



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN COLLECTION
KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

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

Oleh :

FIRDA YULITA RACHMAN
NIM. 2013213015

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN
DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN COLLECTION
KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

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



Oleh :

FIRDA YULITA RACHMAN
NIM. 2013213015

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : FIRDA YULITA RACHMAN

NIM : 2013213015

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN COLLECTION KOTA PEKALONGAN

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 17 Juni 2020

Yang menyatakan



FIRDA YULITA RACHMAN
NIM. 2013213015



NOTA PEMBIMBING

Dr. AM. M. Hafidz MS., M. Ag.

Perumahan Pisma Griya Blok A No. 5 Denasari Kulon. Batang

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Firda Yulita Rachman

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c/q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : FIRDA YULITA RACHMAN

NIM : 2013213015

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan

dengan ini saya mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pemimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 17 Juni 2020

Pembimbing,

Tanda Tangan Online Tanda Tangan Online
FIRDA YULITA RACHMAN 2013213015
17 JUNI 2020 17 JUNI 2020 17 JUNI 2020
Tanda Tangan Online Tanda Tangan Online
FIRDA YULITA RACHMAN 2013213015
17 JUNI 2020 17 JUNI 2020 17 JUNI 2020

Dr. AM. M. Hafidz MS., M. Ag.

NIP. 197806162003121003





PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

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

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	b	be
	ta	t	te
ث	sa	š	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	je
ح	ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	
	dal	d	ka dan ha
ذ	zal	ž	de
	ra	r	zet (dengan titik di atas)
ر	zai	z	er
	sin	s	set es



ش	syin	sy	es dan ye
ض	sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ظ	dad	ḍ	de (dengan titik di bawah) te (dengan titik dibawah)
ق	ta	ṭ	zet (dengan titik di bawah) koma terbalik (di atas)
ن	za	ẓ	ge
ء	‘ain	‘	ef
ي	gain	g	ki
	fa	f	ka
	qaf	q	el
	kaf	k	em
	lam	l	en
	mim	m	we
	nun	n	ha
	wau	w	apostrof
	ha	h	ya
	hamzah	’	
	ya	y	

2. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a	أَي = ai	آ = ā
إ = i	أَوْ = au	إِي = ī
أ = u		أُو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh :

مرأة جميلة ditulis mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.



Contoh :

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh :

رَبَّنَا ditulis *rabbānā*

الْبِرَّ ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

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

Contoh :

الشمس dibaca *asy-syamsu*

الرجال dibaca *ar-rajulu*

السيدة
dibaca *as-sayyidah*

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

القمر dibaca *al-qamar*

البيدع
dibaca *al-badī'*

الجلال
dibaca *al-jalāl*

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '/'.

Contoh :

أمرت dibaca *umirtu*

شيء
dibaca *syai'un*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Kedua orangtua penulis mama Yuniati dan papah Fajar Rachman jazaakumullaahu khairan atas do'a, usaha, pengorbanan, nasihat, semangat, cinta dan limpahan kasih sayang mamah papah yang tak pernah usai kepada penulis.
2. Kakak iparku M. Iltizam dan kakak perempuanku Fisca Yunita Rachman untuk kebaikan kalian yang begitu luar biasa kepada penulis serta keponakan-keponakanku Aupal, Raffa, Farez, Rafif dan Sheenaz yang selalu membuat penulis tersenyum ketika lelah melanda dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
3. Adikku Ledydes Fatihara, Rendy dan adik iparku M. Ja'far Shodiq yang ikhlas membantu penulis saat keribetan terjadi hihi.
4. Suamiku Ismail Ba'syin jazaakallahu khairan wa barakallahu fiik.
5. Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M. Ag dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu diantara kesibukannya untuk memberikan bimbingan arahan, masukan, dan motivasi kepada penulis selama pembuatan sampai skripsi ini dapat diselesaikan.
6. PWC sahabat tersayang Fera Nova Sari, Himatul Ulia, Ani Anisah, Naila Dina Ikmala, Frilli Rizqila, Riska Mumtaza, Laili Rizqi Amalia, Ika Yulianti Hardiana, Anita Tri Hartanti dan Amalia Fakhrun Nisa yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis.
7. Teman-teman seangkatan Ekonomi Syariah khususnya Ekosy L.





MOTTO

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.”

(Al-Baqarah: 153)

“Sudah sepatutnya bagi seorang alim memiliki amalan rahasia yang tersembunyi, hanya Allah dan dirinya saja yang mengetahuinya. Karena segala sesuatu yang ditampakkan dihadapan manusia akan sedikit sekali manfaatnya diakhirat kelak.”

(Imam Asy Syafi’i rahimahullah)

“Janganlah kamu mengira bahwa dirimu yang membuat kamu beramal kebaikan, tetapi sesungguhnya kamu hanyalah seorang hamba yang sedang Allah cintai, maka jangan sia-siakan cinta ini supaya Allah tidak melupakanmu.”

