

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh *Marketing Mix* Berbasis Syariah Terhadap Loyalitas Pelanggan Syariah Bakery Tulungagung” ini ditulis oleh Nissa Azzillatul Latifah, NIM 126405212133, pembimbing Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, S.E., M.M.

Kata Kunci: *Marketing mix* berbasis syariah, loyalitas pelanggan.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh perkembangan bisnis yang pesat pada saat ini. Perkembangan sebuah bisnis tidak lepas dari adanya peran dari para konsumen di dalamnya, seperti terjadinya loyalitas dari seorang pelanggan. Loyalitas pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya yaitu *marketing mix* seperti yang terjadi pada salah satu bisnis *bakery* di Tulungagung yaitu *syariah bakery*.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) mengetahui pengaruh produk berbasis syariah terhadap loyalitas pelanggan di *syariah bakery* Tulungagung; 2) mengetahui pengaruh harga berbasis syariah terhadap loyalitas pelanggan di *syariah bakery* Tulungagung; 3) mengetahui pengaruh tempat (distribusi) berbasis syariah terhadap loyalitas pelanggan di *syariah bakery* Tulungagung; 4) mengetahui pengaruh promosi berbasis syariah terhadap loyalitas pelanggan di *syariah bakery* Tulungagung; 5) mengetahui pengaruh produk, harga, tempat (distribusi) dan promosi secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di *syariah bakery* Tulungagung.

Jenis penelitian ini adalah asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 275 responden yang berdomisili di Tulungagung. Pengambilan data penelitian ini dilakukan secara online melalui penyebaran angket kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk, harga, tempat (distribusi) dan promosi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Syariah Bakery Tulungagung. Dan secara simultan variabel produk, harga, tempat (distribusi) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Syariah Bakery Tulungagung.

ABSTRACT

The thesis entitled "The Influence of Sharia-Based Marketing Mix on "Sharia Bakery Tulungagung Customer Loyalty" was written by Nissa Azzillatul Latifah, NIM 126405212133, supervisor Prof. Dr. Agus Eko Sujianto, SE,MM.

Keywords: Sharia marketing mix, customer loyalty.

This research is motivated by the rapid development of business at this time. The development of a business cannot be separated from the role of consumers in it, such as the occurrence of loyalty from a customer. Customer loyalty can be influenced by several things, one of which is the marketing mix as happened in one of the bakery businesses in Tulungagung, namely the sharia bakery.

The purpose of this research is 1) knowing the influence of sharia-based products on loyalty customers at Syariah Bakery Tulungagung; 2) knowing the influence of price based on sharia towards customer loyalty at Syariah Bakery Tulungagung; 3) to know the influence of sharia-based places (distribution) on loyalty customers at Syariah Bakery Tulungagung; 4) knowing the influence of promotions sharia-based on customer loyalty at Syariah Bakery Tulungagung; 5) knowing the influence of product, price, place (distribution) and promotion simultaneously on customer loyalty at Syariah Bakery Tulungagung.

This type of research is associative with a quantitative approach. Technique sampling using accidental sampling. The number of samples that taken in this study amounted to 275 respondents from Syariah Bakery who domiciled in Tulungagung. The data collection for this research was carried out online through the distribution of questionnaires and then analyzed using validity tests, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression test, hypothesis test and validity test coefficient of determination.

The results of the hypothesis testing show that partially the product variable, price, place (distribution) and promotion have a significant positive effect on customer satisfaction at Syariah Bakery Tulungagung. And simultaneously product, price, place (distribution) variables influence loyalty customers of Syariah Bakery Tulungagung.

الملخص

تم كتابة هذه الأطروحة بعنوان "تأثير مزيج التسويق القائم على الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء لمخبز الشريعة في تولونجاجونج" من قبل نيسا أزيلا تول لطيفة، نيم ٤٦٢١ ٣٣١٢١٢٥٠ ، المشرف الأستاذ الدكتور. دكتور. أغوس إيكو سوجيانتو، الماجاست. بكالوريوس.

الكلمات المفتاحية: مزيج التسويق المبني على الشريعة الإسلامية، ولاء العملاء

تم إجراء هذا البحث بسبب التطورات السريعة التي تشهدها الأعمال في الوقت الحاضر. لا يمكن فصل تطور الأعمال التجارية عن دور المستهلكين فيها، مثل ولاء العملاء. ولاء العملاء هي حالة تنشأ نتيجة لردود أفعال العملاء. رد الفعل هو الفرق بين ما يتوقعه العملاء وما يتلقاه العملاء.

أهداف هذه الدراسة هي (١) تحديد تأثير المنتجات القائمة على الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج ؛ (٢) تحديد تأثير الأسعار المتوافقة مع الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج ؛ (٣) تحديد تأثير الأماكن (التوزيع) التي تطبق الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج ؛ (٤) تحديد تأثير العروض الترويجية المبنية على الشريعة الإسلامية على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج ؛ (٥) تحديد تأثير المنتج والسعر والمكان (التوزيع) والترويج في وقت واحد على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج.

هذا النوع من البحث يرتبط بالمنهج الكمي. تم استخدام تقنية أخذ العينات بطريقة عشوائية. بلغ عدد العينات المأخوذة في هذه الدراسة ٥٧٢ من المستجيبين من مخبز الشريعة المقيمين في تولونج أجونج. تم جمع البيانات لهذه الدراسة عبر الإنترنت من خلال توزيع الاستبيانات ومن ثم تحليلها باستخدام اختبارات الصلاحية واختبارات الموثوقية واختبارات الافتراضات الكلاسيكية واختبارات الانحدار الخطي المتعدد واختبارات الفرضيات واختبارات معامل التحديد.

تظهر نتائج اختبار الفرضيات أن متغيرات المنتج والسعر والمكان (التوزيع) والترويج لها تأثير إيجابي كبير على رضا العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج. وفي الوقت نفسه، تؤثر متغيرات المنتج والسعر والمكان (التوزيع) على ولاء العملاء في مخبز الشريعة تولونجاجونج.