

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA TOKO NAFASA KEDUNGWUNI**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:**

**ABIDATUL KAMILLAH**

**NIM 4120021**

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

**2024**

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, *STORE ATMOSPHERE* DAN  
KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA TOKO NAFASA KEDUNGWUNI**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

**ABIDATUL KAMILLAH**

**NIM 4120021**

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

**2024**

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Abidatul Kamillah

NIM : 4120021

Judul : **PENGARUH HARGA, PROMOSI, STORE ATMOSPHERE DAN  
KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA TOKO NAFASA KEDUNGWUNI**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 6 Mei 2024

Yang menyatakan



**ABIDATUL KAMILLAH**  
**NIM. 4120021**

## NOTA PEMBIMBING

Lamp : 2 (Dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri. Abidatul Kamillah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

di- **PEKALONGAN**

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Abidatul Kamillah

NIM : 4120021

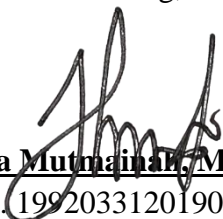
Judul : **PENGARUH HARGA, PROMOSI, STORE ATMOSPHERE DAN KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO NAFASA KEDUNGWUNI**

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pekalongan, 6 Mei 2024

Pembimbing,

  
**Ina Mutmainah M. Ak.**  
NIP. 199203312019032007



## PENGESAHAN

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

Nama : **Abidatul kamillah**  
NIM : **4120021**  
Judul Skripsi : **Pengaruh Harga, Promosi, *Store Atmosphere* Dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni**  
Dosen Pembimbing : **Ina Mutmainah, M.Ak.**

Telah diujikan pada hari Selasa tanggal 28 Mei 2024 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

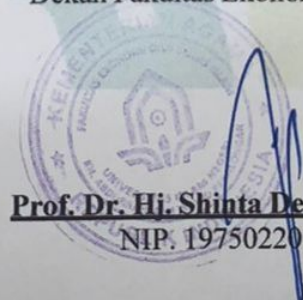
Penguji I

Penguji II

**Hj. Rinda Asytuti, M.Si.**  
NIP. 199712062005012002

**Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I**  
NIP. 199002122019031006

Pekalongan, 3 Juni 2024  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.**  
NIP. 197502201999032001

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Keberhasilan bukanlah milik orang yang pintar, keberhasilan adalah kepunyaan mereka yang senantiasa berusaha.”

- *B.J. Habibie* -



## PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat 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 Ekonomi 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. Kedua orang tua tercinta Bapak Masruri dan Ibu Lukiyati yang telah memberikan dukungan material, doa serta pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu lakukan. Terima kasih atas semua cinta dan kasih sayang yang Bapak dan Ibu berikan, semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan rizqi dan kesehatan kepada Bapak dan Ibu.
2. Adik saya Usnidatillah yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Dosen Pembimbing, Ibu Ina Mutmainah, M.Ak. yang tak pernah bosan memberikan masukan dan selalu sabar membimbing saya hingga skripsi ini selesai.
5. Dosen Wali, Bapak Ahmad Dzulfikar, M.Pd. yang telah membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Teman-teman yang selalu menemani, memberi motivasi dan dukungan dalam setiap proses pengerjaan skripsi.
7. Semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

## ABSTRAK

### **ABIDATUL KAMILLAH. Pengaruh Harga, Promosi, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni**

Dalam pembelian produk *fashion* muslim pentingnya konsumen memilih toko busana muslim yang di dalamnya menerapkan harga yang wajar, promosi yang efektif, mempunyai suasana dan keadaan yang nyaman juga pelayanan yang memiliki sikap sesuai prinsip syariah dengan begitu konsumen merasa puas saat melakukan pembelian. Kepuasan konsumen dapat memberikan kesan yang baik terhadap perusahaan sehingga memungkinkan konsumen akan membeli kembali produk tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode angket (kuesioner) dengan menggunakan sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengambilan sampel dengan metode *Purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS *Statistics 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni. Kemudian secara simultan, harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni.

Kata kunci: Harga, Promosi, *Store Atmosphere*, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Konsumen.



## ABSTRACT

### **ABIDATUL KAMILLAH. The Influence of Price, Promotion, Store Atmosphere and Islamic Service Quality on Consumer Satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Store**

In purchasing Muslim fashion products, it is important for consumers to choose a Muslim fashion shop that uses reasonable prices, effective promotions, has a comfortable atmosphere and conditions as well as service that has an attitude in accordance with sharia principles so that consumers feel satisfied when making a purchase. Consumer satisfaction can give a good impression of the company, making it possible for consumers to buy the product again. The aim of this research is to determine the influence of price, promotion, store atmosphere and Islamic service quality on consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Store.

This research is a type of quantitative research. The data collection method in this research is a questionnaire method using a sample of 97 respondents. The sampling technique is purposive sampling method. This research uses a multiple linear regression test data analysis method with the help of the SPSS Statistics 26 application.

The results of the research show that price has a positive and significant effect on consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Shop, promotion has a positive and significant effect on consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Shop, store atmosphere has a positive and significant effect on consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Shop and Islamic service quality has a positive and significant effect. significant impact on consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Store. Then simultaneously, price, promotion, store atmosphere and Islamic service quality influence consumer satisfaction at the Nafasa Kedungwuni Store.