(Ibnul Qoyyim rahimahullah)

“Allah Rabbul ‘alamin tidaklah menetapkan keculi yang terbaik”



ABSTRAK

Rachman, Firda Yulita. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen Muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan. Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. **Dosen Pembimbing Dr. AM. M. Hafidz MS., M. Ag.**

Industri hijab tergolong kepada industri kreatif dalam bidang fashion. Perkembangan fashion hijab ini menggerakkan seluruh perusahaan atau industri untuk berlomba-lomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk diproduksi, dipamerkan, dan pada akhirnya dipasarkan kepada masyarakat. Hal ini berarti bahwa industri fashion hijab harus menjaga loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling*, dengan metode *Accidental Sampling* dengan 100 responden dihitung menggunakan rumus Rao Purba. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik melalui uji t, uji f, serta uji koefisien determinasi (*Adjusted R Square*).

Berdasarkan hasil uji t mengungkapkan bahwa variabel kualitas produk dengan hasil thitung $>$ ttabel yaitu $2,610 > 1,984$ jadi kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel kualitas pelayanan dengan hasil thitung $>$ ttabel yaitu $5,676 > 1,984$ jadi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen, variabel lokasi dengan hasil thitung $>$ ttabel yaitu $5,740 > 1,984$ jadi lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan hasil uji f di peroleh nilai fhitung $>$ ftabel yaitu $84,946 > 2,70$ artinya kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen. Berdasarkan nilai koefisien determinasi memiliki *Adjusted R Square* 0,718 artinya besarnya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar 71,8% sedangkan sisanya 28,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Loyalitas Konsumen

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik Skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN COLLECTION KOTA PEKALONGAN”**

Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi wa Sallam yang telah membawa risalah Islam, sehingga dengan demikian dapat menjadikan bekal hidup kita baik di dunia maupun di akhirat nanti.

Suatu kebanggaan tersendiri jika suatu tugas dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulis sadar banyak hambatan dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini. Akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar dan tentunya karena beberapa pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan Skripsi ini. Untuk itu penulis sampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak M. Aris Safi'i, M.E.I selaku Ketua Jurusan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN.





4. Bapak Dr. AM. M. Hafidz MS., M.Ag. Selaku Wali Dosen dan Pembimbing.
5. Seluruh Dosen,dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
6. Bapak H. Ali Sodiqin selaku pemilik Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.
7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun secara tidak langsung sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis menyadari bahwa baik dalam penyajian, pemilihan kata-kata, dan pembahasan materi, skripsi ini masih jauh dari sempurna yang disebabkan oleh kekurangan dan keterbatasan dari pengetahuan dan wawasan penulis. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis mengharapkan saran, kritik, dan segala bentuk pengarahannya yang membangun guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis hanya bisa berharap semoga karya kecil ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, yang secara khusus dapat memberikan manfaat kepada penulis, dan dapat memberikan manfaat kepada pembaca pada umumnya.

Pekalongan, 17 Juni 2020

Penulis,

FIRDA YULITA RACHMAN
NIM. 2013213015

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI	iv
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan	8
BAB II KERANGKA TEORI	
A. Landasan Teori	11
1. Perilaku Konsumen	11
a. Pengertian Perilaku Konsumen	12
b. Perilaku Konsumen dalam Prespektif Islam.....	12
c. Faktor-faktor Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	13
2. Loyalitas Konsumen	18
a. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	18
b. Loyalitas Konsumen dalam Prespektif Islam	19
c. Karakteristik Loyalitas Konsumen	22
3. Pengertian Kualitas Produk.....	23
a. Pengertian Kualitas Produk.....	23
b. Indikator Kualitas Produk.....	25
4. Pengertian Kualitas Pelayanan	27
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	27
b. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	28





B. Tinjauan Pustaka	34
C. Kerangka Berpikir	45
D. Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	48
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	48
2. Setting Penelitian	48
3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	49
4. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	50
a. Populasi	51
b. Sampel	53
c. Teknik Pengambilan Sampel	54
5. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data	49
a. Instrumen Penelitian	49
b. Teknik Pengumpulan Data	55
6. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	56
a. Teknik Pengolahan Data	57
b. Metode Analisis Data	57
1) Uji instrumen Penelitian	57
a) Uji validitas	58
b) Uji Reliabilitas	58
2) Uji Asumsi Klasik	59
a) Uji Normalitas	59
b) Uji multikolinearitas	59
c) Uji heteroskedastisitas	60
3) Analisis Regresi Berganda	62
4) Uji Hipotesis	62
a) Uji t (parsial)	62
b) Uji f (simultan)	63
c) Koefisien Determinasi (R ²)	64

