

**PENGARUH HARGA PRODUK, PROMOSI, KEMUDAHAN
AKSES, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN TOKO BUSANA MUSLIMAH
(Studi Kasus di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota
Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SITI LIKHA

4121016

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**PENGARUH HARGA PRODUK, PROMOSI, KEMUDAHAN
AKSES, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN TOKO BUSANA MUSLIMAH
(Studi Kasus di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota
Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

SITI LIKHA

4121016

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Likha
NIM : 4121016
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga Produk, Promosi, Kemudahan Akses, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Busana Muslimah (Studi Kasus di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 26 Mei 2025
Yang Menyatakan,



Siti Likha

NOTA PEMBIMBING

Lamp. : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Siti Likha

Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudara/i:

Nama : Siti Likha
NIM : 4121016
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Produk, Promosi, Kemudahan Akses, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Busana Muslimah (Studi Kasus di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan)

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 19 Mei 2025
Pembimbing,



Aditva Agung Nugraha, M.E.
NIP. 199008112019031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id.

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : Siti Likha
NIM : 4121016
Judul Skripsi : Pengaruh Harga Produk, Promosi, Kemudahan Akses,
dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas
Pelanggan Toko Busana Muslimah (Studi Kasus di Toko
Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan)
Dosen Pembimbing : Aditya Agung Nugraha, M.E.

Telah diujikan pada hari kamis tanggal 12 Juni 2025 dan dinyatakan
LULUS serta di terima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Muh. Izza, M.S.I
NIP. 19790726 202321 1 008

Marlina, M.Pd.
NIP. 19820530 200501 2 001

Pekalongan, 26 Juni 2025
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

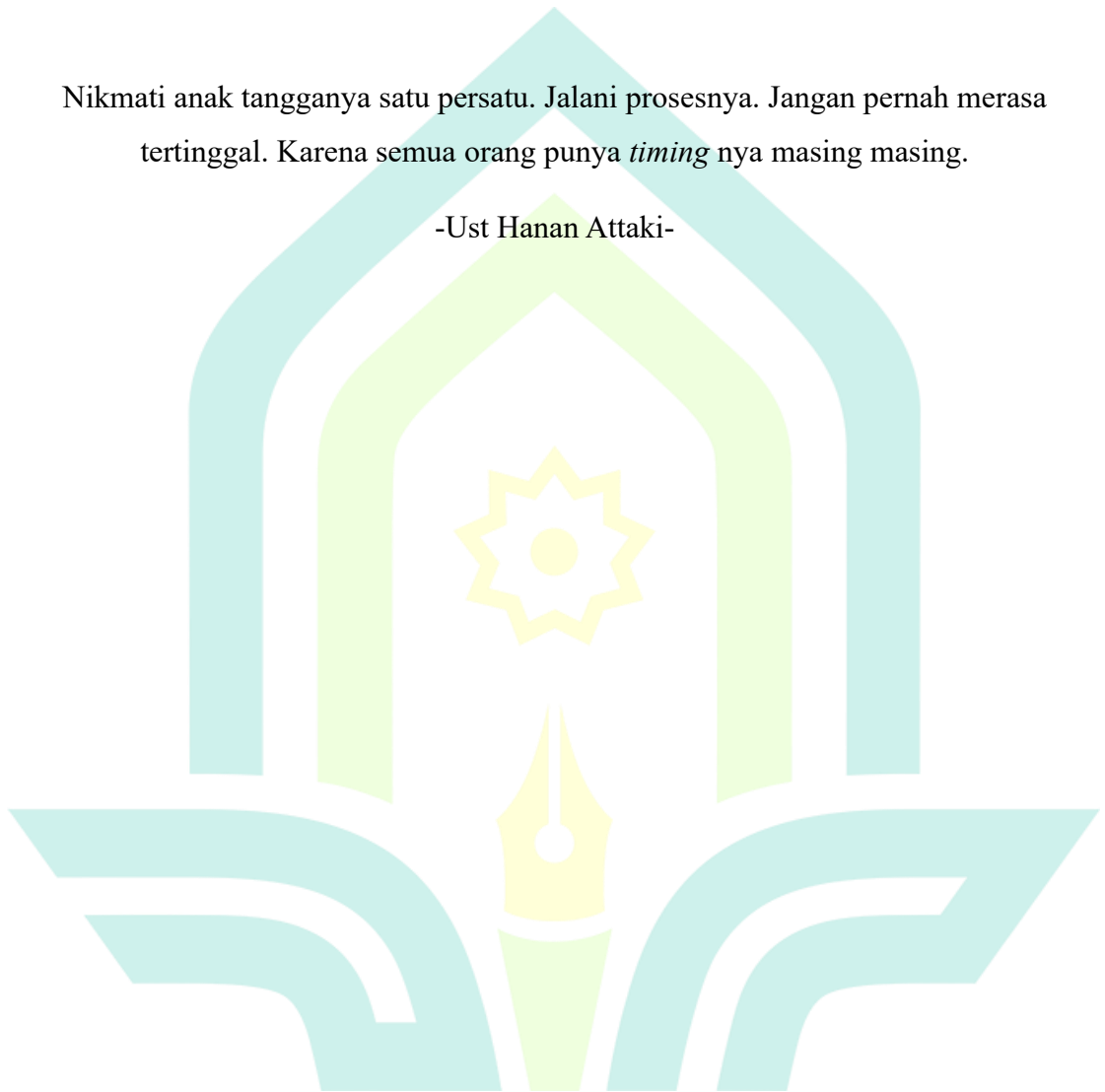
Dr. H. AM. Khalidz Ma'shum, M.Ag
NIP. 19780616 200312 1 003

MOTTO

“Orang lain gak akan bisa paham *struggle* dan masa sulit nya kita yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun gak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini, tetap berjuang ya!!”

Nikmati anak tangganya satu persatu. Jalani prosesnya. Jangan pernah merasa tertinggal. Karena semua orang punya *timing* nya masing masing.

-Ust Hanan Attaki-



PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana S1 di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan Skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Cinta pertama saya, Bapak Nur Yanto. Support system terbaik dan panutan dalam hidup saya. Terima kasih karena selalu berjuang tanpa henti demi mengupayakan yang terbaik untuk kehidupan saya, bahkan rela mengorbankan keringat, tenaga, dan pikiran, tanpa pernah mengeluh, hanya demi memastikan anak-anakmu bisa menggapai mimpi yang lebih tinggi. Walaupun Bapak tidak sempat merasakan bangku perkuliahan, tapi justru dari Bapak saya belajar makna hidup yang sebenarnya tentang ketulusan, kerja keras, dan keikhlasan. Bapak telah mendidik saya dengan caramu sendiri, dengan kasih sayang dan dukungan penuh, hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan studi ini dan meraih gelar sarjana. Semua pencapaian ini tak lepas dari doa dan perjuanganmu. Terima kasih, Pak. Gelar ini juga untukmu. Terima kasih atas semua pengorbanan, cinta, dan doa yang tak pernah putus.
2. Pintu surgaku, belahan jiwaku, Ibuku tersayang yaitu Ibu Thoyibah. Beliau adalah pribadi yang paling kuat yang pernah aku kenal. Terima kasih, Bu, karena selalu menjadi tempat pulang yang paling nyaman. Terima kasih

karena dalam diam Ibu selalu menyelipkan namaku dalam setiap doa, terutama di sepertiga malam, saat semua orang terlelap, Ibu justru memohon kepada Allah agar anakmu ini diberi kelancaran, kekuatan, dan keberkahan. Aku tahu betapa kerasnya Ibu berjuang setiap hari, mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya demi keluarga. Ibu tak pernah mengeluh meskipun lelah menyelimuti. Dari beliau aku belajar arti kerja keras yang sesungguhnya, bagaimana ketulusan dan kesabaran bisa membawa kita melewati segala rintangan. Beliau mengajarkanku untuk selalu tegar dan tidak menyerah, meski keadaan tak selalu mudah. Walaupun kadang Ibu marah, aku tahu itu adalah bentuk perhatian dan cinta yang tak pernah berhenti. Gelar sarjana ini bukan hanya milik saya, tapi juga milik Ibu. Karena tanpa cinta, doa, dan kerja keras beliau yang tak pernah berhenti, saya tidak akan pernah sampai di titik ini. Terima kasih atas semua pengorbanan, cinta, dan doa yang tak pernah putus.

