang paling baik dan jangan pernah putus tali persaudaraan kita.

Ibarat pepatah “ tak ada gading yang tak retak”, penulis menyadari dalam penelitian tugas akhir tak luput dari kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca untuk menyempurnakannya.

Akhir kata semoga Tugas Akhir yang penulis susun dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya.

Semarang, Desember 2010  
Penulis

Cholifah  
NIM.062411013

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN DEKLARASI.....	vi
HALAMAN ABSTRAK.....	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR .....	viii
HALAMAN DAFTAR ISI .....	x
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	xiv
HALAMAN GAMBAR.....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang masalah .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	12
1.3 Tujuan .....	12
1.4 Manfaat penelitian.....	13
1.5 Sistematika penulisan.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kerangka Teori .....	16
2.1.1 Marketing (pemasaran) .....	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Loyalitas .....	30
2.1.4 Pengertian Loyalitas.....	31
2.1.5 Peneliti Terdahulu .....	36
2.1.6 Kerangka Pemikiran Teoritik .....	37
2.2 Hipotesis.....	37

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data .....	38
3.2 Populasi dan Sampel .....	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4 Metode Analisis Data.....	41
3.4.1 Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	41
3.4.2 Normalitas Data .....	44
3.4.3 Uji Asumsi Klasik.....	44
3.4.4 Analisis Data .....	45
3.5 Variabel Penelitian dan Pengukuran .....	48

### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden Dan Karakteristi Responden.	49
4.1.1 Sejarah Singkat Rabbani .....	49
4.1.2 Sejarah Singkat Pand's.....	51
4.1.3 Sejarah Singkat Al-fath.....	52
4.1.4Sejarah Singkat Fatimah Zahra .....	55
4.2.1 Karakteristik Responden.....	56
4.2 Deskripsi data Penelitian.....	61
4.2.2 Loyalitas Pelanggan .....	66
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	67
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.4.1 Uji Multikolinearitas .....	69
4.4.2 Uji Autokorelasi .....	70
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	71
4.4.4 Uji Normalitas.....	72
4.5 Analisis Data.....	74
4.5.1 Koefisien Determinasi .....	74
4.5.2Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan.....	76
4.6 Pembahasan.....	76

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden .....	56
Tabel 4.2 Pekerjaan Responden .....	57
Tabel 4.3 Usia Responden .....	59
Tabel 4.4 Pendidikan Responden .....	60
Tabel 4.5 Hasil Skor Kuesioner Regresi .....	62
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Instrumen .....	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	69
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.9 Uji Autokorelasi .....	70
Tabel 5.0 Uji Pengaruh Model Sumari .....	74
Tabel 5.1 Anova .....	75
Tabel 5.2 Coefisients .....	75

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Omset Penjualan Rabbani .....	6
Gambar 1.2	Omset Penjualan Pand's .....	6
Gambar 1.3	Omset Penjualan Al-Fath .....	8
Gambar 1.4	Omset Penjualan Fatimah Zahra .....	9
Gambar 4.1	Jenis Kelamin .....	57
Gambar 4.2	Pekerjaan Responden .....	58
Gambar 4.3	Usia Responden.....	60
Gambar 4.4	Pendidikan Responden .....	61
Gambar 4.5	Uji Penyimpangan Heteroskedastisitas .....	71
Gambar 4.6	Grafik Histogram .....	72
Gambar 4.7	Normal Probability Plot .....	73

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 : Lampiran angket
- Lampiran 2 : Daftar seluruh jawaban atas angket
- Lampiran 3 : Tanggapan responden terhadap masing-masing item pertanyaan
- Lampiran 4 : Uji validitas dan reliabilitas angket.
- Lampiran 5 : Statistik deskriptif untuk 100 responden pada Butik Busana Muslim
- Lampiran 6 : Output regresi linier sederhana dari 100 responden