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data	65
B. Analisis Data	69
1. Uji Instrumen	69
a. Uji Validitas	69
b. Uji Reliabilitas	72
2. Uji Asumsi Klasik	



a. Uji Normalitas	73
b. Uji Multikolonieritas	75
c. Uji Heteroskedastisitas	76
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	79
4. Uji Hipotesis.....	81
C. Pembahasan	85

BAB V PENUTUP

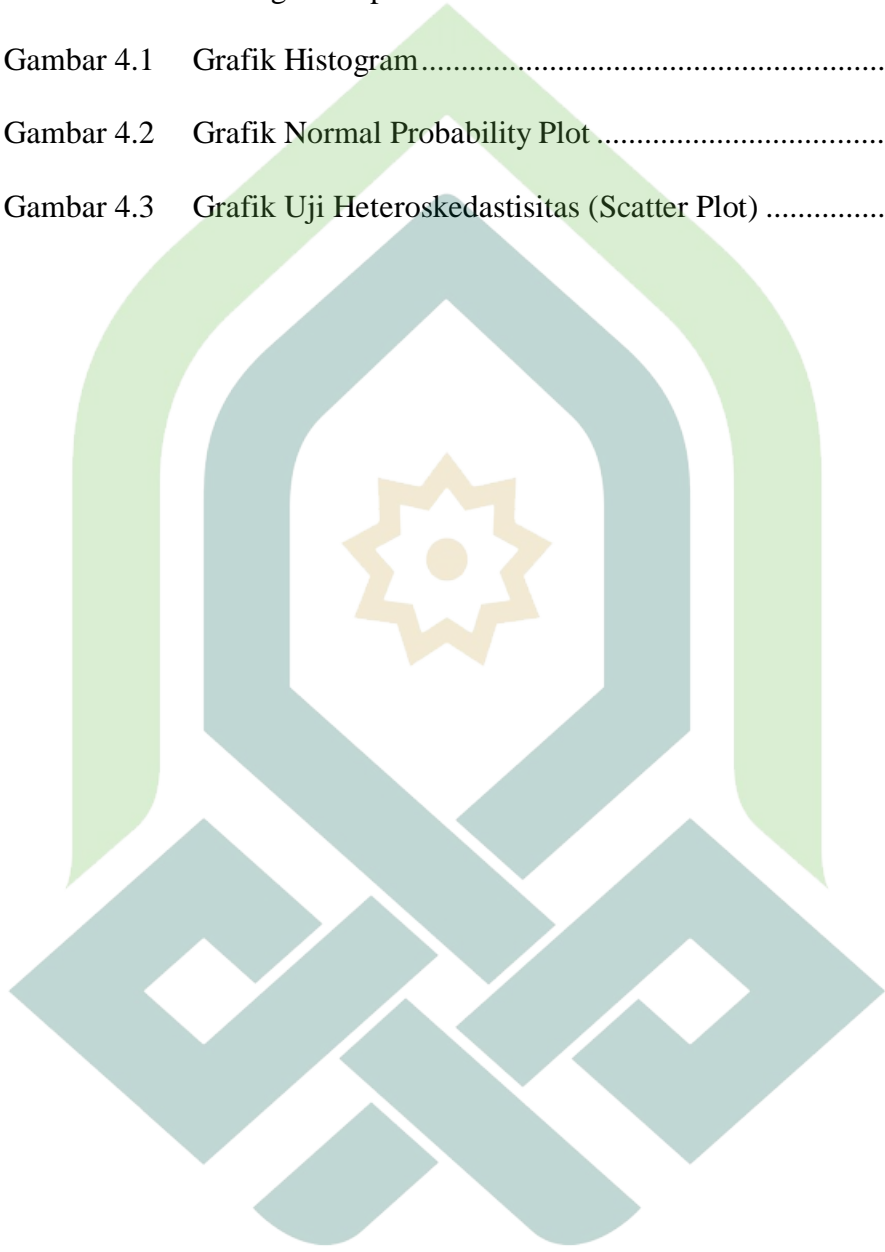
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94

**DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	39
Gambar 4.1	Grafik Histogram.....	68
Gambar 4.2	Grafik Normal Probability Plot	69
Gambar 4.3	Grafik Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)	72



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Penelitian.....	45
Tabel 4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Usia.....	61
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Penghasilan.....	62
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Konsumen.....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	67
Tabel 4.10	Hasi Uji Kolmogorov Smirnov	70
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinearits.....	71
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	73
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4.14	Hasil Uji t (parsial).....	77
Tabel 4.15	Hasil Uji F (simultan)	79
Tabel 4.16	Koefisien Determinasi.....	80



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Mentah Jawaban Responden
- Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Berganda.
- Lampiran 6 Uji Hipotesis
- Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 8 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 9 Dokumentasi
- Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di zaman modern ini perkembangan dunia industri menjadi sangat pesat, salah satunya bisnis dalam bidang *fashion* yang mengalami perkembangan signifikan. Setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Hal ini memicu produsen *fashion* khususnya *fashion* muslim hijab di Indonesia yang sekarang sedang sangat diminati dalam perkembangan serta ketatnya persaingan didalamnya, untuk terus mengembangkan inovasi baru agar perusahaan mampu bersaing.