3. Kepada adiku tercinta, Nafis Illiyana Azmi. terima kasih sudah selalu ada, memberi dukungan dan semangat tanpa henti. Kehadiranmu selalu membuat hari-hariku lebih berwarna, dan aku bersyukur bisa berbagi suka dan duka bersamamu.
4. Kepada kakak sepupu, Usrotul Aini dan Mas Nanda. Yang telah berkontribusi memberikan dukungan dan selalu mengajak healing di berbagai kesempatan. Terima kasih atas kebersamaan dan semangat yang tak pernah putus, yang selalu membantu meringankan beban.
5. Kepada keluarga penulis, yang selalu memberi motivasi dan doanya untuk penulis hingga penulis mampu melewati semua permasalahan yang penulis alami selama menyelesaikan studi ini.
6. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
7. Kepada Bapak Aditya Agung Nugraha, M.E., selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala bimbingan, kesabaran, dan perhatian yang Bapak berikan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah percaya dan senantiasa mendorong saya untuk terus berkembang. Dukungan dan

arahan Bapak menjadi salah satu dorongan terbesar hingga saya dapat menyelesaikan studi ini dengan baik.

8. Sahabat penulis di bangku perkuliahan yang selalu kebersamai dari awal perkuliahan sampai akhir, yaitu Ahla Navilatul Maula, Ardia Puspita Dewi, Friza Rifqo Azizah, Jihan Kamelia, Nafisatul Alawiyah, Diva Rosyidatunnuha, dan Nailah Sekar. Terima kasih banyak atas dukungan dan kebaikan kalian yang selalu hadir di hidupku, yang selalu membukakan pintu, entah untuk sekedar rebahan, numpang tidur, curhat, makan bareng, tertawa lepas dan skripsian bareng. Kehadiran kalian membuat masa perkuliahan ini sangat berarti bagi penulis.
9. Sahabat rumah, Dinda Kamila. yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi. Terima kasih atas kebersamaan, semangat, serta bantuannya yang sangat berarti.
10. Teruntuk Uswatun Khasanah, Putri Berliyani, Al Ainatul Ulya, Alivia Widiawati dan Atwa Atina Syafa'ah. Terima kasih atas dukungan, semangat, candaan, dan kebersamaan yang begitu berarti selama proses ini. Meski tak selalu nampak di garis depan, kehadiran kalian di balik layar menjadi bagian penting dari perjalanan penulis.
11. Siti Likha, terima kasih kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, namun terkadang sulit dimengerti isi kepalanya, yaitu diriku sendiri, sang penulis. Terima kasih telah berusaha keras dan tetap bertahan, meyakinkan serta menguatkan diri sendiri bahwa kamu mampu menyelesaikan studi ini sampai tuntas, meskipun jalannya tidak mudah. Berbahagialah, dan rayakan hasil dari perjuanganmu. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan.
12. Terakhir, skripsi ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang selalu bertanya, “Kapan skripsinya selesai?”, “Kapan selesainya?”, dan “Kapan lulus?”. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya karena pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi motivasi dan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK

SITI LIKHA. Pengaruh Harga Produk, Promosi, Kemudahan Akses, dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Busana Muslimah (Studi Kasus di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Toko Nafasa Busana Muslimah di Medono, Kota Pekalongan. Fenomena yang melatarbelakangi penelitian ini adalah menurunnya loyalitas pelanggan yang diduga disebabkan oleh harga produk yang tinggi, promosi yang monoton, keterbatasan akses informasi, serta kepuasan yang belum optimal akibat ketersediaan stok.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode kuesioner dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling, dengan pendekatan purposive sampling. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, harga produk dengan nilai signifikansi 0,002 dan t hitung 3,260, kemudahan akses dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung 5,049, serta kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi 0,005 dan t hitung 2,873, berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sementara itu, promosi tidak berpengaruh signifikan dengan nilai signifikansi 0,670 dan t hitung 0,427. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 96,002 yang lebih besar dari F tabel 2,467 dan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu, faktor-faktor tersebut perlu dikelola secara seimbang untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan di Toko Nafasa.

Kata kunci: Harga Produk, Promosi, Kemudahan Akses, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

SITI LIKHA. The Influence of Product Prices, Promotion, Ease of Access, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty at Muslimah Clothing Stores (Case Study at Toko Nafasa Muslimah Clothing Medono, Pekalongan City).

This study aims to determine the effect of product prices, promotions, ease of access, and customer satisfaction on customer loyalty at the Nafasa Muslimah Clothing Store in Medono, Pekalongan City. The phenomenon behind this research is the decline in customer loyalty which is thought to be caused by high product prices, monotonous promotions, limited access to information, and not optimal satisfaction due to stock availability.

This research is a quantitative research. The data collection method in this study was a questionnaire method using a sample of 100 respondents. The sampling technique used is non-probability sampling, with a purposive sampling approach. This study uses multiple linear regression test data analysis methods with the help of SPSS 25.

The results showed that partially, product prices with a significance value of 0.002 and t count 3.260, ease of access with a significance value of 0.000 and t count 5.049, and customer satisfaction with a significance value of 0.005 and t count 2.873, have a significant effect on customer loyalty. Meanwhile, promotion does not have a significant effect with a significance value of 0.670 and t count 0.427. Simultaneously, the four variables have a significant effect on customer loyalty with a calculated F value of 96.002 which is greater than the F table of 2.467 and a significance of 0.000. Therefore, these factors need to be managed in a balanced manner to maintain and increase customer loyalty at Toko Nafasa.

