

**PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS
PEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di
Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah,
Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh:

SUDARSONO EFENDI SOFYAN

sudarsonoefendisofyan@gmail.com

STEI Darul Qur'an Minak Selehah Lampung

ABSTRAK

Toko Nuri Jaya merupakan salah satu pelaku usaha yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari yang terletak di Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah, Kabupaten Lampung Timur. Dalam usahanya untuk menciptakan loyalitas pembeli diperlukan strategi pemasaran yang tepat, satu strategi pemasaran yang digunakan adalah penetapan harga yang terjangkau dan penyediaan lokasi yang luas. Hal inilah yang mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dalam rangka menyusun skripsi. Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah: 1) Apakah harga secara parsial dapat mempengaruhi loyalitas pembeli dalam berbelanja pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari? 2) Apakah lokasi secara parsial dapat mempengaruhi loyalitas pembeli dalam berbelanja pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari? 3) Apakah harga dan lokasi secara simultan dapat mempengaruhi loyalitas pembeli dalam berbelanja pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari? 4) Bagaimanakah persepektif ekonomi Islam tentang harga, lokasi dan loyalitas pembeli di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan simpel *random sampling*. Data diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 30 responden sebagai sampel dari jumlah populasi tidak diketahui. Data tersebut diolah dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji *t* menunjukkan 1) Adanya pengaruh dari harga terhadap loyalitas pembeli, 2) tidak ada pengaruh antar lokasi terhadap loyalitas pembeli. Hasil uji *f* menunjukkan secara bersamaan variabel harga dan lokasi berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya di Desa Braja Harjosari. 4) Sedangkan dalam perspektif ekonomi Islam, harga yang ditetapkan Toko Nuri Jaya sesuai dengan persepektif ekonomi islam yaitu harga atas dasar kerelaan atau suka sama suka dan lokasi yang dipilih dapat memberikan manfaat bagi lingkungan sekitar serta tidak merusak lingkungan. Serta adanya hubungan timbal balik yang menguntungkan antar penjualan pembeli sehingga terciptalah loyalitas pembeli.

Kata Kunci: Ekonomi Islam, Harga, Kuantitatif, Lokasi, Loyalitas Pembeli

THE INFLUENCE OF PRICE AND LOCATION

BUYER LOYALTY FROM AN ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE (Case Study at Nuri Jaya Shop, Braja Harjosari Village, Braja Selehah District, East Lampung Regency)

By :

SUDARSONO EFENDI SOFYAN

sudarsonoefendisofyan@gmail.com

ABSTRACT

Shop Nuri Jaya is a business actor that sells various daily necessities located in Braja Harjosari Village, Braja Selehah District, East Lampung Regency. In an effort to create buyer loyalty, appropriate marketing strategies are needed. One marketing strategy used is setting affordable prices and providing a wide location. This is what encourages researchers to conduct research in order to compose a thesis. The problems studied in this research are: 1) Can price partially influence buyer loyalty when shopping at the Nuri Jaya Shop, Braja Harjosari Village? 2) Can location partially influence buyer loyalty in shopping at the Nuri Jaya Store, Braja Harjosari Village? 3) Can price and location simultaneously influence buyer loyalty when shopping at the Nuri Jaya Store, Braja Harjosari Village? 4) What is the Islamic economic perspective regarding price, location and buyer loyalty at the Nuri Jaya Shop, Braja Harjosari Village. The method used in this research is quantitative. The sampling method used is probability sampling with a sampling technique using simple random sampling. Data was obtained from distributing questionnaires to 30 respondents as samples from an unknown population. The data is processed and analyzed using multiple linear regression. The t test results show 1) There is an influence of price on buyer loyalty, 2) there is no influence between locations on buyer loyalty. 3) The results of the f test show that price and location variables simultaneously influence buyer loyalty at the Nuri Jaya Shop in Braja Harjosari Village. 4) Meanwhile, from an Islamic economic perspective, the prices set by Toko Nuri Jaya are in accordance with an Islamic economic perspective, namely prices are based on consent or like-mindedness and the location chosen can provide benefits to the surrounding environment and not damage the environment. And there is a mutually beneficial relationship between sales and buyers so that buyer loyalty is created.

Keywords: *Islamic Economy , Price, Quantitative, Location, Buyer Loyalty*

A. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis *ritel* di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir.¹ Bahkan kini bisnis *ritel* telah berkembang dengan berbagai macam bentuk dan jenisnya. *Ritel* adalah usaha yang menjual berbagai kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang menggunakan sistem swalayan (konsumen mengambil barang itu sendiri) atau yang sering kita sebut dengan pasar swalayan.