Industri hijab tergolong kepada industri kreatif dalam bidang *fashion*. Terdapat beberapa alasan mengapa industri ini layak untuk dikembangkan dalam negeri ini. Pertama, mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang ekonomi serta menciptakan iklim bisnis yang positif dalam negeri. Kedua, dapat membangun citra identitas bangsa Indonesia di mata dunia dan kebanyakan berbasis kepada sumber daya yang terbaru. Ketiga, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan kompetitif suatu bangsa dan mampu memberikan dampak positif.¹¹

Perkembangan *fashion* hijab ini menggerakkan seluruh perusahaan atau industri untuk berlomba-lomba menciptakan sesuatu yang baru dan terkini untuk diproduksi, dipamerkan, dan pada akhirnya dipasarkan

¹ Adhianti Laras Pratiwi, “Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Atribut Produk, terhadap keputusan pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan”, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017).

kepada masyarakat. Menciptakan sesuatu yang unik, didukung dengan desain yang menarik untuk mengikuti arah gerak *fashion* setiap tahunnya. Dimana fungsi dari hijab itu sendiri adalah untuk menutup aurat.

Setiap perusahaan dituntut untuk selalu berusaha keras dalam berinovasi terhadap produk maupun jasanya agar mampu bertahan dari persaingan dan mampu menarik perhatian dari calon konsumen akan produk yang ia tawarkan. Namun hal ini yang perlu diperhatikan dalam menjalankan bisnis. Bisnis merupakan kegiatan muamalah, bisnis yang sehat adalah bisnis yang berdasarkan etika, oleh karena itu pelaku bisnis muslim hendaknya memiliki etika bisnis yang kuat, sehingga dapat mengantarkan aktivitas bisnsi yang nyaman dan berkah.

Pada dasarnya semakin banyaknya pilihan produk yang dijual di pasar, maka semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya. Sehingga konsekuensi dari kondisi tersebut adalah konsumen menjadi lebih cermat dan pintar dalam menghadapi setiap produk yang diluncurkan di pasar. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga konsumen akan puas dengan apa yang diberikan produsen.

Kota Pekalongan sejak dulu sudah dikenal sebagai Kota Santri yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam. Sehingga tidak mengherankan jika para kaum wanita muslimah di Kota Pekalongan banyak yang menggunakan hijab. Mulai dari anak-anak, remaja, dewasa, hingga orang tua



yang sudah lanjut usia. Baik itu di lingkungan tempat tinggal mereka, sekolah, kampus maupun tempat mereka bekerja. Hal tersebut bukan lagi merupakan sesuatu yang asing khususnya di Kota Pekalongan.

Di Pekalongan *Trend fashion* hijab ini memberikan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan serta membuka peluang bisnis busana muslim semakin luas. Salah satu toko hijab yang mampu bersaing dalam bisnis serupa adalah Grosir Hijab Najman Collection.

Grosir Hijab Najman Collection beralamatkan di Jl. Sultan Agung no.12 pekalongan merupakan grosir hijab di Kota Pekalongan yang menyediakan dan memasarkan hijab dengan model- model yang bernuansa modern namun tetap syar'i. Grosir Hijab Najman Collection mempunyai komitmen untuk selalu merefleksikan kreatifitas dalam keindahan dan kesantunan dalam berhijab. Grosir Hijab Najman Collection didedikasikan untuk memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhan hijab alternatif baru kepada semua wanita muslimah dengan produk-produk dan gaya penampilan yang menyukai keindahan dan kesantunan. Adapun untuk mengetahui perkembangan Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan berikut ini tersaji tabel jumlah pendapatan dari tahun 2017-2019.

Tabel 1.1
Pendapatan Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan
Periode 2017-2019

Tahun	Jumlah Pendapatan	Jumlah Kenaikan	Prosentase Kenaikan
2017	882.500.000		
2018	951.780.000	69.280.000	7,8%
2019	1.101.225.000	149.475.000	15,7%

Sumber: Pemilik Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan



Tabel tersebut menunjukkan bahwa jumlah pendapatan dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Tercatat dari tahun 2017 sampai tahun 2018 jumlah pendapatan meningkat 7,8% dan pada tahun 2018 sampai tahun 2019 sebesar 15,7%. Hal ini menunjukkan bahwa ditengah banyaknya pilihan produk hijab yang ditawarkan oleh produsen hijab, Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan tetap menjadi pilihan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk hijab di Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.