**Keywords:** Price, Promotion, Store Atmosphere, Islamic Service Quality and Consumer Satisfaction.

## 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. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Dr. Tamamudin, M.M. 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. Ina Mutmainah, M.Ak. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
6. Ahmad Dzulfikar, M.Pd. selaku Dosen Penasehat Akademik (DPA).
7. Konsumen Toko Nafasa Kedungwuni dan seluruh pihak 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. Teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

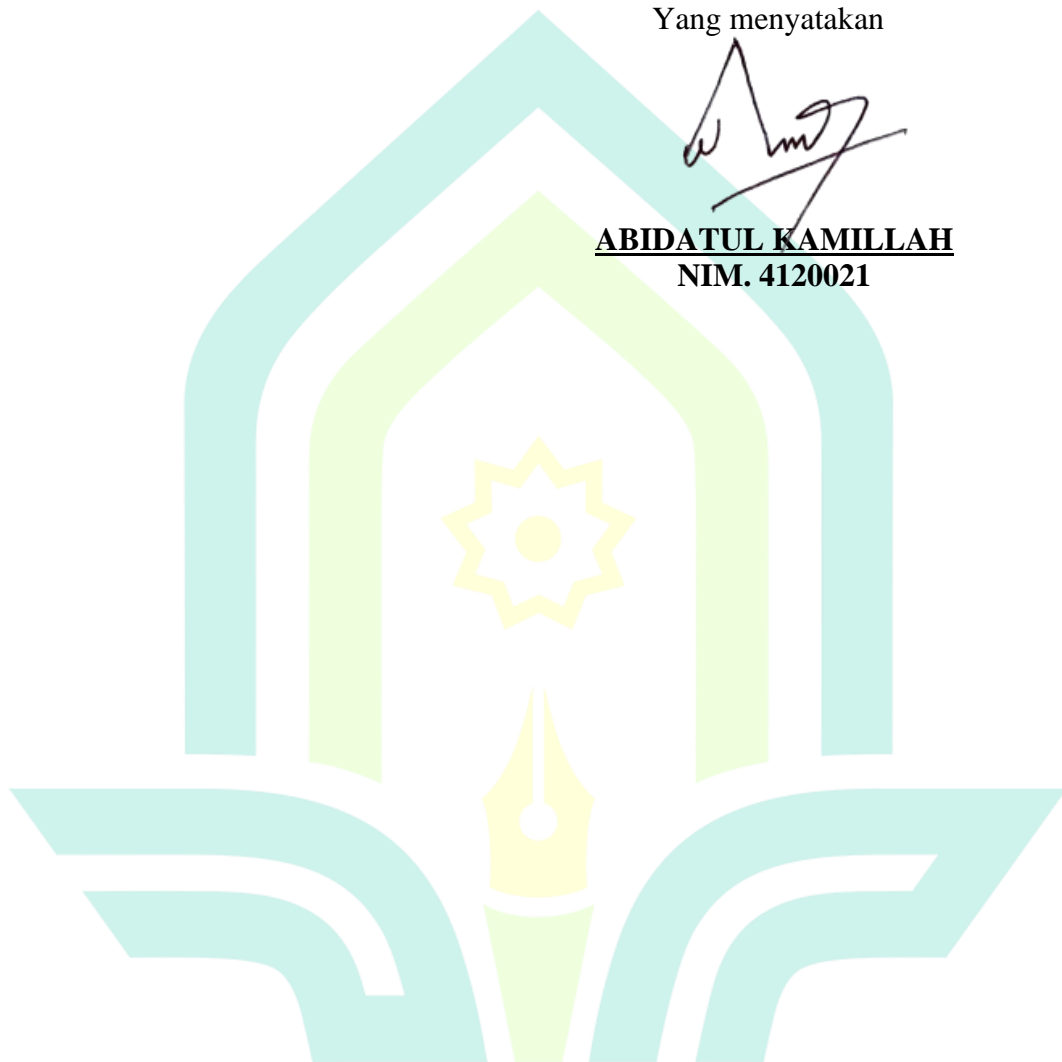
Akhir kata, saya berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pekalongan, 6 Mei 2024

Yang menyatakan



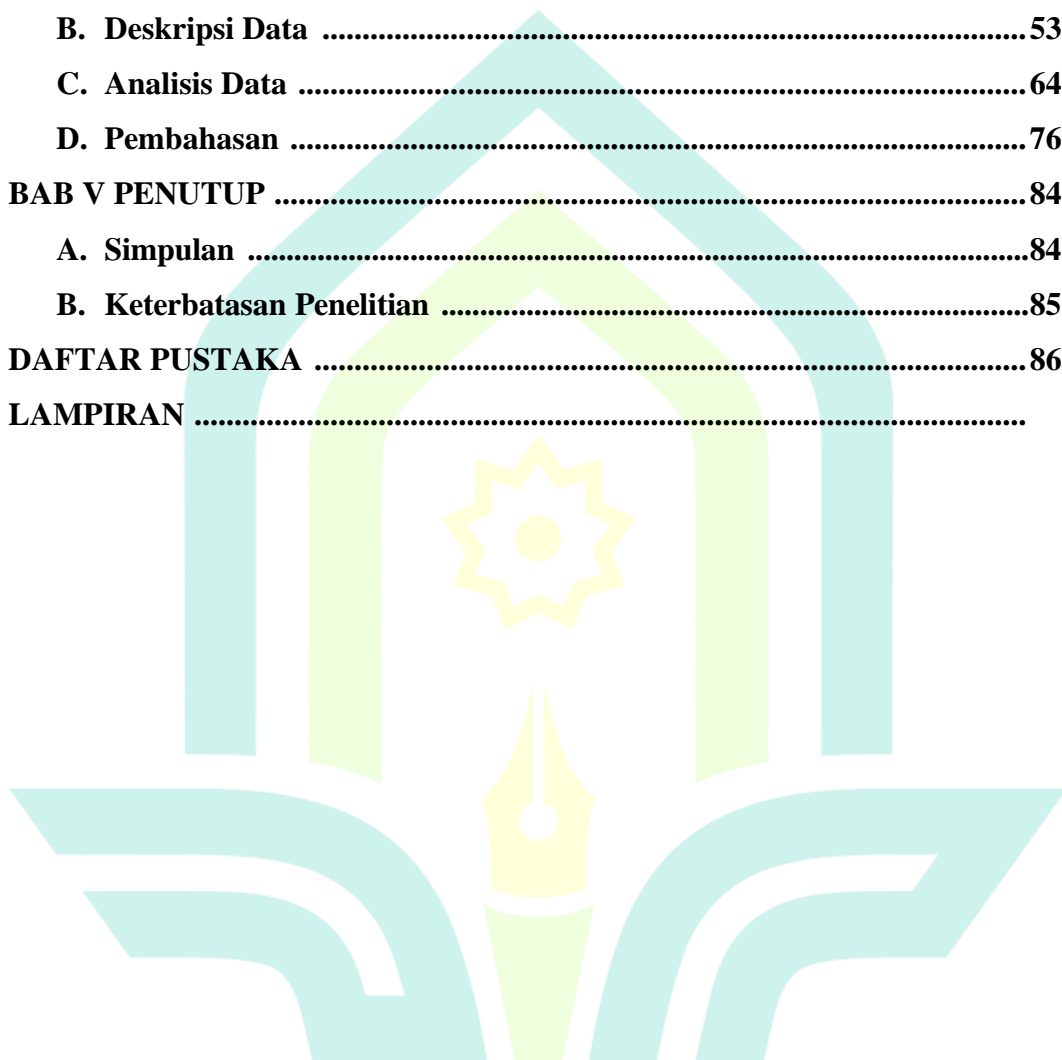
**ABIDATUL KAMILLAH**  
**NIM. 4120021**