Saat ini pasar swalayan mulai banyak muncul di tengah-tengah masyarakat. Hal tersebut menyebabkan persaingan antar swalayan pun makin ketat. Kini perhatian para pemilik swalayan tidak lagi hanya berpusat pada bagaimana mereka mendapat pelanggan baru, melainkan bagaimana mereka mempertahankan dan meningkatkan loyalitas atau kesetiaan pembeli yang sudah ada.

Mengingat bahwa pentingnya keberadaan pembeli, maka swalayan perlu melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan pembelinya agar tetap loyal dan menghindari terjadinya kerugian bagi pasar swalayan akibat pembeli yang hilang atau beralih (*customer churn*).

Dalam perspektif Islam berwirausaha merupakan hal yang ditentukan, dimana Nabi Muhammad SAW pernah melakukan usaha perdagangan yang mencontohkan untuk berlaku jujur dalam melakukan usahanya. Hal inilah yang mendasari strategi dagang dalam agama Islam. Seperti yang dijelaskan dalam Al- Qur'an surat At-Taubah ayat 105:²

وَقُلْ أَعْمَلُوا فِى سَبِيلِ اللَّهِ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّوْنَ إِلَىٰ
عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ

Artinya: Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul- Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan

¹ Ujang Sanusi, *Perkembangan Bisnis Ritel di Indonesia: Mengikuti Tren dan Potensi Pasar yang Luas*, <https://saham.or.id/perkembangan-bisnis-ritel-di-indonesia/>, 2021, (diakses pada, 02/02/2024, 20.10)

² Aryani Rosita, et al., "Analisis Strategi Pemasaran Syariah Berbasis Online Dalam Mengembangkan Umkm Cv. Handycraft Pati." *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Akuntansi*, 2023, Vol. 4, No. 1, h. 59.

memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.”. (QS. At-Taubah:105)³

Salah satu aspek penting dalam mempertahankan loyalitas pembeli adalah penentuan harga. Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pembeli sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka sehingga diharapkan dapat membentuk loyalitas pembeli. Harga juga diartikan sebagai salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan juga merupakan faktor utama yang dapat mempengaruhi tingkat persaingan di pasar.⁴ Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pembeli untuk membeli suatu penawaran. Dalam kasus normal, harga berhubungan terbalik yaitu semakin tinggi harga semakin rendah permintaan. Dalam kasus barang-barang bergengsi, harga mahal untuk mengindikasikan produk yang lebih baik sehingga semakintinggi harga semakin tinggi permintaan. Jika harga lebih tinggi dari produk pesaing, tingkat permintaan mungkin menurun. Menurun tidaknya suatu permintaan akan produk berhubungan dengan kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga dapat menciptakan loyalitas pembeli.⁵

Selain harga faktor lokasi juga merupakan faktor penunjang keberhasilan usaha. Tempat (*place*) atau lokasi, yaitu berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran.⁶ Untuk membeli suatu produk, lokasi yang strategis dapat memengaruhi seorang pembeli untuk berkunjung ke tempat tersebut. Jadi, jika tempat usaha tidak direncanakan secara strategis maka akan mempengaruhi mereka sehingga pembeli dapat loyal terhadap produk bisnis itu. Adapun strategi tersebut seperti harga yang ekonomis dari pesaing serta lokasi yang mudah dijangkau dan strategis. Yang dimana strategi ini akan mempengaruhi loyalitas pembeli. Karena penggunaan strategi yang tepat dapat meningkatkan pembeli untuk datang kembali berkunjung ke swalayan tersebut.

⁴Anggita Sukmawati, "Pengertian Harga Menurut Para Ahli", <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/16/060000469/pengertian-harga-menurut-ahli-tujuan-jenis-dan-contohnya>, 2023, (diakses pada, 03/02/2024, 10.10)

⁵ Asri Yanti Bali, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Akutansi Manajemen dan Ekonomi Universitas Nias Raya, 2022, Vol. 1, No. 1, h. 2.