Sesuatu yang diinginkan oleh konsumen adalah bagaimana cara untuk mendapatkan barang-barang yang dibutuhkan serta menyediakan beraneka ragam produk dengan alternatif pilihan, harga bersaing, pelayanan dan fasilitas yang memuaskan serta suasana berbelanja yang nyaman semuanya terdapat dalam satu toko.

Loyalitas konsumen adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas konsumen secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan konsumen. Sikap konsumen yang loyal akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, seperti konsumen akan melakukan pembelian kembali dan juga akan merekomendasikan kepada teman-temannya.² Faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen untuk membeli produk pada Grosir Hijab Najman Collection adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

²Yafie Erina Zilfia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Meliaradi Bandar Lampung", (Lampung: Universitas Lampung, 2016).



Kualitas produk berarti kinerja, kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Selain kualitas kinerja, kualitas produk juga berarti kualitas kesesuaian, bebas dari kerusakan, serta konsisten dalam memberikan tingkat kinerja yang ditargetkan.^{3 3} Produk yang ditawarkan setiap produsen kepada konsumennya tentu tidak akan sama dan memiliki ciri khas yang berbeda-beda. Perlunya produk yang berkualitas, beragam dan menarik akan memberikan kesan positif bagi tiap konsumen. Hal ini dapat memberi pengaruh terhadap loyalitas konsumen untuk senantiasa membeli produk perusahaan tersebut.

Kualitas pelayanan yang baik akan menaikkan tingkat loyalitas seseorang pelanggan. Seseorang yang loyal juga melihat dari kualitas pelayanan yang diberikan sesuai tidaknya pelayanan yang diberikan oleh pemberi layanan, agar pelanggan tidak kecewa dengan kualitas pelayanan yang diberikan harus jauh lebih baik dari kualitas yang di harapkan oleh pelanggan.^{4 4} Hal tersebut sangat baik untuk keberlangsungan perusahaan karena rasa nyaman yang didapat oleh konsumen saat berbelanja.

Lokasi yang nyaman dan strategis juga mempengaruhi loyalitas konsumen. Grosir Hijab Najman Collection berada di area perbelanjaan sehingga mudah dijangkau. Namun akses menuju Grosir Hijab Najman Collection cukup padat pada jam-jam tertentu, karena banyaknya pedagang yang berjualan di sekitar jalan sehingga antara pengendara

³ Philip Kotler dan Grey Amstron, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga), 2001, hlm. 354.

⁴ Yafie Erina Zilfia, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Meliaradi Bandar Lampung*", (Lampung: Universitas Lampung, 2016).



motor atau mobil dengan pedagang sedikit berdesakan. Walau demikian pengunjung datang silih berganti. Tempat parkir yang tersediapun cukup untuk menampung kendaraan setiap pengunjung yang datang di Grosir Hijab Najman Collection.

Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, penulis memilih Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan sebagai objek penelitian, karena Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan mampu bersaing dengan perusahaan hijab lainnya. Hal ini dibuktikan dengan terus meningkatnya pendapatan Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan setiap tahunnya. Maka penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Muslim Pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan”**.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan?
2. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan?



3. Apakah lokasi memiliki pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Dengan melihat permasalahan yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.
3. Untuk mengetahui lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.
4. Untuk mengetahui kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara simultan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.



D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dua manfaat, yaitu diantaranya

1. Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar ilmu yang bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan dalam bidang bauran pemasaran yang berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan evaluasi serta sebagai bahan pertimbangan dalam memecahkan masalah terkait bauran pemasaran yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi untuk menentukan langkah-langkah yang tepat dalam rangka meningkatkan omset penjualan agar dapat menentukan arah, dan kebijakan strategi yang tepat di masa depan.

- b. Bagi pihak-pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan serta menjadi referensi atau bahan masukan dalam penelitian serupa pada penelitian yang akan datang.



E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan agar mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Penelitian ini dibagi dalam lima pokok bahasan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori penunjang penelitian, tinjauan pustaka, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang pendekatan penelitian, setting penelitian, variabel penelitian, teknik pengambilan sampel, teknik pengumpulan data penelitian, dan teknik analisis data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi data, analisis data, dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $2,610 > 1,984$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,011 < 0,05$, maka H_{a1} diterima H_{01} ditolak. Yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Colleciton Kota Pekalongan.
2. Berdasarkan pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $5,676 > 1,984$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{a2} diterima H_{02} ditolak. Yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Colleciton Kota Pekalongan.
3. Berdasarkan pengujian nilai t_{hitung} dan t_{tabel} yaitu $5,740 > 1,984$ dan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_{a3} diterima H_{03} ditolak. Yang artinya bahwa variabel lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen muslim pada Grosir Hijab Najman Colleciton Kota Pekalongan.
4. Berdasarkan uji F diperoleh nilai F_{hitung} lebih besar dari F tabel $84,946 > 2,70$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka H_{a4}

diterima dan H_{04} ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen muslim di Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.