Keywords: Product Price, Promotion, Ease of Access, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

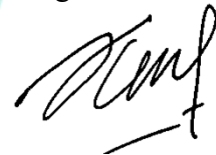
KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Zaenal Mustakim, M.Ag., selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. H. AM. Khafidz Ma'Shum, M.Ag., selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Kuat Ismanto, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Aditya Agung Nugraha, M.E., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Muhammad Aris Safi'i, M.E.I., selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Pihak Toko Nafasa Medono, yang telah banyak membantu dalam memperoleh data yang saya perlukan.
8. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 26 Mei 2025



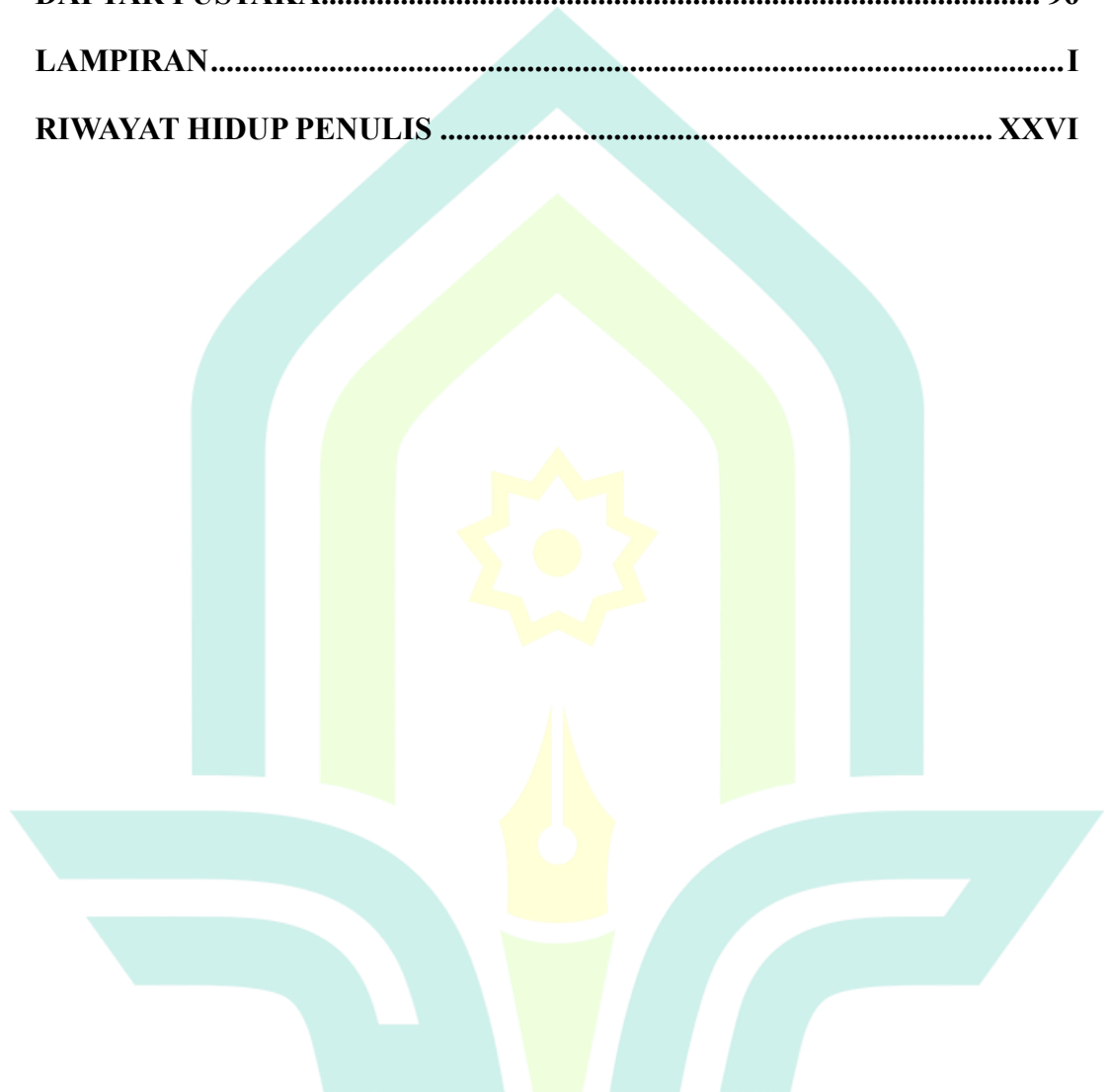
Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xv
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Landasan Teori	12
1. Deskripsi Tujuan dan Manfaat Loyalitas Pelanggan.....	12

2.	Teori Loyalitas Konsumen	14
3.	Hubungan Harga produk dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan	17
4.	Hubungan Kemudahan Akses Terhadap Loyalitas Pelanggan	18
5.	Hubungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan	19
6.	Trend Loyalitas Pelanggan dalam Bisnis Fashion	19
B.	Telaah Pustaka	23
C.	Kerangka Berfikir	28
D.	Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN		36
A.	Jenis Penelitian	36
B.	Pendekatan Penelitian	36
C.	Setting Penelitian	36
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	37
E.	Variabel Penelitian	39
F.	Sumber Data	42
G.	Teknik Pengumpulan Data	43
H.	Metode Analisis Data	43
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN		50
A.	Gambaran Umum	50
B.	Deskripsi Data	53
C.	Analisis Data	69
1.	Uji Instrumen	69
2.	Uji Asumsi Klasik	72
3.	Uji Regresi Linear Berganda	76
4.	Uji Hipotesis	79

D. Pembahasan.....	84
BAB V PENUTUP.....	92
A. Simpulan	92
B. Keterbatasan Penelitian.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN.....	I
RIWAYAT HIDUP PENULIS	XXVI



PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha

ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. 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 harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَـيْ...	Fathah dan ya	ai	a dan u
ـَـوْ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أَ...إِ...	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
إِ...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
وُ...وِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/
al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birru

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “I” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. 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, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana 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:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/ Alhamdu lillāhi rabbi l-`ālamīn
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

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 dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/
Lillāhil-amru jamī`an/