## DAFTAR ISI

JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
NOTA PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
TRANSLITERASI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xx
DAFTAR GAMBAR .....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xxii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
D. Sistematika Pembahasan .....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Landasan Teori .....	9
B. Telaah Pustaka .....	18
C. Kerangka Berpikir .....	38
D. Hipotesis .....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
A. Jenis Penelitian .....	43
B. Pendekatan Penelitian .....	43
C. <i>Setting</i> Penelitian .....	43
D. Populasi dan Sampel .....	43

<b>E. Variabel Penelitian .....</b>	<b>44</b>
<b>F. Sumber Data .....</b>	<b>47</b>
<b>G. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>48</b>
<b>H. Metode Analisis Data .....</b>	<b>49</b>
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>53</b>
<b>A. Gambaran Umum .....</b>	<b>53</b>
<b>B. Deskripsi Data .....</b>	<b>53</b>
<b>C. Analisis Data .....</b>	<b>64</b>
<b>D. Pembahasan .....</b>	<b>76</b>
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>84</b>
<b>A. Simpulan .....</b>	<b>84</b>
<b>B. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>85</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	



## TRANSLITERASI

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

### A. Konsonan

Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin :

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	ẓ	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 yang terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

### 1. Vokal Tunggal

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

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

### 2. Vokal Rangkap

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...يَ	Fathah dan ya	Ai	a dan i
...وَ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- يَذْهَبُ yažhabu
- فَعَلَ fa'ala
- سُئِلَ su'ila
- ذُكِرَ zūkira
- كَيْفَ kaifa

### C. Maddah

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

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
...أَ...ِ	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
...إِ...ِ	Kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
...ؤُ...ِ	Dhammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَامَ ramā
- قِيلَ qila

### D. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

#### 1. Ta'marbutah hidup

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

#### 2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau 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 ha (h).

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudāh al-aṭfāl/ raudatulaṭfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul-Munawwarah*
- طَلْحَةَ *talḥah*

#### E. Syaddah

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

Contoh:

- رَبَّنَا *rabbanā* - الْبِرِّ *al-birr*
- نَزَّلَ *nazzala* - الْحَجِّ *al-ha*

#### F. Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu di bedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

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

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

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

3. Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- السَّيِّدُ as-sayyidu
- الشَّمْسُ as-syamsu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الْبَدِيعُ al-badi'u
- الْجَلَالُ al-jalālu

### G. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُونَ ta'khuḏūna
- النَّوْءُ an-nau'
- شَيْئٌ syai'un
- إِنَّ inna
- أُمِرْتُ umirtu
- أَكَلٌ akala

### H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wainnallāhalahuwakhairar-rāziqīn/  
Wainnallāhalahuwakhairrāziqīn
- وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ Wa aurf al-kaila wa-almizān/ Wa aurf al-kaila wal  
mizān
- إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلِ Ibrāhīm al-Khalīl/ Ibrāhīm al-Khalīl
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا Bismillāhimajrehāwamursahā
- وَاللَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتِطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا Walillāhi 'alan-nāsi hijju  
al-baiti manistaṭā'a ilaihi sabīla/ Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistaṭā'a

ilaihi sabīlā

## 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:

- وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ Wa mā Muhammadun illā rasl
- إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا  
linnāsilallaḥibibakkatamubārakan
- شَهْرُ رَمَادَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ Syahru Ramaḍān al-laḥī unzila fih al-  
Qur'ānu/ Syahru Ramaḍān al-laḥī unzila fihil Qur'ānu
- وَالْقَدْرَةَ بِالْأَفْقِ الْمُبِينِ Walaqadra'āhubil-ufuq al-mubīn/ Walaqadra'āhubil-  
ufuqil-mubīn
- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdulillāhirabbil al-'ālamīn/  
Alhamdulillāhirabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal capital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak digunakan.

Contoh:

- نَصْرُ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ Naṣrunminallāhiwafathunqarīb
- لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا Lillāhi al-amrujamī'an/ Lillāhil-amrujamī'an
- وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ Wallāhabikullisyai'in 'alīm