5. Berdasarkan nilai koefisien determinasi memiliki *Adjusted R Square* sebesar 0,718. Nilai tersebut menunjukkan bahwa 71,8% variasi loyalitas konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi. Sedangkan sisanya 28,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan dari penelitian diatas, maka diajukan saran sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan lokasi secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Maka produsen harus bisa mempertahankan dan mengembangkan produk-produk berinovasi dengan kualitas yang semakin bagus dan awet, serta meningkatkan kualitas pelayanan dengan lebih tanggap atau cepat dalam merespon konsumen, agar konsumen semakin loyal terhadap produk Grosir Hijab Najman Collection Kota Pekalongan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan topik sejenis disarankan untuk dapat mengembangkan penelitian ini

dengan menambah variabel-variabel independen lain seperti harga, promosi dan variabel-variabel lainnya yang disinyalir mempunyai pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sehingga penelitian mengenai loyalitas konsumen dapat lebih berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah Thamrin dan FrancisTantri, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta Cv.
- Anto, Hendrie, 2003. *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*. Yogyakarta: konisia.
- Fauzi, Muchammad. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Walisongo Press.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Hurriyati, Ratih. 2010. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Indriantoro dan Supomo. 2002. *Metode Penelitian Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kasmir, 2014. *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2001. *Prinsi-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.





- Masyhuri dan Zaenudin. 2011 *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Rafika Aditama.
- Nalim, Yusuf dan Salafudin Tarmudi, 2012. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riva'i, Veithzal. 2012 *Islamic Marketing : Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia.
- Setiadi, Nugroho J. 2013. *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siregar, Syofian, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana. Syukron, Amin. 2014. *Pengantar Manajemen Industri*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2014. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Jakarta: BPFE.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Teori, Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.



B. Skripsi

- Adhianti Laras Pratiwi. 2017. *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Atribut Produk, terhadap keputusan pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Fadhilah Nur Widowati. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Konsumen Pengguna Javas Cloth Mojolaban Sukoharjo)*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ferry Anggriawan. 2017. *Pengaruh Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Cafe*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Study pada rumah makan "Soto Angkringan Mas Boed" di Semarang)*. Semarang: Skripsi Ekonomi Manajemen.\
- Ina Mur Diana. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pasa ViolaLadies Boutique di Yogyakarta)*. Yogyakarta: Universitas Sana Dharma.
- Kandida Indah Sola. 2017. *Pengaruh Harga. Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada Factory Outlet Jogja)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma.
- Luluk Rusdiana Wati. 2016. *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di Re Share Rabbani Sidoarjo*. Surabaya : UIN Sunan Ampel.
- Noorohmah. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Pand's Muslim Departement Store Cabang Semarang*. Semarang: UIN Walisongo Semarang.
- Yafie Erina Zilfia. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Meliara di Bandar Lmpung*. Lmpung: Universitas Lmpung.



C. Jurnal

Setiawan Heri, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran: Semarang.

Mega Dezil, dkk. 2016. *Pengaruh Kualitas pelayanan, Promosi Penjualan, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Padang Panjang*. Padang : Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang. Jurnal riset dan bisnis.

Novita Dian Utami. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 4 No. 5.

Rismatu, Rois dan Hufron. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Rumah Makan Super Geprek Dinoyo Malang)*. Fakultas Ekonomi Unisma : Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 7 No. 11.



Lampiran 1 : Lembar Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Hal : Permohonan Pengisian

Kuesioner Yth: Bapak/Ibu, Saudara/i

Responden Di Tempat.

Responden yang terhormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah

ini: Nama : Firda Yulita

Rachman NIM : 2013213015

Prodi : Ekonomi Syariah

Mohon kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan untuk penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN COLLECTION.”** di bawah ini dengan memberikan kami *checklist* (√) pada kolom yang tersedia sesuai dengan keadaan yang bapak/ibu/saudara/i rasakan. Besar harapan saya kiranya jawaban yang bapak/ibu, saudara/i berikan seobyektif mungkin karena sangat membantu keakuratan data dari penelitian ini. Informasi yang bapak/ibu/saudara/i berikan adalah bantuan yang bernilai dalam penyelesaian skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Atas kerja sama kami, saya ucapkan terimakasih.

