

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH**

**(Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Di
Desa Jenangan, Kec. Sampung, Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Nama : Lita Laili Hanifah

NIM : 16414178

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

**ANALISIS LOYALITAS PELANGGAN MELALUI
IMPLEMENTASI PEMASARAN SYARIAH**

**(Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida Indonesia Di
Desa Jenangan, Kec. Sampung, Ponorogo)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Lita Laili Hanifah

NIM : 16414178

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2020

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Analisis Loyalitas Pelanggan Melalui Implementasi Pemasaran
Syariah (Studi Pada Agency Produk Herba Penawar Alwahida
Indonesia Di Desa Jenangan, Kec. Sampung, Ponorogo)
Nama : Lita Laili Hanifah
NIM : 16414178
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 29 Juli 1997
Program Studi : Manajemen


Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna
Memperoleh Gelar Sarjana Program StratraSatu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 31 Agustus 2020


Pembimbing I

Pembimbing II


(Drs. H. Setyo Aji, MM)
NIDK. 8856080018



(Adi Santoso, SE., MM)
NIDN. 0727118803


Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


(Titi Rapini, SE., MM)
NIK. 19630505 199001 11

Dosen Penguji :


(Drs. H. Setyo Aji, MM)
NIDK. 8856080018


(Dr. Hadi Sumasono, SE., M.Si)
NIDN. 0727118803


(La Ode Sugianto, S.Pd., MM)
NIDN. 0730068503

Ringkasan

Dalam perkembangan perekonomian di Indonesia sekarang ini khususnya dibidang pemasaran telah berkembang bisnis MLM syariah. Akan tetapi agency HPAI yang ada dikelola oleh orang yang kurang paham memahami MLM Syariah karena agency tersebut oleh mitra dipercayakan kepada karyawan. Selain promosi, kualitas produk juga menjadi hal yang penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk yang baik dalam Islam adalah produk halal. Sekarang ini banyak perusahaan yang telah mencantumkan label halal pada kemasan produk. Akan tetapi tidak semua label halal tersebut merupakan label resmi dari MUI.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, pengambilan sampel menggunakan teknik non probability sampling dengan sampling jenuh yang berjumlah 129 responden. Sedangkan pengumpulan datanya menggunakan angket atau kuesioner. Analisa data menggunakan uji instrumen yang terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis yang terdiri dari uji regresi linear berganda dan uji F.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Syariah; Loyalitas Konsumen.



KATA PENGANTAR

Assalamu“alaikum Wr. Wb.

