

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
BUSANA MUSLIM KEKE DI KEC. TAMBANG DITINJAU  
MENURUT EKONOMI ISLAM**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-  
Syarat untuk Dapat Menyelesaikan Studi Pada Program S1 Ekonomi Islam  
Guna Untuk Memperoleh Gelar SE.Sy*



**DI SUSUN OLEH :**

**FITRIANA**

**11125200559**

**JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU  
2015**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Alamat : Jl. H.R. Subrantas KM. 15 Tampan Pekanbaru - Riau No. Telp. 0761-28293  
Fax. 0761-21129, Web. [www.uin-suska.ac.id](http://www.uin-suska.ac.id), E-mail : [iain-sq@pekanbaru.indo.net.id](mailto:iain-sq@pekanbaru.indo.net.id)

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini berjudul : **"Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Busana Muslim Keke di Kec. Tambang ditinjau Menurut Ekonomi Islam"**, yang ditulis oleh :

Nama : FITRIANA  
Nim : 11125200559  
Jurusan : EKONOMI ISLAM

Telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Sarjana Program Strata Satu (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang dilaksanakan pada:

Hari : JUM'AT  
Tanggal : 9 OKTOBER 2015

Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syariah dan Hukum sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE, Sy).

Pekanbaru, 12 Oktober 2015

Dekan



DR. H. AKBARIZAN, M. Ag, M. Pd  
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA

KETUA

Dr. Zulkifli, M. Ag  
NIP. 19741006 200501 1 005

PENGUJI I

DR. AMRUL MUZAN, M.A  
NIP. 19770227 200312 1 002

SEKRETARIS

Khairul Amri, M. Ag  
NIP. 19730823 200112 1 003

PENGUJI II

DARMAWAN TIA INDRAJAYA, M. Ag  
NIK. 19720901 200501 1 005

## ABSTRAK

### Penelitian ini berjudul: **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN BUSANA MUSLIM KEKE DI KEC.TAMBANG DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM**

Penelitian ini dilakukan di Busana Muslim Keke Kec. Tambang. Yang melatarbelakangi penelitian ini adalah konsumsi busana muslim yang semakin hari semakin kian pesat penjualannya. Busana Muslim Keke merupakan perusahaan yang bergerak dalam penjualan produk busana muslim Anak-anak, Remaja dan Dewasa. Keke Busana merupakan merek terkenal dan *image* nya tidak asing lagi dimata masyarakat. Tetapi tetap saja dengan merek yang terkenal ini belum membuat pelanggan menjadi loyal, karena masih adanya penurunan pelanggan di Busana Muslim Keke Kec.Tambang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan antara citra merek terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Keke Kec. Tambang dan tinjauan Ekonomi Islam tentang pengaruh signifikan citra merek terhadap loyalitas pelanggan Busana Muslim Keke Kec. Tambang.

Sampel dalam penelitian ini seluruh pelanggan yang berjumlah 91 pelangga. Metode dalam pengambilan data dengan menggunakan kuesioner, sedangkan metode analisis data dengan menggunakan uji validitas (*korelasi product moment*), reliabilitas, uji normalitas, uji hipotesis (Analisis Regresi Berganda, uji t, Koefisien Korelasi Berganda, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji Serempak/Simultan (Uji F).

Setelah penelitian ini dilakukan dapat diketahui bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid serta reliabel. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* secara keseluruhan distribusi data bersifat normal. Dari hasil uji t, diperoleh untuk variabel citra pembuat dan citra produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan untuk citra pemakai berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan busana muslim Keke Kec. Tambang dengan nilai t hitung (2,682) > t table (1,987) dan signifikansi (0,009) < 0,05. Koefisien korelasi berganda R sebesar 0,304 artinya bahwa korelasi antara variabel independen (Citra merek) dengan variabel dependen (Loyalitas pelanggan) memiliki hubungan yang rendah (lemah tapi pasti). Koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,061, artinya citra merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 6,1%, sedangkan sisanya sebesar 93,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Dan hasil Uji F diperoleh F hitung (2,957) > F table (2,71) dan signifikansi (0,037) < 0,05.

Adapun tinjauan Ekonomi Islam tentang citra merek dalam meningkatkan loyalitas pelanggan busana muslim KekeKec. Tambang telah sesuai prinsip Ekonomi Islam, karena busana muslim Keke merupakan busana muslim yang telah sesuai dengan syar'i dan busana muslim Keke saat melakukan transaksi dengan pelanggannya memberikan suatu informasi yang baik, memuaskan pelanggan, dan selalu mempertahankan kejujurannya dengan cara menjual Busana dengan bahan yang berkualitas baik agar tetap memiliki Citra Merek yang positif dimata para konsumen.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, puji syukur selalu tercurahkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “***Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Busana Muslim Keke Di Kec. Tambang Ditinjau Menurut Ekonomi Islam***”, dalam usaha untuk memperoleh satu syarat guna meraih gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Shalawat beserta salam tidak lupa pula dihadiahkan untuk Nabi besar kita yakni Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari alam kegelapan dan kebodohan menuju alam yang terang menderang dan penuh dengan ilmu pengetahuan seperti yang dirasakan pada saat sekarang ini.