J. Tajwid

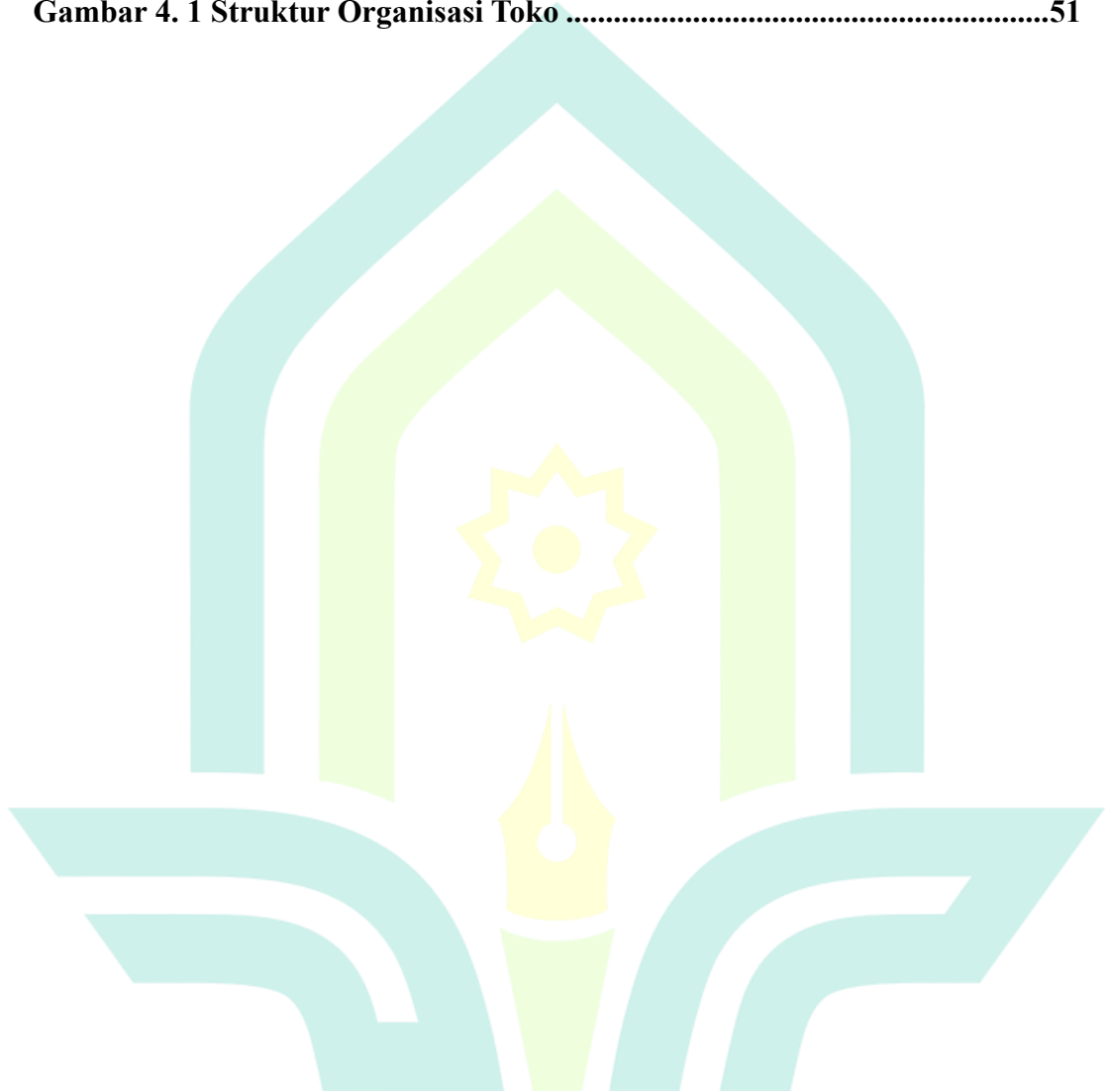
Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Telaah Pustaka	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 4. 1 Domisili	54
Tabel 4. 2 Jumlah Pembelian	55
Tabel 4. 3 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Harga Produk	57
Tabel 4. 4 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Promosi	59
Tabel 4. 5 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Kemudahan Akses	62
Tabel 4. 6 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	64
Tabel 4. 7 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	67
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas Variabel Harga Produk (X1)	69
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2)	70
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan Akses (X3)	70
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (X4)	71
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	71
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reliabilitas	72
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
Tabel 4. 17 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	77
Tabel 4. 18 Hasil Uji t.....	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji F.....	82
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83

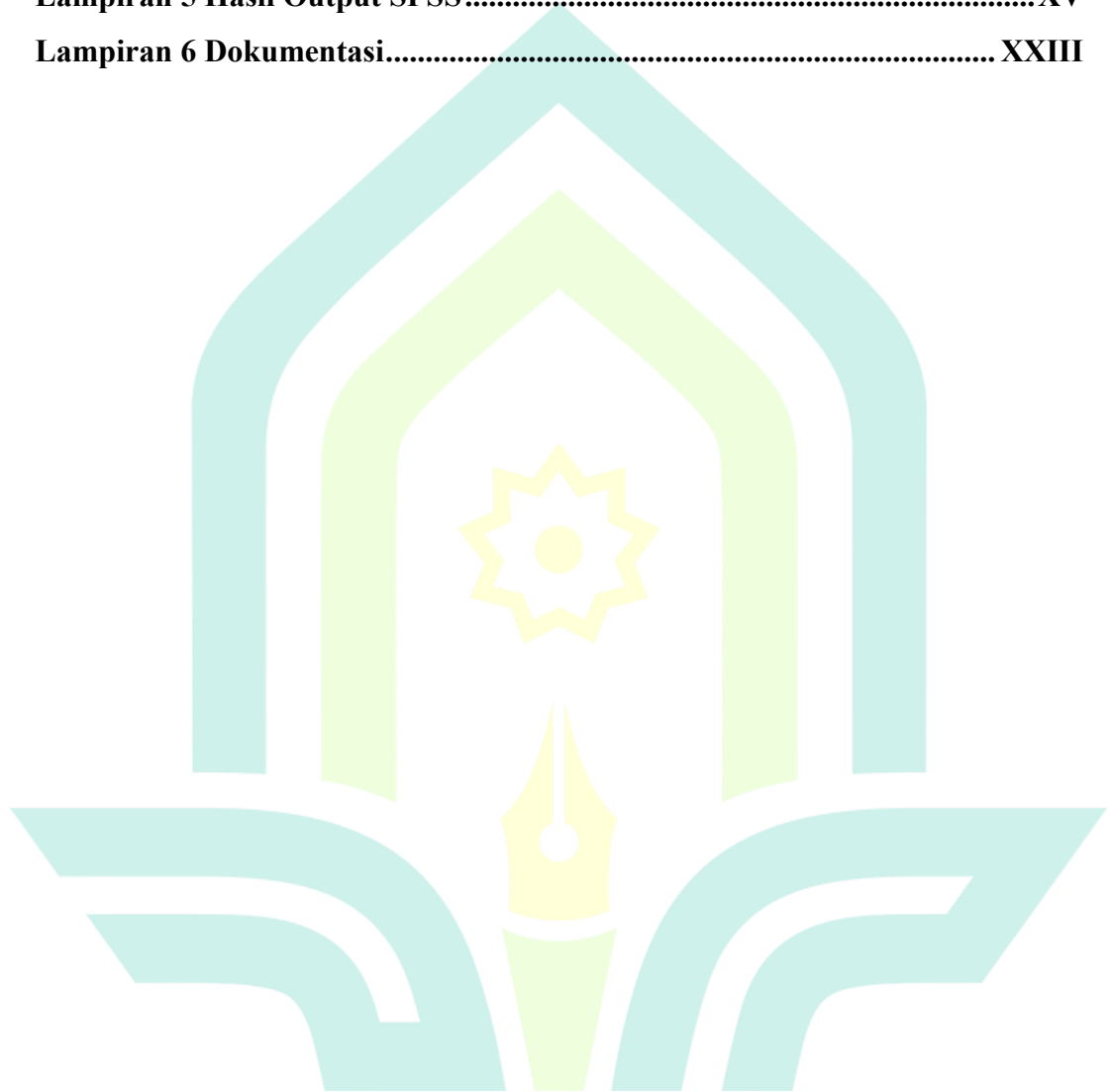
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce dan Toko Fisik	3
Gambar 1. 2 Statistik Keluar Masuk Produk di Toko Selama 1 Tahun	5
Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir	28
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Toko	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas/Program Studi.....	I
Lampiran 2 Surat Penelitian Nafasa	II
Lampiran 3 Kuesioner	III
Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner	VII
Lampiran 5 Hasil Output SPSS	XV
Lampiran 6 Dokumentasi.....	XXIII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada industri busana muslimah di Indonesia, mempertahankan loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberlangsungan bisnis toko. Ketika pelanggan merasa bahwa produk yang ditawarkan memenuhi ekspektasi dari segi harga, promosi, kemudahan akses dan kepuasan pelanggan, mereka akan lebih cenderung untuk kembali dan melakukan pembelian berulang kali. Dengan kata lain, loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai kecenderungan untuk terus-menerus membeli dari toko yang sama. Dengan demikian, membangun dan mempertahankan loyalitas pelanggan sangat bergantung pada harga produk yang kompetitif, promosi yang efektif, kemudahan akses, serta kepuasan pelanggan (Chairina et al., 2020). Namun, di tengah banyaknya pilihan toko busana muslimah, mempertahankan loyalitas pelanggan menjadi tantangan tersendiri karena pelanggan kini lebih mudah beralih ke kompetitor jika merasa tidak puas.