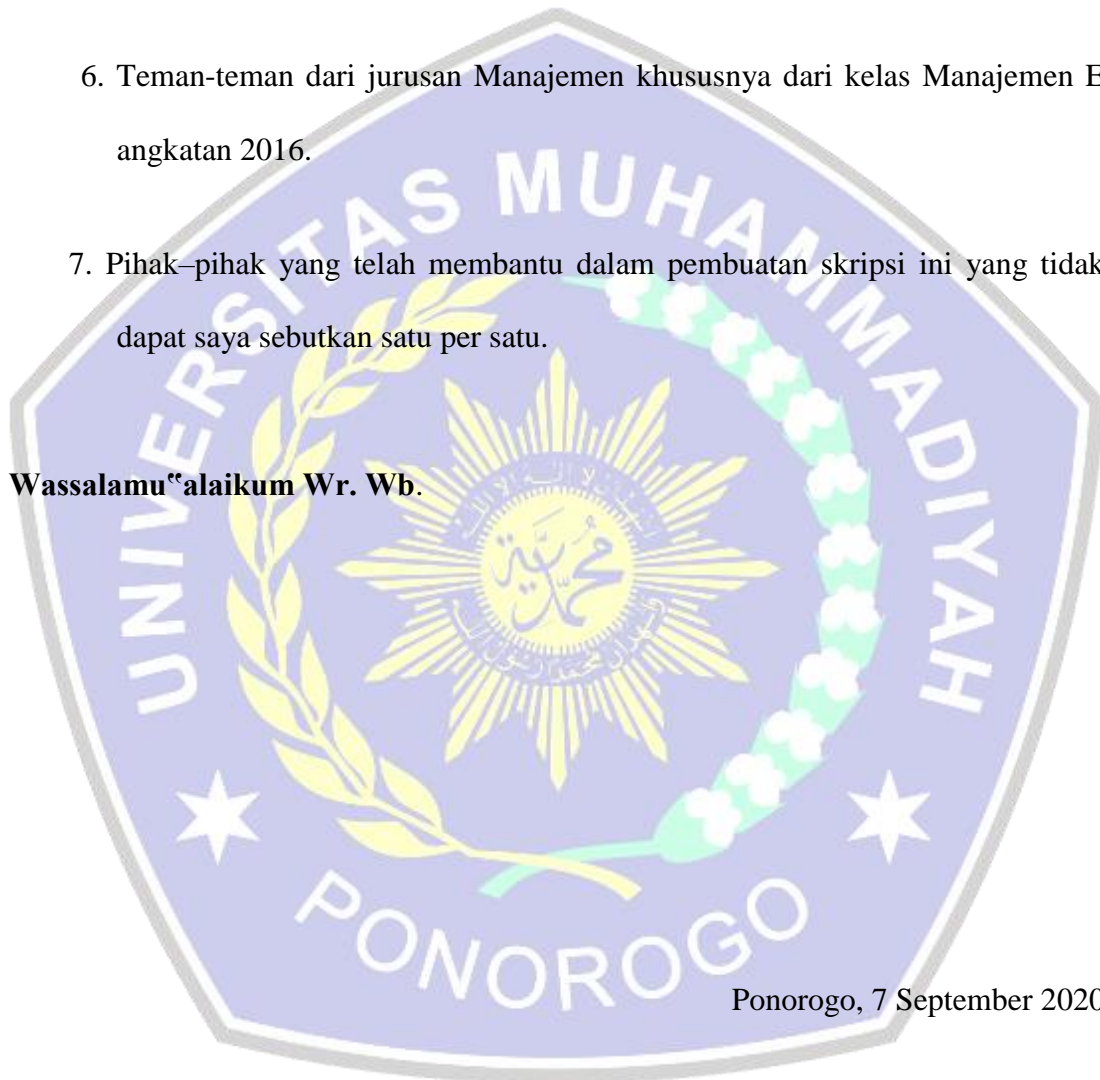
Segala puji bagi Allah SWT, Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, yang telah memberikan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, nabi akhir zaman, yang telah membimbing umatnya menuju jalan kebenaran. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih atas bantuan, bimbingan, dukungan, semangat dan doa, baik langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, kepada:

1. Kedua orang tua dan keluarga besar saya yang paling saya cintai dengan ikhlas memberikan dukungan dengan penuh kasih sayang selalu mencurahkan perhatian, cinta, bimbingan, nasihat, serta dukungan moril maupun materil serta doa tiada henti kepada penulis.
2. Ibu Titi Rapini, S.E, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah meluangkan waktu, membimbing dan memberikan pengarahan kepada penulis.
3. Drs.H.Setyo Aji, MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi I yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.

4. Adi Santoso.SE.,MM selaku Dosen Pembimbing Skripsi II yang telah memberikan saran serta pengarahan kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
5. Seluruh staf Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bantuan kepada penulis.
6. Teman-teman dari jurusan Manajemen khususnya dari kelas Manajemen E angkatan 2016.
7. Pihak-pihak yang telah membantu dalam pembuatan skripsi ini yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.