Tanpa menutup kenyataan, selama melaksanakan penulisan skripsi ini penulis telah banyak menerima bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Sebagai tanda hormat, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Kamirudin, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Islam yang selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada mahasiswa.
5. Bapak Budi Azwar, S.E, M.Ec selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi, yang telah meluangkan waktu, tenaga dan fikiran dalam membimbing penulis juga memberikan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
6. Ibu Jumni Nelly, M.Ag selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan motivasi kepada penulis.

7. Seluruh staf pengajar yang telah membantu, mendidik, dan membimbing penulis selama mengikuti perkuliahan.
8. Tata usaha dan seluruh staf Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu dalam kelancaran administrasi.

*Special Thank's to:*

1. Teristimewa untuk Ayahanda tersayang (Sutaji) dan Ibunda tercinta (Samiasi) yang telah menjadi penyemangat dan motivasi untuk penulis, yang selalu ada di setiap langkah perjalanan pendidikan penulis, yang selalu ada dalam suka dan duka, yang selalu berkorban untuk kebahagiaan penulis dan selalu memberikan nasehat juga solusi dalam setiap permasalahan penulis.
2. Buat Abangku (Pipit Isnandar), dan Kakakku (Eri Arianti), yang telah memberikan banyak sekali motivasi, memberikan semangat, membuat penulis selalu tersenyum juga selalu ada dalam suka dan duka.
3. Buat sahabatku, Rosihan Anwar, Ernawati, dan Tika Septian yang telah menemani penulis selama masa perkuliahan, banyak memberikan bantuan, motivasi dan juga semangat.
4. Buat teman-teman Ekonomi Islam 1/2011, terkhusus Elva Wita, Maesarah Muhadi, Rizkah Asnawi, Rahmi Hayati, Yati Purnama Sari, dan Yolanda Ahmad, serta semua teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu per satu, terima kasih untuk semuanya.
5. Untuk lain-lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungan dan do'anya.

Akhir kata penulis mengharapkan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua, terimakasih.

Pekanbaru, 25 Juni 2015

Penulis

**FITRIANA**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah.....	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Hipotesis .....	9
F. Metode Penelitian .....	11
G. Teknik Analisis Data.....	15
H. Model Penelitian .....	20
I. Sistematika Penulisan .....	21
<b>BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
A. Letak Geografis dan Demografis Kec. Tambang .....	22
B. Kondisi Sosial Ekonomi Kec. Tambang.....	25
C. Sejarah Berdirinya Busana Muslim Keke.....	26
D. Visi dan Misi Busana Muslim Keke .....	29
E. Struktur Organisasi .....	30
F. Bahan Dasar Busana Muslim Keke .....	30
G. Tahapan Pemasaran Produk Keke .....	31
H. Sistem Pemasaran Produk Keke Collection.....	33
<b>BAB III : TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>34</b>
A. Pengertian Pemasaran .....	34
B. Pengertian Produk.....	35
C. Pengertian merek .....	36
D. Pengertian Citra Merek .....	39
E. Citra Merek Dalam Pandangan Islam .....	42
F. Pengertian Loyalitas.....	46

G. Karakter Loyalitas.....	48
H. Manfaat Loyalitas .....	48
I. Hubungan Loyalitas dan Merek.....	49
<b>BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>52</b>
A. Karakteristik Responden.....	52
B. Distribusi Variabel .....	54
C. Statistik Deskriptif .....	58
D. Pengujian Instrumen Penelitian .....	61
a. Uji Validitas .....	61
b. Uji Reliabilitas.....	62
E. Uji Asumsi Klasik.....	63
a. Uji Normalitas Data .....	63
b. Uji Multikolinearitas .....	64
c. Uji Heterokedastisitas .....	65
d. Uji Autokorelasi .....	66
F. Uji Hipotesis Penelitian .....	67
a. Hubungan Citra Pembuat dengan Loyalitas Pelanggan.....	67
b. Hubungan Citra Pemakai dengan Loyalitas .....	69
c. Hubungan Citra Produk dengan Loyalitas Pelanggan.....	70
d. Analisis Regresi Berganda .....	72
e. Uji Signifikan (Uji t) .....	74
f. Koefisien Korelasi Berganda.....	77
g. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	77
h. Uji Serempak/Simultan (Uji F) .....	78
G. Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Busana Muslim Keke di Kecamatan Tambang di Tinjau Menurut Ekonomi Islam .....	80
<b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran .....	89

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN