UIN SUSKA RIAU
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul : "**Pengaruh *Retailing Mix* Terhadap Perilaku Konsumen Pada Indrako Swalayan Teluk Kuantan Menurut Perspektif Ekonomi Islam".** *Retailing Mix* merupakan sebuah langkah pemasaran yang dapat diambil oleh pengusaha ritel untuk menciptakan keberhasilan usahanya. Pengusaha ritel harus cermat dalam menentukan langkah pemasarannya karena langkah pemasaran yang diambil dengan baik dan cermat akan dapat mempengaruhi persepsi para konsumennya. Indrako Swalayan merupakan usaha ritel yang berada di kota Teluk Kuantan yang ramai dikunjungi konsumen untuk berbelanja. Oleh karena itu penulis tertarik melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara *retailing mix* dengan perilaku konsumen pada Indrako Swalayan Teluk Kuantan dan untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam tentang pengaruh *retailing mix* terhadap perilaku konsumen pada Indrako Swalayan Teluk Kuantan.

Sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh dari pemilik, karyawan, dan konsumen Indrako Swalayan Teluk Kuantan. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku referensi dan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti.

Populasi pada penelitian ini adalah pemilik dan karyawan Indrako yang berjumlah 27 orang, dan seluruh konsumen Indrako Swalayan Teluk Kuantan. Dari populasi tersebut diambil sampel sebanyak 6 orang dari pemilik dan karyawan Indrako dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kemudian 100 orang responden diambil dari konsumen Indrako dengan menggunakan metode *Incidental Sampling.* Data yang diperoleh kemudian penulis analisa dengan metode kuantitatif dengan menggunakan alat analisa berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, korelasi, dan uji hipotesis.

Hasil dari penelitian ini diketahui bahwa *retailing mix* memiliki korelasi yang tergolong kuat terhadap perilaku konsumen, hal ini ditunjukkan oleh angka hasil korelasi yaitu sebesar 0,798. Berdasarkan analisis koefisien determinasi dapat dikatakan bahwa pengaruh *retailing mix* terhadap perilaku konsumen sebesar 63,7% sedangkan sisanya yaitu sebesar 36,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Kemudian berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *retailing mix* terhadap perilaku konsumen pada Indrako Swalayan Teluk Kuantan. Menurut tinjauan ekonomi Islam *retailing mix* sebagai langkah pemasaran yang dilakukan Indrako Swalayan sudah sesuai dengan konsep pemasaran syariah, yang mana dalam menjalankan usahanya Indrako tidak pernah melakukan tindakan yang dapat merugikan para konsumennya.

Kata Kunci : *Retailing Mix*, Perilaku Konsumen