Pekalongan, 05 Juni 2020

Firda Yulita Rachman
(2013213015)



PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Untuk mempermudah pengisian kuesioner, dapat digunakan petunjuk kuesioner sebagai berikut :

1. Isi dan lengkapilah data responden sebelum mengisi kuesioner.
2. Bacalah dengan teliti masing-masing pertanyaan pada kuesioner.
3. Berilah tandacentang (\surd) pada salah satu kolom pada setiap pernyataan di bawah ini yang paling sesuai dengan persepsi anda dengan pilihan sebagai berikut :
 - a. Sangat Setuju (SS)
 - b. Setuju (S)
 - c. Netral (N)
 - d. Tidak Setuju (TS)
 - e. Sangat Tidak Setuju (STS)

DATA RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a.
 - b.Perempuan
Laki-laki
3. Usia :
 - a. < 20 Tahun
 - b. 20 – 30 Tahun
 - c. >30 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Perguruan Tinggi
 - e. Lain-lain
5. Pendapatan Perbulan :
 - a. < Rp. 1.500.000
 - b. Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000
 - c. > Rp. 3.000.000



Variabel Kualitas Produk (X₁)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Performance (Kinerja Produk)</i>						
1.	Produk yang ditawarkan Grosir Hijab Najman Collection tidak ada yang rusak atau cacat.					
<i>Realibility (Kehandalan Produk)</i>						
2.	Produk Grosir Hijab Najman Collection memiliki jahitan yang rapih.					
<i>Feature (Keistimewaan Produk)</i>						
3.	Produk yang ditawarkan Grosir Hijab Najman Collection memiliki banyak pilihan model, warna dan ukuran					
4.	Produk Grosir Hijab Najman Collection memiliki desain khas yang tidak dimiliki merk lain.					
<i>Durability (Daya Tahan)</i>						
5.	Produk Grosir Hijab Najman Collection merupakan produk yang awet.					
<i>Conformance (Kesesuaian)</i>						
6.	Produk yang tertera di website selalu tersedia di Grosir Hijab Najman Collection.					
7.	Produk yang dibeli sama antara ekspektasi dan realita di tempat.					
<i>Service Ability (Kemampuan Pelayanan)</i>						
8.	Produk Grosir Hijab Najman					



	Collection memberi garansi kerusakan.					
9.	Grosir Hijab Najman Collection melayani pembelian secara online maupun offline.					
<i>Aesthetics (Keindahan Tampilan)</i>						
10.	Grosir Hijab Najman Collection mampu mengkombinasikan warna-warna dengan baik, sehingga desain produk terlihat indah					
11.	Desain yang di tawarkan Grosir Hijab Najman Collection sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.					
<i>Perceived Quality (Kualitas yang dirasakan)</i>						
12.	Produk Grosir Hijab Najman Collection adalah merek yang sudah terkenal.					
13.	Saya merasa percaya diri menggunakan produk Grosir Hijab Najman Collection.					

Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Tangibles (Bukti Langsung)</i>						
1.	Karyawan Grosir Hijab Najman Collection melayani pelanggan dengan tanpa membeda-bedakan.					
2.	Grosir Hijab Najman Collection sebagai tempat usaha sudah memadai.					



<i>Reliability (Kehandalan)</i>						
3.	Karyawan Grosir Hijab Najman Collection cepat tanggap dalam melayani pelanggan.					
4.	Karyawan Grosir Hijab Najman Collection memberikan pelayanan kepada pelanggan hingga tuntas.					
<i>Responsiveness (Daya Tangkap)</i>						
5.	Karyawan Grosir Hijab Najman Collection memberikan informasi produk dengan jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan.					
<i>Assurance (Jaminan)</i>						
6.	Saya merasa aman saat karyawan Grosir Hijab Najman Collection memberikan pelayanan sesuai dengan yang saya harapkan.					
<i>Empaty (Empati)</i>						
7.	Karyawan Grosir Hijab Najman Collection memberi senyuman saat melayani pelanggan.					

Variabel Lokasi (X₃)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Akses</i>						
1.	Lokasi Grosir Hijab Najman Collection sangat strategis.					
<i>Visibilitas</i>						
2.	Lokasi Grosir Hijab Najman Collection dapat dilihat dari tepi					