⁶ Igede Arya Pratama, et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di PT.Sejahtera Indobali Trada Benoa)", Jurnal Fakultas Ekonomi Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia, 2021, Vol.1, No.4, h. 1390

Toko Nuri Jaya yang beralamatkan Desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Selehah, Kabupaten Lampung Timur merupakan salah satu swalayan yang baru berdiri dua tahun lalu pada tahun 2022, namun toko tersebut sangat cepat mendapat pembeli yang ramai mulai dari masyarakat Desa Braja Harjosari maupun desa sekitar dalam Kecamatan Braja Selehah. Pemilik toko Ibu Nur Lestari menetapkan strategi untuk mendapat pembeli dengan memberikan harga gorsir atau murah pada barang dagangannya. Pemilik Toko Nuri Jaya juga memilih lokasi yang strategis yaitu ditengah-tengah pemukiman warga dan didekat lapangan yang pada momen tertentu sering diadakan acara. Dengan harapan Toko Nuri Jaya menjadi tempat pilihan utama dalam membeli kebutuhan masyarakat. Berbagai strategi pemasaran telah ditetapkan oleh Toko Nuri Jaya guna mendapat pembeli yang loyal, yang kemudian dapat berdampak pada keuntungan yang maksimum. Namun apakah dengan pemilihan strategi pemasaran tersebut dapat menciptakan pembeli yang loyal terhadap Toko Nuri Jaya dan bagaimanakah nilai-nilai tersebut dilihat dalam konteks ekonomi Islam. Dengan adanya informasi dan masalah yang diterima penulis maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul: ***“PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PEMBELI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari Kecamatan Braja Selehah Kabupaten Lampung Timur.***

B. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis data kuantitatif. Penelitian kuantitatif ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan memerlukan analisis data dengan prosedur statistic. Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan adalah penelitian dengan mencari sumber data langsung dari Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Dalam penulisan ini, data-data yang digunakan berkenaan dengan angka-angka yang berkaitan dengan pengaruh harga dan lokasi terhadap loyalitas pembeli di Toko Nuri Jaya desa Braja Harjosari.

Teknik analisis data adalah proses pengelompokan data berdasarkan variabel dan respon, mentabulasi data berdasarkan variabel dan seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.¹⁶ Karena menggunakan data kuantitatif, maka teknik analisis data menggunakan metode statistic.

A. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pembeli Di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah

Berdasarkan hasil perhitungan secara parsial atau uji thitung adalah variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Pembeli yang ditunjukkan dengan besarnya nilai signifikan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 dengan nilai t test menunjukkan 3,158. Artinya variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pembeli di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_{01} ditolak yang berarti variabel Harga dalam penelitian ini berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pembeli di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari.

Hal ini dibuktikan pada hasil kuisioner, dimana sebagian besar pembeli menjawab sangat setuju pada pernyataan “Harga yang ditawarkan Toko Nuri Jaya terjangkau oleh anda”. Pemilik toko nuri jaya menetapkan harga murah pada barang dagangannya yaitu dengan memberikan harga grosir untuk menarik pelanggan. Sebagian besar pelanggan juga menjawab kuisioner setuju pada pernyataan “Harga yang ditawarkan Toko Nuri Jaya sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan”, karena walaupun dengan harga yang terjangkau pemilik toko tetap menjual produk dengan kualitas yang baik.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Noorohman dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Di Pand's Muslim Depatemen Store Cabang Semarang, menyimpulkan bahwa berdasarkan hasil harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pembeli Di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari, Kecamatan Braja Selehah

Berdasarkan hasil dari uji persial (Uji t), variabel lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pembeli. Hal ini dilihat dari signifikan lokasi usaha sebesar 0,350 yang berarti lebih besar dari tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05. Dan dapat juga dilihat dari thitung sebesar 0,173.

Berdasarkan hasil kuisioner, sebagian pembeli menjawab ragu-ragu dengan pernyataan “Toko Nuri Jaya memiliki lokasi yang luas”. Hal ini, karena Toko Nuri Jaya memiliki lokasi yang kurang luas jika dibandingkan dengan isi toko yang memiliki banyak rak penaruhan barang. Rak tersebut disusun dengan berdekatan, sehingga para pembeli merasa kesusahan untuk berjalan dengan membawa troli terutama saat toko ramai pembeli.

Maka dapat disimpulkan bahwa H_2 ditolak dan H_{02} diterima menyatakan lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pembeli. Lokasi Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari nyatanya belum mampu membuat pembeli merasa loyal terhadap toko.

Hasil ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Igede Arya Pratama, Putu Herny Susanti, dan Putu Atim Purwaningrat, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi di PT.Sejahtera Indobali Trada Benoa)”, 2021 pada penelitiannya menunjukkan bahwa variabel lokasi mempunyai pengaruh terhadap variabel loyalitas pembeli sebesar 52,1%. Hal ini juga tidak relavan dengan penelitian terdahulu Ferry Anggriawan, Tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Studi Kasus B-Prend Cafe”. Menunjukkan bahwa adanya pengaruh variabel lokasi terhadap loyalitas pembeli sebesar 58,2%.

2. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pembeli di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari.

3.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, didapatkan Variabel harga (X_1) dan Lokasi (X_2) mempunyai nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai Fhitung $9,777 > F_{tabel} 4,20$. Maka, dapat dinyatakan bahwa harga dan lokasi secara atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli (Y) pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Yang berarti pada hipotesis H_3 diterima dan H_{03} ditolak. Berdasarkan penelitian ini juga R tabel mendapat nilai sebesar 0,648 hal ini berarti pengaruh variabel bebas harga (X_1) dan lokasi (X_2) secara simultan adalah sebesar 37,7%. Artinya, bahwa variabel harga dan lokasi mampu menjelaskan varian pada variabel loyalitas pembeli (Y) sebesar 37,7%. Sedangkan sisanya 62,3% ($100\% - 37,7\%$) dipengaruhi oleh variabel yang lain.

4. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pembeli dalam Persepektif Ekonomi Islam

a. Harga dalam Persepektif Ekonomi Islam di Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dibelinya guna memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Islam memberikan kebebasan dalam harga yang artinya segala bentuk konsep harga yang terjadi dalam transaksi jual beli diperbolehkan dalam ajaran Islam.

Hal ini sesuai dengan keadaan di Toko Nuri Jaya, dimana harga yang ditawarkan terjangkau dan tidak ada paksaan untuk membelinya. Apabila pembeli akan melakukan pembelian, otomatis telah suka dan butuh terhadap barang yang akan

ia beli, dan harga yang akan ia bayarkan tidak ada paksaan dari konsumen tersebut.

b. Lokasi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Kotler dan Armstrong salah satu kunci menuju sukses salah satunya adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan sebagainya. Sebelum suatu perusahaan mendirikan pabrik, biasanya direncanakan sebaik mungkin sebab letak berpengaruh pada biaya operasi/produksi, harga jual, serta kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar.⁷ Oleh karena itu, untuk mendapatkan lokasi yang tepat sehingga memberikan keuntungan bagi perusahaan, diperlukan mencari lokasi yang akan mempermudah dalam semua kegiatan usahanya sehingga diperlukan faktor-faktor untuk menentukan lokasi yang tepat dan juga yang baik. Begitu juga dengan penentuan lokasi usaha yang tepat. Diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar, akan tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar Toko Nuri Jaya Braja Harjosari sendiri sudah menerapkan hal-hal tersebut seperti membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar sehingga pendapatannya meningkat dan menyediakan tempat dan lahan parkir yang cukup luas agar konsumen merasa nyaman.

Dalam islam pemilihan lokasi usaha diharapkan pada lokasi yang baik dan tidak merugikan atau merusak lingkungan sekitar. Islam melarang untuk melakukan kerusakan lingkungan, sehingga dapat merugikan orang lain. Allah SWT melarang umatnya untuk menghancurkan atau merusak yang ada di muka bumi, melainkan menjaga dan melindunginya. Begitu juga dengan penentuan lokasi usaha yang tepat diharapkan bukan memberikan efek negatif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar, akan tetapi memberikan efek positif untuk lingkungan dan masyarakat sekitar usaha tersebut. Dalam hal ini Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari telah masuk dalam kriteria bertepatan pada lokasi yang strategis dan tidak merusak lingkungan, dapat mempermudah dalam pemenuhan kebutuhan karena lokasinya yang strategis dan telah memberikan pengaruh atau manfaat yang baik bagi lingkungan dan masyarakat sekitar.

⁷ Maharesta Lutfhiana Nofindri, et l., "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di Mini Market Winda Kota Padang", jurnal Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Vol, 3, No. 1, 2021, h. 60

c. Loyalitas Pembeli dalam Persepektif Ekonomi Islam

Loyalitas merupakan kemauan pelanggan untuk mempertahankan hubungan mereka dengan perusahaan dalam waktu yang lama, dikatakan demikian karena pelanggan setia adalah mereka yang membeli produk/jasa perusahaan dari waktu ke waktu.⁸

Islam dengan menciptakan keseimbangan sehingga dapat mencapai sebuah tujuan bersama antara penjual dan pembeli tanpa merugikan salah satu diantaranya. Pengamalan terhadap ayat tersebut dapat menciptakan berbagai situasi positif bagi pelaku usaha maupun konsumennya, seperti adanya kepercayaan dalam diri konsumen sehingga dapat menciptakan kepuasan dan rasa loyalitas bagi pembeli. Toko Nuri Jaya selalu menerapkan berbagai strategi yang mengutamakan pembeli seperti menerapkan harga murah yang sesuai dengan kemampuan membeli masyarakat, memilih lokasi yang strategis agar terjangkau oleh pembeli dalam lainnya. Berbagai strategi tersebut dilakukan untuk terciptanya keseimbangan antar penjual dan pembeli sehingga adanya kepercayaan pembeli dengan diharapkan dapat terciptanya loyalitas pembeli.

B. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan hasil analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga berperan sangat penting terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari.
2. Lokasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Lokasi Toko Nuri Jaya dianggap kurang luas dan lahan parkir yang sempit, sehingga variabel lokasi tidak mempengaruhi loyalitas pembeli.
3. Harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari. Hal ini dapat disimpulkan bahwa harga dan lokasi berperan sangat penting terhadap loyalitas pembeli pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari.
4. Harga, lokasi dan loyalitas pembeli dalam perspektif Islam pada Toko Nuri Jaya Desa Braja Harjosari sudah sesuai dengan syariat islam. Yaitu penetapan harga yang murah sehingga terjadi kerelaan antara penjual dan

⁸ Putri Patrisia Lasma Gultom, et al., "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fellow Coffee Malalayang Manado", jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, Vol. 4 No. 1, 2023, hal. 92

pembeli. Lokasi Toko Nuri Jaya pun dapat memberi manfaat pada masyarakat sekitar seperti dapat membuka lapangan kerja. Serta loyalitas pembeli yang terbentuk dari keberhasilan strategi pemasaran yang ditetapkan di Toko Nuri Jaya sehingga muncul kepercayaan pembeli sehingga terciptalah loyalitas pembeli.

C. DAFTAR PUSTAKA

- Anita Rahayu, "Teknik Pengambilan Sample", <https://binus.ac.id/malang/2022/08/teknik-pengambilan-sampel/>, 2022.
- Ariyanto, Aris, et al., *Manajemen Pemasaran*, CV Widina Media Utama, h. 2, 2023.
- Aswawi, Nurafiah, "Penetapan Harga Hasil Perikanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pasar Pelelangan Ikan Kota Kendari)." *AT TARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, universitas muhammadiyah kendari, Vol. 1, No. 4, 2022.
- Bali, Asri Yanti, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Akutansi Menejemen dan Ekonomi Universitas Nias Raya*, Vol. 1, 2022.
- Cardia, Daniel I, et al., "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Menejemen*, Universitas Udayana, Vol, 8, No. 11, 2019.
- Fitriyani, Sandra, et al., "Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil" *Jurnal Fakultas Menejemen Universitas Bengkulu*, Vol. 13, No. 1, 2019.
- Gultom, Dedek Kurniawan, "Determinasi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan." *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Universitas Muhamadiyah Sumatra Utara, vol. 3, no. 2, 2020.
- Gultom, Putri Patrisia Lasma, et al, "Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fellow Coffee Malalayang Manado", *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*, Vol. 4 No. 1, 2023.
- Hajrah, Askari Zakariah, dan Novita, "Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Pedagang Menurut Perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Fakultas Agama Islam*, Universitas Sains Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka, Vol. 2 No. 1, 2024.
- Haniah, Nisrina, "Uji normalitas dengan metode liliefors." *Statistika Pendidikan* 1, 2013.
- Ilmu Islam Portal Belajar Agama Islam, "*Hadits Abu Daud Nomor 2994*", <https://ilmuislam.id/hadits/2916/hadits-abu-daud-nomor-2994>
- Iriyanti, Emik, et al., "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening pada

- Depot Mie Pangsit Jember”, Jurnal Prodi Manajemen FE Universitas Muhammadiyah Jember, Vol.2 No, 2016.
- Janna, Nilda Miftahul, dan Herianto Herianto, "Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS." jurnal sekolah tinggi agama islam darul dakwah wal-irsyad, 2021.
- Jesslyn, Brigitta Novilia dan Riris Loisa. "Pengaruh e-WOM di instagram terhadap loyalitas pelanggan kopi Janji Jiwa." Jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara Vol. 3, No. 2, 2019.
- Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan*, (Bandung: PT Alqosbah Karya Indonesia) 2022.
- Mardiatmoko, Gun, "Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda (studi kasus penyusunan persamaan allometrik kenari muda [*canarium indicum* l.])." BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan 14, 3, 2020.
- Mashuri, “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam”, Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Syariah Bengkalis, Vol.9, 2020.
- Muslimin, Supriadi, et al., Konsep Penetapan Harga Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Jurnal fakultas Ekonomin, Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Azhar Gowa, Vol. 2 No. 1, 2020.