## **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 di sertai dengan pedoman Tajwid.

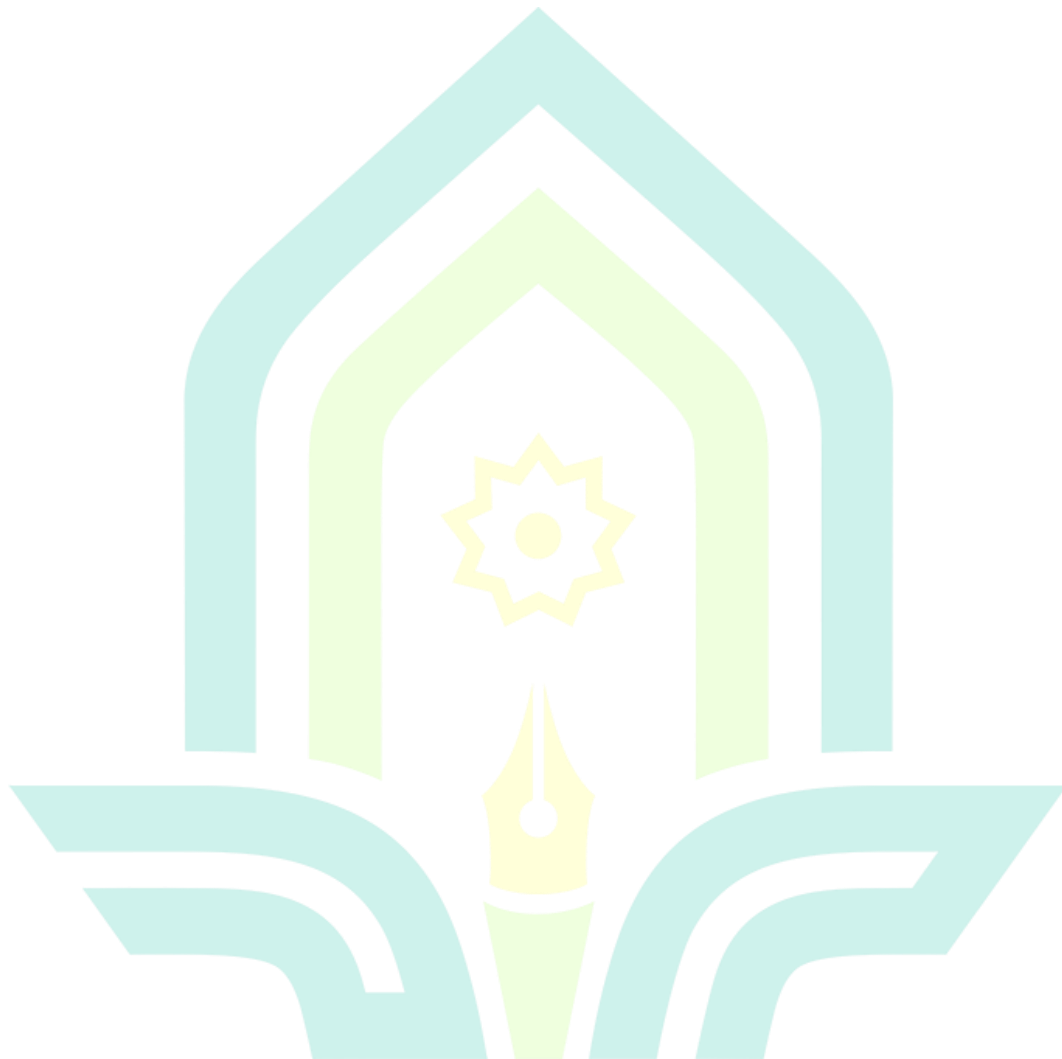


## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.2 Keterangan Skor Jawaban Skala Likert .....	48
Tabel 4.1 Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2 Responden berdasarkan Usia .....	56
Tabel 4.3 Responden berdasarkan Pekerjaan .....	56
Tabel 4.4 Responden berdasarkan Transaksi Pembelian .....	57
Tabel 4.5 Hasil Jawaban Responden terhadap Harga .....	58
Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden terhadap Promosi .....	59
Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden terhadap <i>Store Atmosphere</i> .....	60
Tabel 4.8 Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan Islami .....	62
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Responden terhadap Kepuasan Konsumen .....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Harga (X1) .....	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X2) .....	65
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X3) .....	65
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami (X4) .....	66
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y) .....	66
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas .....	67
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	68
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas .....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji Linearitas .....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji T .....	73
Tabel 4.22 Hasil Uji F .....	75
Tabel 4.23 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan <i>Fashion</i> Muslim Kecamatan Kedungwuni .....	1
Gambar 1.2 Grafik Penjualan Toko Nafasa .....	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	38
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko .....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	II
Lampiran 2. Data Responden .....	VIII
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner .....	X
Lampiran 4. Identitas Responden .....	XIII
Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	XV
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik .....	XXI
Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda .....	XXIV
Lampiran 8. Uji Hipotesis .....	XXV
Lampiran 9. R Tabel .....	XXVII
Lampiran 10. T Tabel .....	XXXI
Lampiran 11. F Tabel .....	XXXVIII
Lampiran 12. Surat Izin Penelitian .....	XLII
Lampiran 13. Surat Penelitian Nafasa .....	XLIII
Lampiran 14. Dokumentasi .....	XLIV
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup .....	XLV

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan *fashion* muslim di Indonesia semakin pesat, dalam hal ini nilai fundamental pasar menengah bagi konsumen *fashion* muslim telah mengalami dua macam modifikasi substansial. Pertama adalah mengangkat signifikansi ide penerapan syariah, yang mendorong perilaku yang selaras dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Kedua, karena umat Islam semakin rasional, mereka memilih untuk mengenakan pakaian yang dapat menutupi aurat sesuai dengan syariat Islam (Ernawati et al., 2021). Oleh karena itu penjualan *fashion* muslim pada beberapa tahun belakang ini mengalami peningkatan termasuk di wilayah Jawa Tengah, khususnya di Kecamatan Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan.

Gambar 1.1 Grafik Penjualan *Fashion* Muslim Kecamatan Kedungwuni



Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Pekalongan tahun 2023



Dari data BPS Kabupaten Pekalongan di atas menunjukkan bahwa terjadi peningkatan penjualan *fashion* muslim di Kecamatan Kedungwuni antara tahun 2020 sampai dengan 2023, hal ini memberikan peluang usaha bagi masyarakat dan mendorong banyak pengusaha lokal untuk terjun dalam bisnis *fashion* muslim. Salah satu faktor yang menyebabkan peningkatan penjualan *fashion* muslim di Kedungwuni yakni semakin tingginya kesadaran masyarakat muslim akan pentingnya berpenampilan sesuai dengan syariat Islam, dan meningkatnya *trend fashion* muslim yang modern juga *stylish*. Dalam pembelian produk *fashion* muslim pentingnya konsumen memilih toko busana muslim yang di dalamnya menerapkan harga yang wajar, promosi yang efektif, mempunyai suasana dan keadaan yang nyaman juga pelayanan yang memiliki sikap sesuai prinsip syariah dengan begitu konsumen merasa puas saat melakukan pembelian.

Kepuasan konsumen dapat memberikan kesan yang baik terhadap perusahaan sehingga memungkinkan konsumen akan membeli kembali produk tersebut, perusahaan-perusahaan harus fokus pada kepuasan konsumen untuk membangun kesetiaan pelanggan dan membuka pintu bagi pelanggan baru. Ulasan positif dan rekomendasi dari mulut ke mulut untuk barang dan jasa lebih umum terjadi dikalangan konsumen yang merasa puas, sementara konsumen yang tidak puas mungkin mengungkapkan ketidakpuasan mereka secara publik, potensial mengurangi jumlah pelanggan dan merusak citra perusahaan (Yusniar, 2023).

Kepuasan konsumen dilihat pada evaluasi pelanggan setelah membandingkan antara harapan mereka terhadap produk atau layanan dengan

kenyataan yang mereka terima seperti halnya pada bisnis busana muslim yang ada di Pekalongan yaitu toko nafasa yang salah satu tokonya berada di Kedungwuni. Toko Nafasa Kedungwuni menawarkan berbagai macam produk *fashion* muslim berkualitas tinggi, dengan berbagai macam produk pakaian muslim antara lain gamis, jilbab, perhiasan atau aksesoris

Toko Nafasa Kedungwuni berada pada tempat yang strategis yaitu bersampingan dengan jalan raya yang ramai lalu lalang kendaraan, tepatnya di Jalan Bebean No. 99, Kedungwuni. Dengan letak yang strategis dapat meningkatkan penjualan produk karena toko nafasa di Kedungwuni hanya ada satu dan produk didalamnya cukup lengkap yang dapat membuat kepuasan konsumen saat pembelian. Kepuasan konsumen di Toko Nafasa Kedungwuni didapat dari beberapa faktor diantaranya *store atmosphere* atau biasa yang disebut suasana dalam toko, kualitas pada pelayanannya khususnya pada kualitas pelayana Islami, dan yang tidak kalah penting yaitu pada promosi dan harga yang ditawarkan.

Harga merupakan faktor pertama yang menentukan kepuasan pada konsumen. Tidak dapat dipungkiri bahwa penjual mencari keuntungan dari harga yang dibayar pelanggan, yang biasanya mencakup jasa atau pelayanan yang diberikan penjual (Sudaryana, 2020). Toko Nafasa Kedungwuni tidak menurunkan harga di bawah harga pesaingnya; sebaliknya, mereka menetapkan harga yang berbeda untuk setiap produknya berdasarkan kualitas dan daya beli masyarakat sekitar. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sudaryana, 2020) bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan atas harga terhadap kepuasan

konsumen. Namun penelitian dari (Dahlia & Ahwal, 2021) menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Selain harga, promosi penjualan berpotensi mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kampanye pemasaran yang sukses harus mencapai keseimbangan antara permintaan konsumen dan barang yang dijual. Kesenangan konsumen meningkat dengan kualitas promosi, dan mencapai puncaknya dengan pembelian impulsif yang tidak direncanakan. Tanpa promosi, perusahaan tidak akan dapat menjangkau pelanggan, sehingga mereka tidak akan dapat menjual produk atau layanan mereka (Kartini et al., 2021).

Untuk membuat konsumen merasa puas dan senang dari kualitas suatu produk, Toko Nafasa Kedungwuni menggunakan promosi untuk memperkenalkan produknya dengan tetap menjaga kualitas produk namun promosi tersebut tidak dilakukan setiap minggu dan hanya saat ada *event* besar atau mengikuti promosi dari toko pusatnya. Pada penelitian yang dilakukan (Sihite & Nainggolan, 2020) menyatakan bahwa hasil uji t dinyatakan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Akan tetapi penelitian dari (Dahlia & Ahwal, 2021) menyatakan bahwa promosi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen juga dapat dilihat dari suasana di dalam toko atau *store atmosphere*. Akan lebih menarik dan mendorong pelanggan untuk mengunjungi dan melakukan pembelian jika lingkungan toko menyenangkan dan tertata dengan baik. Dengan menciptakan lingkungan yang menyenangkan bagi pelanggan untuk berbelanja, dapat

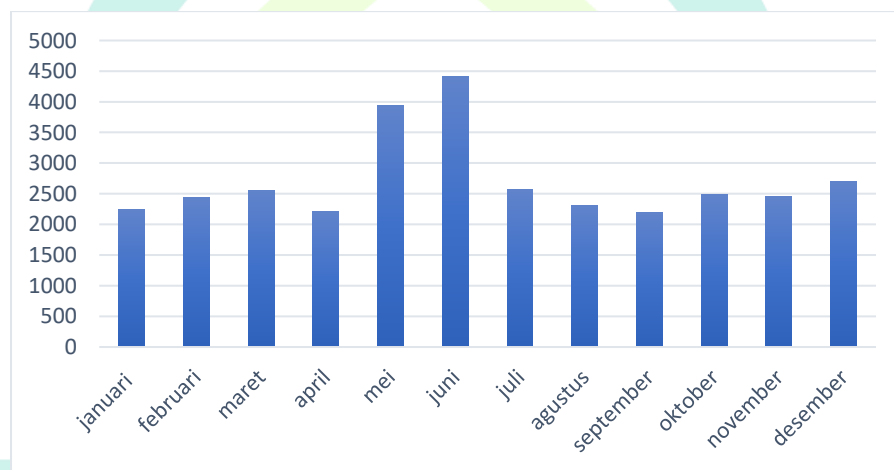
mengandalkan mereka untuk melakukan pembelian. Dengan adanya *store atmosphere* yang baik selain dapat menambah nilai barang yang ditawarkan tetapi juga menciptakan lingkungan yang nyaman (Daulay et al., 2021). Toko Nafasa Kedungwuni memiliki tata ruang yang menarik dan rapi yang menciptakan suasana menyenangkan bagi konsumen seperti perasaan senang, nyaman, dan puas. Namun di dalam Toko Nafasa Kedungwuni masih tergolong sempit karena produk yang ditawarkan bermacam-macam sehingga tata letak raknya saling berdekatan. Penelitian dari (Sambara et al., 2021) menyatakan *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Faktor yang tidak kalah penting menentukan kepuasan konsumen yaitu pada Kualitas pelayanan Islami. Pelayanan berkualitas baik sangat penting bagi keberhasilan bisnis, seperti halnya menambahkan komponen kepatuhan terhadap hukum Islam yaitu, persyaratan bahwa aktivitas harus terhubung dan didasarkan pada nilai-nilai ke dalam setiap aktivitas yang didasarkan dalam hukum Islam, perilaku dan akhlak yang sesuai dengan syariat Islam. Dalam situasi ini, *marketer* muslim diwajibkan untuk bersikap jujur, dapat diandalkan, adil, dan dapat dipercaya (Haris & Lasika, 2019). Dalam hal pelayanan konsumen, Toko Nafasa Kedungwuni selalu baik, berupaya menyenangkan konsumen, menjual barangnya dengan jujur, dan menjauhi praktik bisnis tidak jujur. Akan tetapi karyawan Toko Nafasa Kedungwuni masih jarang memberikan salam Islami dalam menyambut konsumen yang datang. Penelitian oleh (Haris & Lasika,

2019) kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dengan banyaknya toko *fashion* muslim yang berada di wilayah Kabupaten Pekalongan, Toko Nafasa Kedungwuni tetap dapat bersaing dengan perusahaan sejenis sekaligus menjadi pemain yang relatif baru pada industri *fashion* muslim. Namun tidak dapat dipungkiri jumlah konsumen yang membeli tidak menentu setiap bulannya dan jumlah penjualan produk di Toko Nafasa Kedungwuni cenderung naik turun seperti pada grafik berikut:

Gambar 1.2 Grafik Penjualan Toko Nafasa



Sumber: data dari toko nafasa

Dari data diatas menunjukkan bahwa dalam penjualan produk di toko nafasa yakni mengalami peningkatan dan penurunan yang bisa disebabkan oleh berbagai hal seperti konsumen yang belakang ini suka berbelanja dengan aplikasi *online* atau dikarenakan faktor dari kepuasan konsumen di Toko Nafasa Kedungwuni itu sendiri. Oleh karena itu penulis mencoba melakukan penelitian yang memfokuskan pada kepuasan konsumen di Toko Nafasa Kedungwuni dengan melihat beberapa faktor diantaranya pada harga yang ditawarkan,

promosi penjualannya, kemudian juga suasana toko tersebut serta yang tidak kalah penting mengenai kualitas pelayanan terkhusus pada pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariat Islam.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Harga, Promosi, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni”**

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni?
2. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni?
3. Apakah *Store Atmosphere* Promosi berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni?
4. Apakah Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni?
5. Apakah Harga, Promosi, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni?

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menguji Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni

- b. Untuk menguji Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni
- c. Untuk menguji Pengaruh *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen Muslim pada Toko Nafasa Kedungwuni
- d. Untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni
- e. Untuk menguji Pengaruh Harga, Promosi, *Store Atmosphere* dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni

## **2. Manfaat Penelitian**

### **a. Manfaat Teoritis**

- i. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi dan rangkuman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Nafasa Kedungwuni.
- ii. Sebagai sumber informasi bagi pihak-pihak tertentu yang memperoleh manfaat dari penelitian ini agar dapat digunakan sebagai acuan penelitian selanjutnya mengenai objek terkait atau topik lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bermanfaat yang dapat dimasukkan ke dalam operasi bisnis saat ini dan masa depan.

Dan dari sudut pandang ekonomi Islam, informasi yang dihasilkan dapat digunakan untuk menyusun strategi bisnis guna meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang bagaimana menggunakan ilmu pengetahuan berdasarkan kenyataan di lapangan.

#### **D. Sistematika Penelitian**

Adapun sistematika rencana pembahasan pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Bagian ini menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian yakni tentang pengaruh harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen pada toko Nafasa Kedungwuni.

##### **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bagian ini memuat landasan teori, telaah pustaka, kerangka berpikir dan hipotesis dalam penelitian ini yakni tentang pengaruh harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen pada toko Nafasa Kedungwuni.

##### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Bagian ini akan menjelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, sumber data dan teknik pengumpulan data serta metode analisis data.



**BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bagian ini akan menjelaskan analisis data yang sudah diperoleh melalui kuesioner kemudian dianalisis dan diuji, serta memuat pembahasan dari hasil uji-uji data tersebut.

**BAB V: PENUTUP**

Bagian ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan keterbatasan peneliti dalam menyusun penelitian.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Simpulan

Hasil dari penelitian yang telah dianalisis dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa harga yang diberikan sudah layak dan sesuai dengan kualitas dan manfaat produk yang didapat.
2. Secara parsial, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa promosi yang dilakukan sudah tepat dan kualitas promosi juga sesuai dengan keadaan nyata produk.
3. Secara parsial, *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa *store atmosphere* dalam Toko Nafasa Kedungwuni terlihat bersih dan produk tertata rapi serta memiliki pendingin ruangan yang baik.
4. Secara parsial, kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa pelayanan yang diberikan oleh Toko Nafasa Kedungwuni sesuai dengan hukum dan sesuai syariat Islam serta

selalu menggunakan bahasa yang santun saat membantu konsumen yang berbelanja.

5. Secara simultan diperoleh bahwa variabel harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Toko Nafasa Kedungwuni dikarenakan sebagian besar konsumen menyetujui bahwa setiap indikator variabel harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami sudah sesuai dengan kondisi yang ada sehingga mampu memberikan rasa kepuasan kepada konsumen.

## **B. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan penelitian, antara lain:

1. Keterbatasan objek dan variabel penelitian: Toko Nafasa Kedungwuni merupakan satu-satunya objek yang digunakan dalam penelitian ini, dan masih banyak usaha *fashion* muslim lainnya yang belum diteliti menggunakan variabel harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan konsumen.
2. Jangka waktu penelitian yang terbatas hanya dua bulan saja, yaitu mulai bulan Februari sampai dengan bulan Maret 2024.

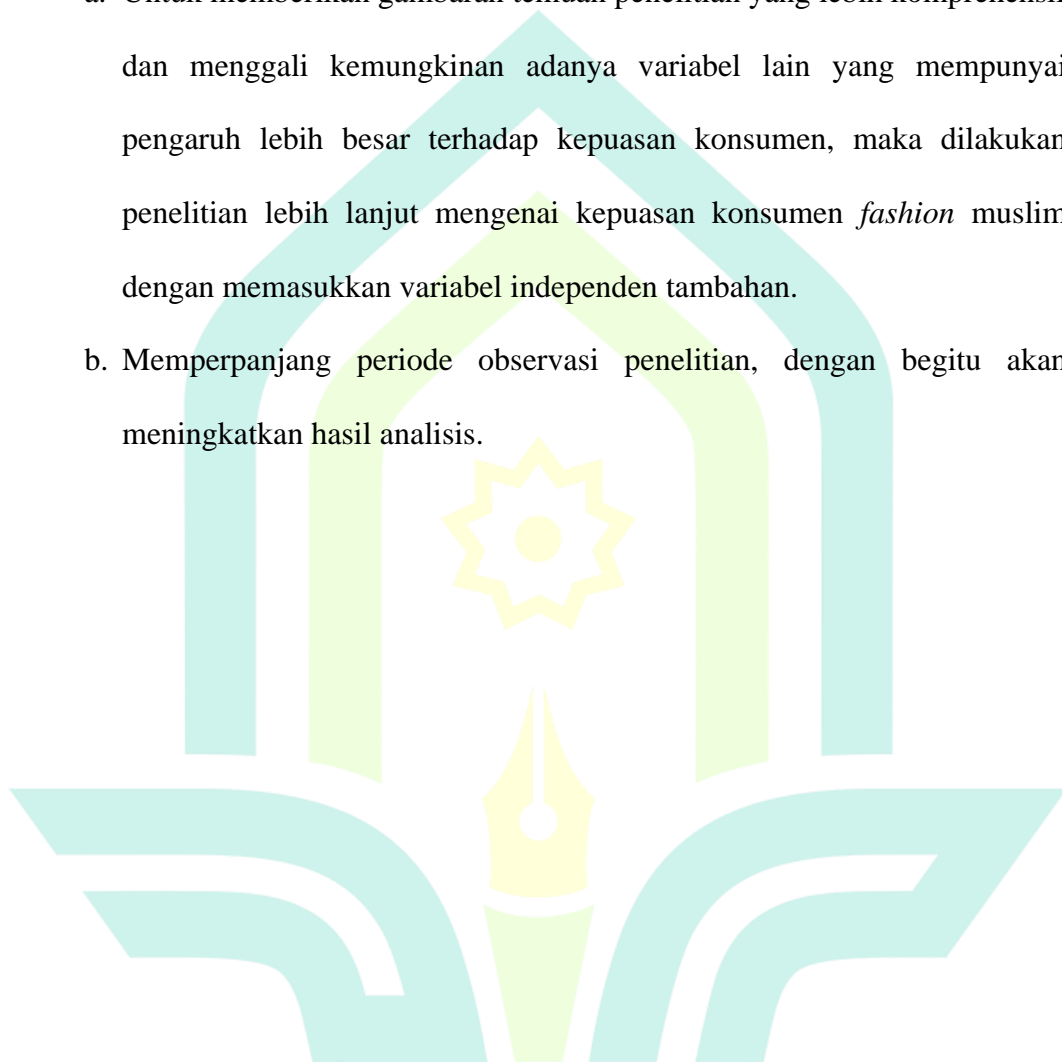
Sehingga berdasarkan keterbatasan penelitian tersebut, perlu disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Nafasa Kedungwuni:
  - a. Hendaknya tetap mempertahankan harga, promosi, *store atmosphere* dan kualitas pelayanan Islami. Karena semua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Memposting ulasan positif pelanggan pada media sosial yang memberikan tanggapan positif tentang Toko Nafasa Kedungwuni, sehingga dapat meyakinkan masyarakat yang belum pernah berbelanja.

2. Bagi peneliti selanjutnya:

- a. Untuk memberikan gambaran temuan penelitian yang lebih komprehensif dan menggali kemungkinan adanya variabel lain yang mempunyai pengaruh lebih besar terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai kepuasan konsumen *fashion* muslim dengan memasukkan variabel independen tambahan.
- b. Memperpanjang periode observasi penelitian, dengan begitu akan meningkatkan hasil analisis.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alfandry, R., & Sitinjak, T. J. R. (2022). Pengaruh Suasana Toko, Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Janji Jiwa Di Wilayah Bekasi Oleh. *Jemba: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 961–972.
- Alimbudiono, L. S. (2020). *Konsep Pengetahuan Akuntansi Manajemen Lingkungan*. Cv. Jakad Media Publishing.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Pt Rineka Cipta.
- Ariyanti, W. P., Hermawan, H., Izzudin, A., & Jember, U. M. (2022). Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi Dan Pelayanan Publik*, 4(1), 85–94.
- Asih, I. N. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Pelayanan Sebagai Variabel Moderasi Di Industri Halal Fashion Pekalongan (Studi Pada Nafasa Busana Kedungwuni Kabupaten Pekalongan)*. Uin Gusdur Pekalongan.
- Dahliani, Y., & Ahwal, R. H. (2021). Kajian Pengaruh Kualitas Produk Harga, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Gieselin Food Sukses Makmur Di Jember. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 181–189.
- Dahrani, D., & Syafitri, A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Online Shop Ditinjau Dari Perspektif Islam Pada Home Industry Queennacollection. *Sosek*, 3(1), 30–34.
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. . N. Y. M. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 74. <https://doi.org/10.23887/Pjmb.V2i1.26202>
- Daulay, R., Handayani, S., & Ningsih, I. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Store Atmosphere Dan Sales Promotion Terhadap Impulse Buying Konsumen Department Store Di Kota Medan. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (Knema)*, 1, 1–14. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/knema/>
- Dewi, P. V. A., Agung, P., & Prayoga, M. S. (2021). Pengaruh Store Atmosphere, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Lnagkah Coffee Shop. *Jurnal Manajemen*, 6, 1–15.
- Ernawati, A., Astuti, E. Z., Patriantoro, T. H., Marta, R. F., & Lang, J. C. F. (2021). Identitas Gaya Fesyen Islami Pada Sivitas Akademika Di Perguruan Tinggi Kota Semarang. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(2), 154. <https://doi.org/10.24014/Jdr.V31i2.11087>
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Depublish.

- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(2), 76–94.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haris, R., & Lasika, M. D. (2019). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan Islami Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Outlet Rabbani Di Kota Jambi. *Iltizam Journal Of Shariah Economic Research*, 3(2), 57. <https://doi.org/10.30631/iltizam.V3i2.535>
- Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Of Economic, Business And Engineering (Jebe)*, 2(2), 365–371. <https://doi.org/10.32500/Jebe.V2i2.1753>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jannah, K., Hikmah, S. F., & Azhar, I. A. (2022). Pengaruh Margin Dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keuasan Anggota Pada Pembiayaan Murabahah Di Bmt Muamalat Kalibaru Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (Jpsda)*, 2(2), 208–219.
- Kartini, I., Wibowo, E. W., & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Berdampak Loyalitas Dalam Berbelanja Online Pada Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis*, 10(1), 57. <https://doi.org/10.34127/Jrlab.V10i1.423>
- Manuntung, A. (2018). *Terapi Perilaku Kognitif*. Wineka Media.
- Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.
- Masturah, A., Hasnita, N., & Djakfar, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Konsumen Salon Muslimah Di Banda Aceh. *Ekobis Syariah*, 1(2), 48. <https://doi.org/10.22373/ekobis.V1i2.9999>
- Nasution, R. W. S., & Aslami, N. (2022). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Meningkatnya Kepuasan Pelanggan. *Transformasi Manageria: Journal Of Islamic Education Management*, 2(2), 111–118. <https://doi.org/10.47467/Manageria.V2i2.896>
- Nurfalah, A. A., Zahra, S., & Tabrani, M. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kedai Kopi Mustafa85 Pandeglang Banten (Studi Kasus Kedai Kopi Mustafa85 Di Pandeglang Banten). *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(02), 313–318.
- Nurhadi. (2018). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *Ekbis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137–150.

<https://doi.org/10.14421/ekbis.2018.2.2.1100>

- Nurjaya, N., Erlangga, H., Iskandar, A. S., Sunarsi, D., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh Promosi Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pigeonhole Coffee Di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(2), 147–153. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i2.171>
- Othman, Qawi, A., & Owen. (2001). Adopting And Measuring Customer Service Quality (Sq) In Islamic Bank: A Case Study In Kuwait Finance House. *Internasional Jurnal Of Islamic Financial Services*, 3(1).
- Rijali, N. F., & Rahmawati, E. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Owners Store Tanjung Tabalong. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 11(1), 43. <https://doi.org/10.20527/jbp.v11i1.13123>
- Sambara, J., Tawas, H. N., & Samadi, R. L. (2021). *Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3 . Am Koffie Spot Manado*. 9(4), 126–135.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal Emba*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sianipar, G. J. . (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(1), 1–10.
- Sihite, R. W., & Nainggolan, N. Pitri. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Alfamart Marchelia Batam. *Issn: 1979-5408*, 13(1), 35–41.
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Edc ( Electronic Data Capture ) Yokke Yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian ” ( Studi Kasus Pengguna Edc Yokke Pt . Mitra Transaksi Indonesia ). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 5(1), 200–214.
- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81.
- Sudaryana, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kantor Pos Indonesia (Persero) Kota Tangerang. *Journal Of Management Review*, 4(1), 447–455.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, R. I., & Darmawan, D. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan, Diversifikasi

- Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen, Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–12.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2019). *Kepuasan Pelanggan - Konsep, Pengukuran Dan Strategi*. Andi.
- Uluwiyah, A. N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix)*. Cv Multi Pustaka Utama Jl.
- Ummah, N. A. A., Wijyantini, B., & Rusdiyanto. (2023). Relevansi Harga, Kualitas Layanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ekonomika: Manajemen, Akuntansi Dan Perbankan Syari'ah*, 12(1).
- Wahab, A., Syahid, A., & Junaedi, J. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan. *Education And Learning Journal*, 2(1), 40. <https://doi.org/10.33096/Eljour.V2i1.91>
- Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan , Kualitas Produk , Promosi , Dan Harga Normal Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(2), 146–163.
- Yuliyanto, W. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Aleea Shopid Kebumen. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 1(2), 168–172. <https://doi.org/10.47065/Jbe.V1i2.244>
- Yusniar. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Perspektif Islam Pada Toko Busana Muslim Rabbani Di Kota Banda Aceh. *Al Ilmu : Jurnal Keagamaan Dan Ilmu Sosial*, 9(1), 1–23.



**Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup****RIWAYAT HIDUP PENULIS****A. IDENTITAS**

1. Nama : Abidatul Kamillah
2. Tempat Tanggal Lahir : Pekalongan, 22 April 2002
3. Alamat Rumah : Paesan Kebumen, Kedungwuni, Pekalongan
4. Nomor Handphone : 085742862417
5. Email : Abidatulkamila22@gmail.com
6. Nama Ayah : Masruri
7. Pekerjaan Ayah : Buruh
8. Nama Ibu : Lukiyati
9. Pekerjaan Ibu : Buruh

**B. RIWAYAT PENDIDIKAN**

1. SD : MI Walisongo Paesan 01
2. SMP : SMPN 1 Kedungwuni
3. SMA : SMAN 1 Kedungwuni

**C. PENGALAMAN ORGANISASI**

1. UKM-F KSPMS, Koor. Public Relation, 2023
2. Generasi Baru Indonesia, 2022-2023
3. KSEI FEBI, Bendahara, 2022

Pekalongan, 6 Mei 2024

Penulis

**Abidatul Kamillah****NIM. 4120021**