Loyalitas pelanggan sangat penting dalam meningkatkan penjualan berulang, menghemat biaya pemasaran, dan membangun reputasi positif toko. Pelanggan yang loyal dapat menjadi aset berharga bagi bisnis karena tidak hanya memberikan kontribusi terhadap pendapatan secara konsisten, tetapi juga mendorong promosi dari mulut ke mulut secara sukarela. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan berperan besar dalam membantu toko

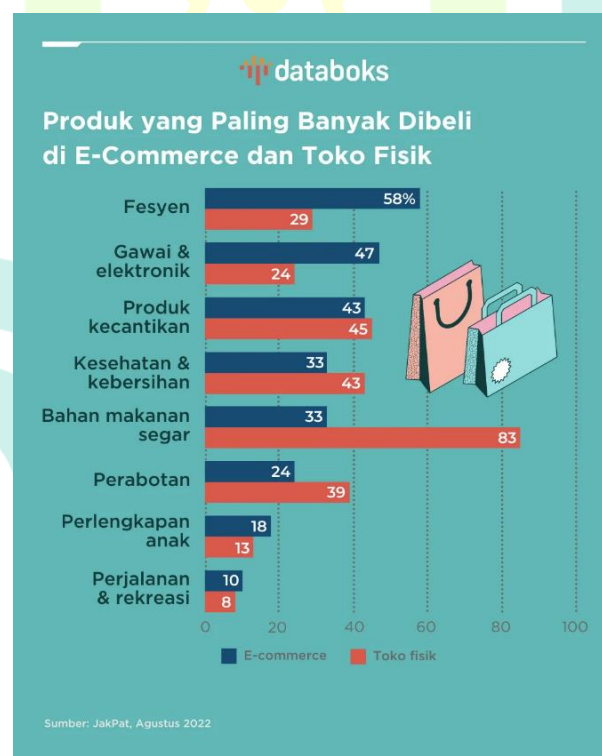
mencapai keberhasilan jangka panjang di tengah persaingan pasar yang ketat (Purba & Amelia, 2024).

Melihat pentingnya loyalitas pelanggan dalam bisnis busana muslimah, maka perlu dipahami terlebih dahulu bagaimana karakteristik industri ini di Indonesia. Busana muslimah merupakan bagian penting dari budaya dan identitas mode di Indonesia saat ini, jumlah penduduk Muslim merupakan yang terbesar di dunia yaitu sekitar 87,08% berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) Indonesia juga memiliki nilai-nilai keagamaan yang kuat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mendorong permintaan terhadap busana muslimah yang terus berkembang. Busana ini mencerminkan nilai-nilai agama, budaya, dan trend lokal.

Selain itu, data terkini menunjukkan adanya perubahan perilaku konsumen dalam hal pembelian produk fesyen, baik secara daring maupun luring. Tren pembelian produk fesyen secara daring menunjukkan angka yang sangat tinggi dibanding kategori lainnya. kategori fesyen menduduki peringkat pertama sebagai produk yang paling banyak dibeli melalui platform e-commerce, yaitu mencapai 58%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbiasa dan nyaman dalam membeli pakaian, termasuk busana muslimah, secara online. Perubahan perilaku konsumen ini mendorong pelaku bisnis fesyen untuk lebih serius dalam membangun loyalitas pelanggan di ranah digital, karena pilihan produk yang begitu banyak memudahkan konsumen untuk berpindah dari satu toko ke toko lain (Ahdiat, 2022).

Sementara itu, dalam konteks toko fisik, produk fesyen berada di peringkat kelima dengan persentase sebesar 29%. Meskipun masih menunjukkan tingkat pembelian yang signifikan, angka tersebut jauh di bawah pembelian bahan makanan segar, produk kecantikan, serta produk kesehatan dan perabotan. Hal ini memperlihatkan bahwa peran toko fisik dalam penjualan busana mulai tergeser oleh e-commerce. Oleh sebab itu, pelaku usaha busana muslimah perlu memperhatikan strategi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, baik secara daring maupun luring. Upaya tersebut mencakup harga yang kompetitif, promosi menarik, kemudahan akses, dan pelayanan yang mampu memenuhi kepuasan pelanggan (Ahdiat, 2022).

Gambar 1. 1 Persentase Produk yang Paling Banyak Dibeli di E-Commerce dan Toko Fisik



Sumber: Katadata

Melihat perkembangan industri busana muslimah serta pergeseran perilaku konsumen dari toko fisik ke e-commerce sebagaimana terlihat pada Gambar 1.1, penting untuk memahami bagaimana loyalitas pelanggan dapat dipertahankan dalam situasi pasar yang kompetitif ini.

Loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau layanan dari penyedia yang sama secara konsisten. Menurut Griffin dalam (Izza Labiba & Moko, 2022), loyalitas pelanggan berkaitan erat dengan perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian berulang. Pelanggan yang loyal cenderung tidak mudah berpindah ke merek lain dan bahkan dapat memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi fokus utama dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana faktor-faktor seperti harga, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan dapat memengaruhinya

Toko Nafasa Busana Muslimah merupakan salah satu toko yang cukup dikenal dalam memenuhi kebutuhan busana muslimah di Kota Pekalongan. Berdasarkan data internal (Nafasa, 2016), toko ini telah memiliki beberapa cabang di lokasi strategis seperti Medono, Keputran, Kedungwuni, Kajen, Batang, Bandar, dan Pemalang. Produk yang ditawarkan sangat beragam, mulai dari atasan, gamis, setelan muslim, hijab, hingga aksesoris dari merek-merek yang dikenal luas di Indonesia. Keberagaman produk dan cakupan wilayah pemasaran yang luas menjadikan Toko Nafasa sebagai tempat yang tepat untuk meneliti loyalitas

pelanggan, terutama di tengah persaingan bisnis busana muslimah yang semakin kompetitif.

Gambar 1. 2 Statistik Keluar Masuk Produk di Toko Selama 1 Tahun



Sumber: Toko Nafasa, Medono Pekalongan (2023)

Berdasarkan grafik tersebut, diketahui bahwa terjadi penurunan pendapatan sebesar 0,5% pada tahun 2023 dibandingkan tahun sebelumnya. Pendapatan tertinggi pada tahun 2022 tercatat pada bulan April, yakni sebesar Rp752.981.500. Namun, pada bulan April 2023, angka tersebut menurun menjadi Rp699.502.822. Penurunan ini diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kenaikan harga produk menjelang Hari Raya Idulfitri yang tidak diimbangi dengan persepsi nilai yang sebanding dari pelanggan. Selain itu, minimnya variasi promosi, terbatasnya informasi mengenai stok produk, serta kesulitan akses terhadap katalog maupun lokasi toko, turut berkontribusi terhadap turunnya minat beli dan kenyamanan berbelanja.

Fakta ini memperkuat relevansi penelitian terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa, khususnya untuk mengetahui sejauh mana

faktor-faktor seperti harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan memengaruhi keputusan pembelian ulang (Nafasa, 2016).

Meskipun Toko Nafasa Busana Muslimah telah dikenal luas di kalangan masyarakat dan memiliki banyak cabang, toko ini menghadapi tantangan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Beberapa kendala nyata di lapangan antara lain adalah harga produk yang relatif tinggi, promosi yang monoton karena hanya mengandalkan diskon, serta keterbatasan dalam akses informasi produk baik secara daring maupun luring. Selain itu, ketersediaan stok yang sering habis turut menurunkan kenyamanan pelanggan saat berbelanja.

Permasalahan-permasalahan tersebut menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan di toko ini masih rentan, meskipun secara umum sudah memiliki reputasi yang baik. Hal ini menjadi indikasi adanya kesenjangan antara harapan pelanggan dan realitas yang mereka alami. Namun, permasalahan tersebut belum banyak diteliti secara mendalam, terutama dalam konteks industri busana muslimah di daerah. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengkaji lebih lanjut pengaruh faktor-faktor seperti harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa.

Oleh karena itu, topik yang diangkat dalam penelitian ini difokuskan pada permasalahan yang berkaitan dengan harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan pada Toko Busana Muslimah.

Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengikutsertakan variabel kemudahan akses, yang belum banyak dibahas dalam penelitian terdahulu terkait loyalitas pelanggan. Selain itu, fokus pada sektor busana muslimah memberikan sudut pandang baru terhadap berbagai faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dalam konteks industri yang berbeda. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memilih judul penelitian yaitu **“PENGARUH HARGA PRODUK, PROMOSI, KEMUDAHAN AKSES, DAN KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN TOKO BUSANA MUSLIMAH (Studi Kasus di Toko Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, permasalahan utama yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah harga produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan?
3. Apakah kemudahan akses berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan?
4. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan?

5. Apakah harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh harga produk terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan.
2. Mengetahui pengaruh promosi terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan.
3. Mengetahui pengaruh kemudahan akses terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan.
4. Mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa Busana Muslimah Medono, Kota Pekalongan.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari apa yang menyebabkan loyalitas pelanggan di industri busana muslimah. Penelitian ini akan berfokus pada hubungan antara harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas

pelanggan. Selain itu, diharapkan bahwa penelitian ini akan memberikan kontribusi teoritis yang signifikan untuk pengembangan ilmu, serta memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana preferensi pelanggan terbentuk ketika mereka memilih busana muslimah.

2. Secara Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat dalam memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas terhadap produk busana muslimah. Melalui pemahaman ini, masyarakat dapat menjadi konsumen yang lebih selektif dan bijak dalam menentukan pilihan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pribadi.

b. Bagi Pelanggan dan Toko Nafasa Busana Muslimah

Penelitian ini bertujuan untuk membantu pelanggan mendapatkan pelayanan dan produk yang lebih sesuai dengan faktor-faktor yang diidentifikasi dalam penelitian, serta memberikan pengalaman berbelanja yang mendukung terbentuknya kesetiaan konsumen terhadap toko busana muslimah. Manfaat yang diperoleh Toko Nafasa Busana Muslimah dari penelitian ini adalah tersedianya dasar untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kesetiaan pelanggan, berdasarkan faktor-faktor yang memengaruhinya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa digunakan jadi sumber informasi untuk diteliti untuk para peneliti lainnya, dimana mereka bisa meneliti beragam aspek baru untuk dipertimbangkan dikemudian hari.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab pertama membahas latar belakang penelitian yang menguraikan permasalahan kesetiaan konsumen di Toko Nafasa serta faktor-faktor yang memengaruhinya, seperti harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, bab ini mencakup pernyataan masalah, maksud penelitian, manfaat penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab kedua membahas beragam teori yang mendukung penelitian, antara lain teori tentang kesetiaan konsumen, pengaruh harga produk, strategi promosi yang efektif, serta pentingnya kemudahan akses dan kepuasan pelanggan sebagai penentu loyalitas. Dan juga, dalam bab ini juga dimuat beragam penelitian terdahulu yang tetap relevan dan hipotesis yang diajukan berdasarkan landasan teori yang ada.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi yang meliputi jenis penelitian, populasi pelanggan Toko Nafasa, teknik *purposive sampling* dengan kriteria sampel (pelanggan wanita 18+ yang melakukan pembelian ulang tiga bulan terakhir), teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linear berganda.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Sajian analisis data dalam bab ini diperoleh dari beberapa responden, termasuk pengujian statistik terhadap dampak dari harga produk dan juga promosi, serta kemudahan akses dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Toko Nafasa. Pembahasan dalam bab ini juga mencocokkan temuan penelitian dengan teori yang telah diuraikan sebelumnya serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini juga menyajikan kesimpulan dari hasil penelitian soal beberapa faktor yang Dimana dapat memengaruhi kesetiaan konsumen di Toko Nafasa. Selain itu, ada keterbatasan penelitian serta saran.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan hal-hal berikut:

1. Harga produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan busana muslimah di Toko Nafasa, Medono, Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,002 ($< 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 3,260 ($> t$ tabel 1,985), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Pengaruh ini muncul karena konsumen cenderung loyal jika harga dirasa sesuai. Namun, jika harga terlalu tinggi tanpa manfaat sepadan, loyalitas bisa menurun. Maka, strategi harga yang lebih kompetitif perlu dipertimbangkan.
2. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan busana muslimah di Toko Nafasa, Medono, Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,670 ($> 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 0,427 ($< t$ tabel 1,985), sehingga H_0 diterima dan H_2 ditolak. Ketidaksignifikanan ini mungkin disebabkan oleh promosi yang monoton dan kurang relevan bagi pelanggan. Meski begitu, promosi tetap penting untuk mendukung strategi pemasaran dan memperkuat faktor lain yang membentuk loyalitas.
3. Kemudahan akses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan busana muslimah di Toko Nafasa, Medono, Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$) dan nilai t hitung

sebesar 5,049 ($> t$ tabel 1,985), sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Pengaruh ini menunjukkan bahwa akses informasi yang mudah membantu pelanggan dalam mengambil keputusan, sehingga meningkatkan loyalitas. Karena itu, Toko Nafasa perlu memperbaiki penyediaan informasi dan memastikan ketersediaan stok.

4. Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan busana muslimah di Toko Nafasa, Medono, Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi sebesar 0,005 ($< 0,05$) dan nilai t hitung sebesar 2,873 ($> t$ tabel 1,985), sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan karena pelanggan yang merasa puas cenderung untuk tetap loyal dan terus melakukan pembelian di masa mendatang.
5. Harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan busana muslimah di Toko Nafasa, Medono, Kota Pekalongan. Hal ini dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 96,002 ($> F$ tabel 2,467) dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($< 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_5 diterima. Secara simultan, keempat variabel tersebut berkontribusi signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, seluruh faktor ini perlu dikelola secara seimbang dan berkelanjutan agar loyalitas pelanggan tetap terjaga.

B. Keterbatasan Penelitian

Beberapa keterbatasan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dalam penelitian ini terletak pada objek dan variabel yang hanya berfokus pada Toko Nafasa Medono sebagai satu-satunya objek studi. Masih banyak usaha fashion muslim lain yang belum diteliti terkait pengaruh harga produk, promosi, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Periode pelaksanaan penelitian terbatas hanya selama 2 bulan, yakni dari Februari hingga Maret 2025. Saat pengambilan data di lapangan, peneliti mengalami kendala dalam menjangkau responden secara langsung. Banyak pelanggan yang langsung meninggalkan toko setelah berbelanja sehingga tidak sempat diminta untuk mengisi kuesioner. Selain itu, ditemukan pula beberapa kuesioner yang diisi secara kurang serius, seperti memberikan jawaban dengan pola yang sama atau tidak membaca pertanyaan dengan cermat, yang dapat memengaruhi validitas data yang diperoleh.

Berdasarkan batasan-batasan dalam penelitian ini, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Toko Nafasa Medono
 - a. Meningkatkan kualitas strategi pemasaran, antara lain dengan menyediakan informasi produk yang lebih lengkap dan up-to-date melalui media sosial dan platform digital, memperluas saluran akses

pelanggan seperti layanan pemesanan online dan respons cepat di chat pelanggan, menjaga ketersediaan stok agar tidak terjadi kekosongan barang, serta mengembangkan promosi yang lebih kreatif seperti program loyalitas, pemberian voucher, dan bundling produk.

- b. Menjaga konsistensi penetapan harga produk agar tetap sebanding dengan manfaat yang diterima pelanggan, serta melakukan evaluasi harga secara berkala untuk tetap kompetitif dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Memberikan gambaran penelitian yang lebih lengkap dan menemukan faktor-faktor lain yang berpotensi lebih dominan terhadap loyalitas pelanggan, disarankan agar penelitian selanjutnya menambahkan variabel independen lain dalam mengkaji loyalitas pelanggan busana muslimah seperti kepercayaan pelanggan, kualitas pelayanan, atau citra merek.
- b. Memperpanjang periode penelitian agar data yang diperoleh dapat mencerminkan kondisi yang lebih stabil, akurat, dan representatif terhadap perilaku pelanggan dalam jangka waktu yang lebih panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, M. (2019). Pengaruh Motivasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Packing Produk Minuman PT. Singa Mas Pandaan. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 104. <https://doi.org/10.47201/jamin.v1i2.11>
- Ahdiat, A. (2022). *Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja Fashion*. Katadata. Banyak Konsumen Lebih Pilih E-Commerce untuk Belanja Fashion
- Ainiyatul Mukarromah, Iswati Iswati, & Emilia Pranata. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tanjung Decoration. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi, Dan Perpajakan*, 1(3), 258–272. <https://doi.org/10.61132/jeap.v1i3.332>
- Althazia, D., & Aziz, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk You Transmart Padang. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(2), 601–615. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i2.199>
- Amelia, D., Simatupang, N., Sinuraya, B. J., Ekonomi, F., & Prima, U. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Jne Cabang Medan. *Jurnal Manajemen*, 7, 11–24.
- Anggraeni, N., & Azhad, M. N. (2024). Analisis Pengaruh Persepsi Harga , Promosi , dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Byintanshop di Kota Jember. *Bussiness and Economics Conference in Utilization of Modern Technolog*, 604–614.
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado the Influence of Brand Image, Promotion and Service Quality on Consumer Purchase Decisions on Tokopedia E-Commerce in Manado. *663 Jurnal EMBA*, 9(2), 663–674.
- Aprilia, Y., & Suprajang, E. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Hotel Sri Rejeki Blitar). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol.4 No.2, 135–146.
- Arianto, N., & Febrian. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT GV. *Jurnal Ekonomi Efektif*, Vol. 4(3), 457–464. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JEE/article/view/20135>
- Azizah, S. N., & Indra, N. (2024). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan di Shopee. *Master Manajemen*, 2(3), 35–46.
- Basuki, & Tami, E. E. (2022). Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 5443–5457.

- Batam, D. I. K., & Nainggolan, N. P. (2018). PENGARUH KEPUASAN, KEPERCAYAAN DAN KEMUDAHAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT GREAT SEASONS TOURS AND TRAVEL DI KOTA BATAM. *JIM UPB*, 6(1).
- Batara Daniel Bagana, dalam G. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pembagian Dividen Pada Perusahaan Perbankan Konvensional yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1038–1055.
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh Program Keluarga Harapan (PKH) Terhadap Penanggulangan Kemiskinan di Kota Metro (Studi Kasus Kecamatan Metro Barat). *Braz Dent J.*, 33(1), 1–12.
- BPS. (2024). *Religion in Indonesia*. <https://samarindakota.bps.go.id/en/statistics-table/1/MzIOIzE=/religion-in-indonesia--2024.html>
- Cahyaningrum, D., Miftanudin, A., Souisa, J., Ekawati, Y., & Badruddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan, Terhadap Loyalitas Pelanggan (Study Pada Toko Pakaian Sinar Mulyo). *JAMEK (JURNAL AKUTANSI MANAJEMEN EKONOMI DAN KEWIRAUSAHAAN)*, 4(2), 64–73.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Chairina, C., Harahap, I., & Nst, Y. S. J. (2020). Analisis Loyalitas Pelanggan Muslim Berbelanja Fashion Pada Pasar Inpres I di Kisaran. *HUMAN FALAH: Jurnal Studi Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(2), 274. <https://doi.org/10.30829/hf.v7i2.7395>
- Danelo, D. J. (2017). *THE FIELD RESEARCHER'S HANDBOOK*. Georgetown University Press.
- Dewi, R. F., Hutapea, R. S., & Irawan, A. (2023). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap LoyalitasPelanggan Fintech. *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 03(02), 189–194.
- Farida, S., & Ismunandar. (2023). Pengaruh Kepuasan dan Persepsi Kualitas Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Toko Yuikaashop Kabupaten Bima. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Ekonomi*, 1(4), 438–451. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.884>
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>

- Firdaus, M. Z., Muttaqien, F., & Robustin, T. P. (2020). Pengaruh Dimensi Marketing Mix terhadap Loyalitas Pelanggan pada Home Industry Saus Ryan Jaya di Kabupaten Lumajang. *Jobman : Journal of Organization and Business Management*, 3(2), 118–122. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Firsti Zakia Indri, & Gerry Hamdani Putra. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Konsentrasi Pasar Terhadap Kualitas Laporan Keuangan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 236–252. <https://doi.org/10.55606/jimek.v2i2.242>
- Ginting, M. C., & Silitonga, I. M. (2019). Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen*, 5(2), 195–204.
- Hendy, H., Robin, R., & Aranggoh, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kesetiaan Pelanggan pada Merek Erigo di Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1191–1203. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.1065>
- Hesti Widyastuti, R. Taufiq Nur Muftiyanto, & Indra Hastuti. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan di Red Chilies Hotel Solo. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 104–113. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.303>
- I Gusti Ayu Imbayani, I Made Surya Prayoga, I. W. A. M. (2024). PENGARUH SELF CONGRUITY, BRAND ENGAGEMENT DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI KEDAI KOPI M.ABOE TALIB DENPASAR TIMUR. *Jurnal Emas*, 5(4), 3–4. <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/17.218-231-1.pdf>
- Isnaini, W. I., & Istiyanto, B. (2023). Analisis Kemudahan Akses, Fitur Aplikasi, dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Penggunaan ShopeePay. *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 1(2), 242.
- Izza Labiba, A., & Moko, W. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen (JMPPK)*, 1(2), 180. <http://dx.doi.org/10.21776/jmppk>.
- Jusdienar, A. L. et. al. (2024). *Buku Ajar Statistik Ekonomi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kresnamurti, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 10(1), 204–225.
- Lae, A. M., Salean, D. Y., Dhae, Y. K. I. D. D., & Kurniawati, M. (2019). Pengaruh Customer Experience Terhadap Customer Loyalty. *Glory: Jurnal Ekonomi &*

Ilmu Sosial, 2(154115377), 1–95.

