

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK
PT. BERKAT MUKMIN MANDIRI SIDOARJO**

SKRIPSI

Oleh:

MUHAMMAD MUN'IM

NIM: G74215083



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2019

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN SYARIAH DAN ETIKA BISNIS
ISLAM TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PRODUK
PT. BERKAT MUKMIN MANDIRI SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu

Ekonomi Syariah

Oleh:

MUHAMMAD MUN'IM

NIM: G74215083

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Muhammad Mun'im

NIM : G74215083

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis Islam
Terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk PT. Berkat Mukmin
Mandiri Sidoarjo

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 7 September 2019

Saya yang menyatakan,



Muhaammad Mun'im

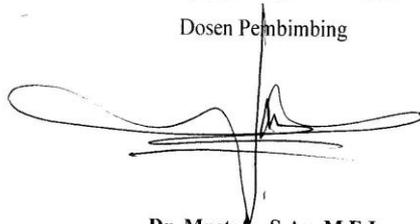
NIM. G74215083

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini yang ditulis oleh Muhammad Mun'im, NIM G74215083 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya, 16 September 2019

Dosen Pembimbing



Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I
NIP.197710302008011007

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Mun'im, NIM. G74215083 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Selasa, 1 Oktober 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I

Dr. Mustofa, S.Ag, M.E.I
NIP.197710302008011007

Penguji II,

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si
NIP. 198209052015031002

Penguji III,

Fatkul Himami, MEI
NIP. 198009232009121002

Penguji IV,

Andhy Permadi, M.Kom
NIP. 198110142014031002

Surabaya, 8 Oktober 2019
Mengesahkan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Dekan,




Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M
NIP. 196212141993031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Mun'im
NIM : 574215083
Fakultas/Jurusan : FEBI / Ekonomi Syariah
E-mail address : muhammadmunim2@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Etika Bisnis
Islam terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk
PT. Berkat Mukmin Mandiri Sidoarjo

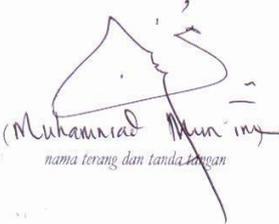
beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media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

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya,

Penulis


nama terang dan tanda tangan

	Wonocolo Surabaya (Skripsi)		terhadap loyalitas konsumen. Variabel citra merek tidak berpengaruh secara parsial, sedangkan promosi berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas konsumen	Perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan yakni pada objek penelitian dimana penelitian ini objek yang diteliti bidang jasa sedangkan penelitian saya bidang kewirausahaan
3	Nur Uzlifah/2019/ Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Majelis Mie Darmo Surabaya (Skripsi)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap pembelian. Variabel Citra Merek memiliki pengaruh lebih besar daripada variabel Bauran Pemasaran Syariah terhadap pembelian	Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan yakni sama-sama menggunakan variabel Bauran Pemasaran Syariah (X_1) Perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan terletak pada variabel terikatnya (Y) yaitu Loyalitas Konsumen
4	Fitri Al Hiqmah et al/2016/Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen pada Hotel Inn Specia Bandung (Jurnal)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis islam tidak berpengaruh secara signifikan	Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan yakni pada variabel Etika Bisnis Islam (X_2) dan variabel Loyalitas Konsumen (Y) Perbedaan pada penelitian yang

- Kotler, Philip Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi Kedua belas. (Jakarta: Indeks, 2007).
- Laurensia Nindy Pravika, “ Analisis Loyalitas Nasabah dalam Menabung di BRI Syariah KCP Pati”, (Skripsi-- STAIN Kudus, 2017), 13.
- Lumintang, Andrew. “*Marketing Mix* Pengaruhnya terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy di Kota Manado”. *Jurnal EMBA*, No.3, Vol.1, 3 September, 2013.
- Marcelina, Jesse dan Billy Tantra. “Pengaruh *Marketing Mix* (7P) terhadap Keputusan pembelian pada *Guest House* di Surabaya” *Universitas Petra Surabaya*.
- Mardalis, Ahmad. “Meraih Loyalitas Pelanggan”, *Benefit*, No.2, Vol.9, 2 Desember, 2005.
- Marlius, Doni. “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Minat Menabung pada Bank Nagari Cabang Muaralabuh”. *Jurmak*. No.1, Vol.3, (April 2016).
- Muhammad. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN, 2004.
- Nugroho, Ryan dan Edwin Japariato. “Pengaruh *People, Physical Evidance, Product, Promotion, Price, dan Place* terhadap tingkat kunjungan di Kafe Coffe Cozies Surabaya”. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, No.2, Vol.1, 2019.
- Nurchalifah, Ita. “Strategi Marketing Mix dalam Perspektif Syariah”, *Jurnal Khatulistiwa*, No.1, Vol.4, 1 Maret, 2014.
- Nurhisam, Luqman. “Etika Marketing Syariah”. *Iqtishadia*. No.2, Vol,4 (2 Desember 2017).
- Pravika, Laurensia Nindy. “ Analisis Loyalitas Nasabah dalam Menabung di BRI Syariah KCP Pati”. Skripsi—STAIN, Kudus, 2017.
- Priyanto, Duwi. *Mandiri belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Rivai, Veitzal dan Antoni Nizar Usman. *Islamic Economics and Finance*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 2012.
- Samanu. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Santosa, M. Satrio Budi, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Yakult di Wonosobo”, *FE UPN Veteran Yogyakarta*.