Ponorogo, 7 September 2020

Lita Laili Hanifah

16414178

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 7 September 2020



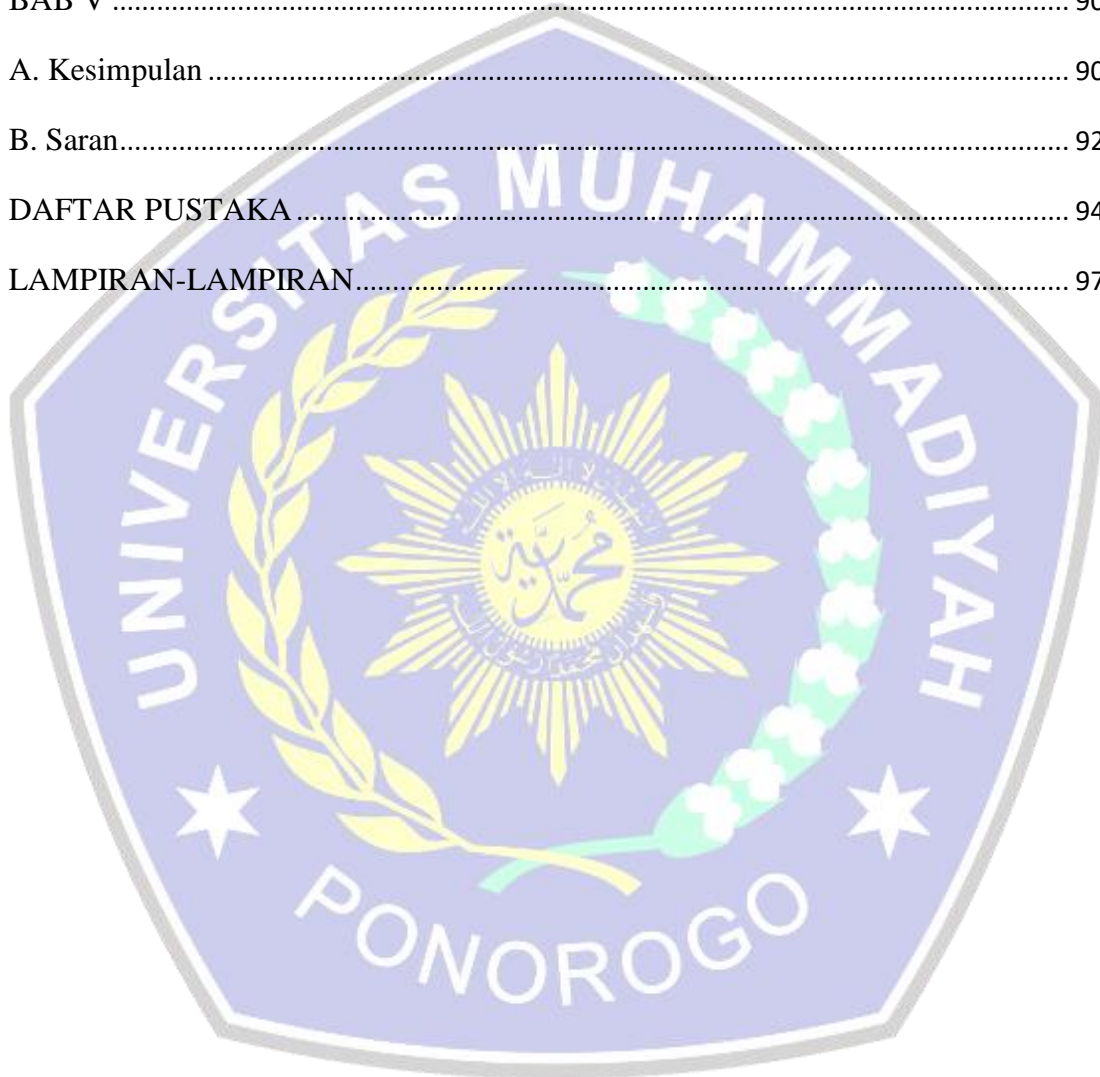
Lita Laili Hanifah

NIM. 16414178

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Ringkasan	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Tidak Menyimpang Kode Etik Penelitian	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
B. Penelitian Terdahulu	27
C. Kerangka Berpikir	29
D. Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	34
A. Ruang Lingkup Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel	35
C. Teknik Sampling	36
D. Teknik Pengukuran Variabel	36
E. Definisi Operasional Variabel	37