- Lasalimu, S., Milang, I., & Djalang, Z. J. P. (2022). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pada Toko Irma Jaya Kecamatan Taliabu Utara: The Effect Of Customer Satisfaction On Loyalitas At The Irma Jaya Store Taliabu Utara District. *Jurnal Ilmiah Produktif*, 10(1), 16.
- Lawrance, N. L., Suardana, I. M., & Asdiansyuri, U. (2022). Pengaruh Lokasi, Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi pada Kopi Living Mataram. *Kompeten: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 132–140. <https://doi.org/10.57141/kompeten.v1i3.16>
- Lestari, A. B., Musfiana, Ruaida, & Raihani. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Permasi Textile Gampong Baru Banda Aceh. *JED : Jurnal Economica Didactica*, 3(2), 8.
- Lestari, K., Kota, D., Mamonto, D. L., Machmud, R., & Amali, L. M. (2024). 25101-69463-1-Pb. *Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Kelontong*, 7(1), 317–323.
- Luturmas, J. R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Jasa Salon Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 29–33.
- M, H., Militina, T., & Achmad, G. N. (2020). Effect of Customer Value and Customer Experience on Customer Satisfaction and Loyalty Pt Meratus Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 4(01), 87. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v4i01.909>
- Mahanani, E., & Alam, I. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan D’besto Cabang Darmaga Caringin Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 13. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.550>
- Mashuri, M. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 56–57. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>
- Maulana, M. Y., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Industri Fashion (Studi Kasus Pada Konsumen Di Toko Thrifshop SECONDBARKLEY). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(01), 510–518.
- Maulidio, R., & Dwiastanti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Amstirdam Coffee Di Malang. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(2), 14. <https://doi.org/10.31943/investasi.v4i2.12>
- Munawarah, Broto, B. E., Mulyadi, & Nurjannah. (2024). Pengaruh Lokasi , Harga , Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Pakaian Emas. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(2), 842–851. <https://doi.org/10.54066/jmbe-itb.v1i4.884>

- Nafasa. (2016). *Nafasa Busana Muslimah*. <https://www.instagram.com/nafasa.id/>
- Najmudin, M., Widiyanto, A., Dwiwinarno, T., & Setyanta, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman “Kirimaja” Yogyakarta. *Jurnal Cahaya Mandalika*, 61–70.
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Faktor Emosional , Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 6.
- Nurazizah, & Parhusip, A. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Irian Supermarket Dan Dept Store Medan Marelan). *Jurnal Mahkota Bisnis (Makbis)*, 2(1), 1–16. <https://doi.org/10.59929/mm.v2i1.18>
- Nurhadi. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137. <https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>
- Onsardi, & Putri, U. D. (2021). Dampak Harga, Ulasan Produk, Kemudahan dan Keamanan Terhadap Loyalitas Konsumen Belanja Online di Lazada. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis*, 2(2), 156–163. <https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fjurnal.imsi.or.id%2Findex.php%2Fjmmib%2Farticle%2Fdownload%2F67%2F53&psig=AOvVaw319IRBk6hS1CQXgQK7ZgWH&ust=1711132693471000&source=images&cd=vfe&opi=89978449&ved=0CAUQn5wMahcKEwjQ3rqagIaFAXUAAAAHQAAAAAQBA>
- Pantjaningsih, P. (2023). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT Mandala Sela Ekspres Jakarta. *Jurnal Locus Penelitian Dan Pengabdian*, 2(5), 473–488. <https://doi.org/10.58344/locus.v2i5.1149>
- Paraswati, S., & Riofita, H. (2024). *Diskon sebagai Strategi Pemasaran*. 8(2016), 46457–46461.
- Ph.D. Ummul Aiman, S. P. D. K. A. S. H. M. A. Ciq. M. J. M. P., Suryadin Hasda, M. P. Z. F., M.Kes. Masita, M. P. I. N. T. S. K., & M.Pd. Meilida Eka Sari, M. P. M. K. N. A. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Prihartono, W., Arifin, R., & Wahono, B. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Samantha Fashion. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
- Purba, I. S., & Amelia, O. (2024). MENINGKATKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI. *COMMODITIES*, 5(1).
- Putra, A., & Fietroh, M. N. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Shopee. *Advantage:*

Journal of Management and Business, 1(1), 28–32.
<https://doi.org/10.61971/advantage.v1i1.3>

- Putra, E. Y., Syelen, & Nainggolan, F. (2024). Antecedent Kepuasan Pelanggan Pada Brand Fashion Lokal Dikota Batam. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 21(02), 103–117.
- Putri, R. O., & Rachbini, W. (2025). 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Pengaruh Kemudahan Fitur dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Kalangan Millennials di E-Commerce Shopee 2024 Madani : Jurnal Ilmiah Multidisiplin. 2(11), 1007–1013.
- Riyadi, M. E. Y., & Erdiansyah, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen. In *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan* (Vol. 7, Issue 2, pp. 356–367). <https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i2.23357>
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Ruswanto. (2025). *Wawancara Pemilik Toko Nafasa*. Wawancara.
- Samara, A., & Susanti, M. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi DompotDigital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/view/700>
- Santoso, J. B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 16(01), 127–146. <https://doi.org/10.36406/jam.v16i01.271>
- Sebayang, S. K., & Situmorang, S. H. (2019). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(2), 220–235. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i2.86>
- Sehanguanaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada Di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1–11. <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>
- Septiani, R., & Nurhadi. (2020). Peran Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Pengaruh E-Service Quality,. *Jurnal Fokus*, 10(2), 249–268.
- Septyarani, T. A., & Nurhadi. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 7(2), 220. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v7i2.15877>

- Sinaga, W. A. L., Sumarno, S., & Sari, I. P. (2022). The Application of Multiple Linear Regression Method for Population Estimation Gunung Malela District. *JOMLAI: Journal of Machine Learning and Artificial Intelligence*, 1(1), 55–64. <https://doi.org/10.55123/jomlai.v1i1.143>
- Slamet, R., & Wahyuningsih, S. (2022). Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Ker. *Aliansi : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 17(2), 51–58. <https://doi.org/10.46975/aliansi.v17i2.428>
- Subkhi Mahmasani. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 274–282.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Alfabeta.
- Sulistiyono, F., & Irwansyah. (2024). Pengaruh Bauran Pemasaran 4P Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Mahkota Tiga Puteri Kabupaten Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 13, 141–152. <https://journalmab.ulm.ac.id/index.php/jbp/article/view/29%0Ahttps://journalmab.ulm.ac.id/index.php/jbp/article/download/29/25>
- Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>
- Syafe'i, S. R. dan D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(2), 2193. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Tambunan, I., Rustam, & Alizon, J. (2023). *Pengaruh Trend Muslimah Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau*. 2(2), 488.
- Tamimi, M. R., & Santoso, R. P. (2024). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Besi 99 Jaya Trowulan Mojokerto. *BIMA : Journal of Business and Innovation Management*, 6(2), 242–253. <https://doi.org/10.33752/bima.v6i2.5933>
- Wardiyah, S., Fatimah, F., & Wibowo, Y. G. (2023). PEMANFAATAN MANAJEMEN PEMASARAN SECARA ONLINE MELALUI APLIKASI INSTAGRAM PADA TOKO MADINAH KALISAT. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 21(1), 106–111.