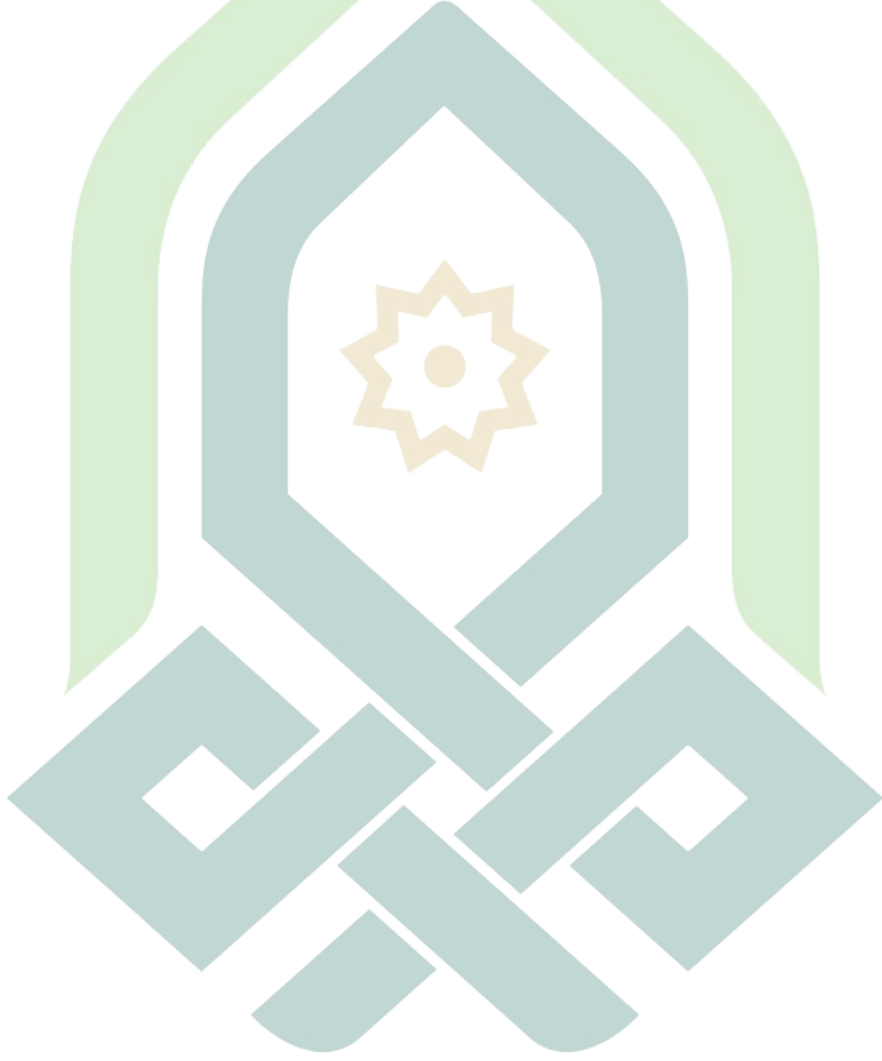
	jalan.					
<i>Lalu Lintas (Traffic)</i>						
3.	Lokasi Grosir Hijab Najman Collection yang mudah dijangkau transportasi umum maupun pribadi.					
<i>Ekspansi</i>						
4.	Kondisi tempat parkir Grosir Hijab Najman Collection yang luas dan aman.					
<i>Lingkungan</i>						
5.	Lingkungan yang aman dan nyaman untuk pelanggan Grosir Hijab Njaman Collection.					

Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<i>Pembelian Ulang</i>						
1.	Saya membeli produk Grosir Hijab Najman Collection lebih dari tiga kali.					
2.	Saya ingin selalu membeli produk Grosir Hijab Najman Collection.					
<i>Rekomendasi</i>						
3.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Grosir Hijab Najman Collection.					
<i>Kelanjutan Hubungan</i>						
4.	Saya akan melakukan pembelian ulang produk Grosir Hijab Najman					



	Collection					
<i>Komitmen</i>						
5.	Saya akan tetap membeli produk Grosir Hijab Najman Collection walaupun banyak produk sejenis yang ditawarkan.					



*Lampiran 10***DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. IDENTITAS PRIBADI**

Nama Lengkap : Firda Yulita Rachman
Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 15 Juli 1995
Alamat : Jl. Hayam Wuruk, Sampangan, Pekalongan
No HP : 08156969512
Email : firdayulita@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

- TK Masyitoh 03 Lulus Tahun 2001
- SD MSI 05 Sampangan Lulus Tahun 2007
- SMP Salafiyah Pekalongan Lulus Tahun 2010
- SMA Islam Pekalongan Lulus Tahun 2013
- IAIN Pekalongan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2013

B. DATA ORANG TUA

Ayah Kandung : Fajar Rachman
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Hayam Wuruk, Sampangan, Pekalongan
Ibu Kandung : Yuniati
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Hayam Wuruk, Sampangan, Pekalongan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl.Kusuma bangsa No.9 Pekalongan.Telp.(0285) 412575 Faks (0285) 423418
Website :perpustakaan iain-pekalongan.ac.id |Email : perpustakaan@iain
pekalongan. ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : FIRDA YULITA RACHMAN
NIM : 2013213015
Fakultas/Jurusan : FEBI/EKONOMI SYARIAH

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada
Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MUSLIM PADA GROSIR HIJAB NAJMAN
COLLECTION KOTA PEKALONGAN”**

beserta perangkat yang di perlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksektif ini
Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya lewat internet atau media lain secara **fulltext** untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan
IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini

Dengan demikian ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, November 2020



FIRDA YULITA RACHMAN
NIM. 2013213015

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd.