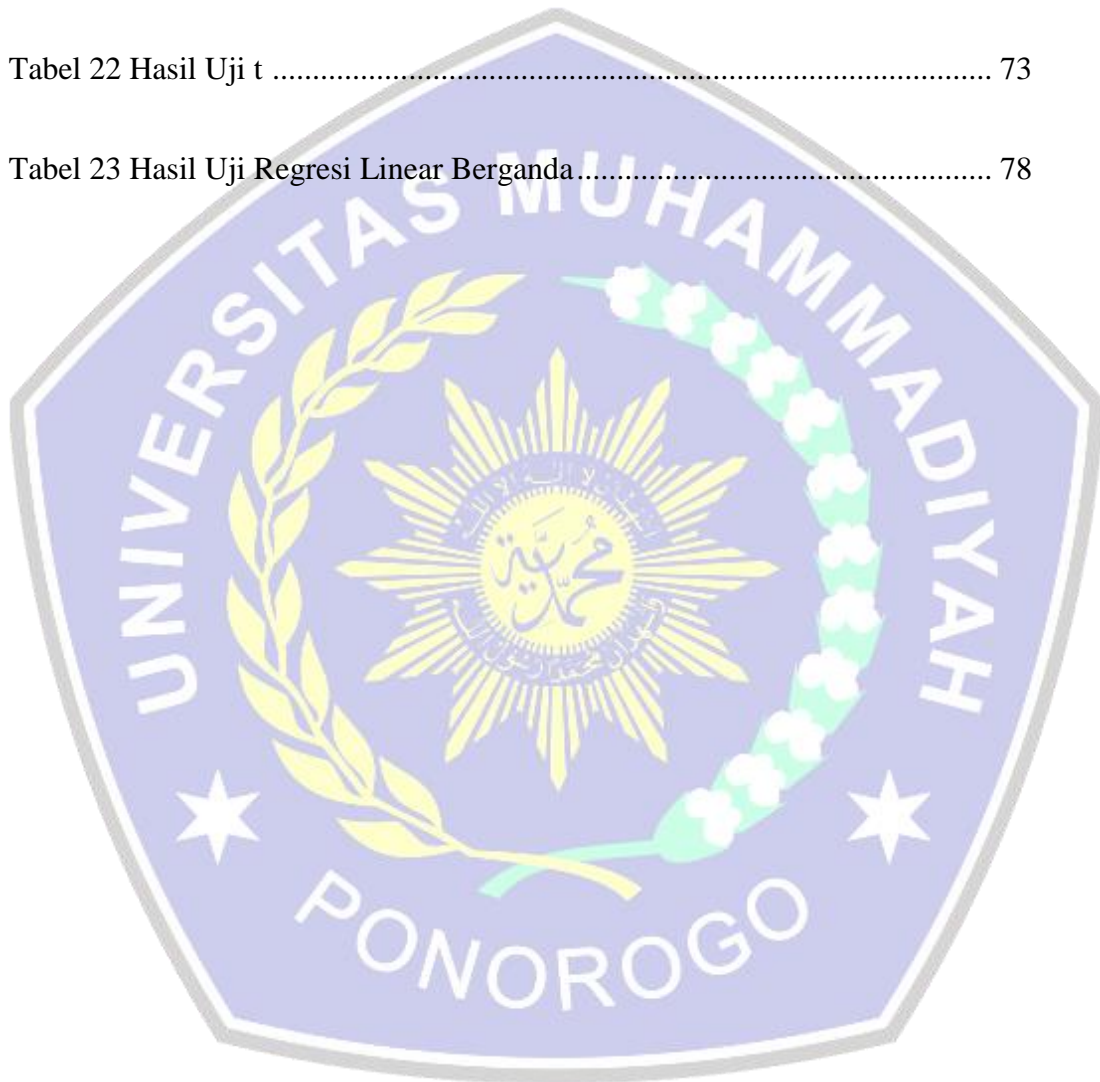
F. Metode Pengumpulan Data	42
G. Metode Analisis Data	44
BAB IV	51
A. Hasil Penelitian.....	51
B. Pembahasan.....	80
BAB V	90
A. Kesimpulan	90
B. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Skala Likert.....	37
Tabel 2 Identitas Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 3 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk.....	55
Tabel 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Produk	56
Tabel 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel harga.....	57
Tabel 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Promosi.....	57
Tabel 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Tempat.....	58
Tabel 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Manusia	59
Tabel 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Proses.....	60
Tabel 10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Janji	60
Tabel 11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Sabar	61
Tabel 12 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Bukti Fisik	61
Tabel 13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Loyalitas Pelanggan	63
Tabel 14 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 16 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 17 Hasil uji Multikolonieritas	68

Tabel 18 Hasil Uji Heterokedastisitas	69
Tabel 19 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 20 Hasil Koefisiensi Determinasi	71
Tabel 21 Hasil Uji F.....	72
Tabel 22 Hasil Uji t	73
Tabel 23 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	78



Daftar Gambar

Gambar 1 Kerangka Berpikir.....29

