

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN
LOKASI PENJUALAN
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HIJAB SYAR'I
(Studi pada Toko Meshopgirl Beurawe Kecamatan Kuta Alam
Kota Banda Aceh)**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

CUT SARAH MEDINA

NIM: 150602195



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M/1441 H**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HIJAB
SYAR'I (STUDI PADA TOKO MESHOPGIRL BEURAWÉ
KECAMATAN KUTA ALAM KOTA BANDA ACEH)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Syariah Uin Ar-Raniry Banda
Aceh Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
S-1 Ekonomi (S.E)**

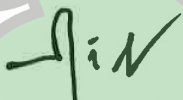
Diajukan Oleh:

**Cut Sarah Medina
NIM: 150602195**

Disetujui Oleh:

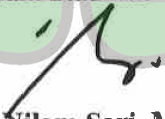
Pembimbing I

Pembimbing II


**Dr. Aida Rina Elisiva. B. Acc, MM.
NIP. 197101042006042001**


**Jalaluddin, ST., MA
NIDN. 2030126502**

**A R - Mengetahui R Y
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah**


**Dr. Nilam Sari, M. Ag
NIP. 197103172008012007**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN LOKASI
PENJUALAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN HIJAB
SYAR'I (STUDI PADA TOKO MESHOPGIRL BEURAWÉ
KECAMATAN KUTA ALAM KOTA BANDA ACEH)**

SKRIPSI

**Diajukan oleh:
CUT SARAH MEDINA
150602195**

**Telah Dinilai Oleh Tim Munaqasyah Skripsi Fakultas Ekonomi Syariah
UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi Syariah (S.E)
Pada Hari/Tanggal: Selasa, 14 Januari 2020 M
9 Jumadil-Awwal 1441 H**

Panitia Munaqasyah Skripsi:

Ketua



Dr. Aida Rina Elsisva, B. Acc, MM.
NIP. 197101042006042001

Sekretaris



Jalaluddin, ST., MA
NIDN. 2030126502

Penguji I



Dr. Ahmad Nizam, SE, MM
NIP. 196609201993031003

Penguji II



Dara Amanatillah, MSc. Finn
NIP. 2022028705

AR - RANIRY

Mengetahui,

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,**



Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 196403141992031003

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Cut Sarah Medina
NIM : 150602195
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

AR - RANIRY

Banda Aceh, 2 Januari 2020

Yang Menyatakan.



Cut Sarah Medina

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur bagi Allah yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Tidak lupa pula shalawat beriring salam kita curahkan kepada junjungan Nabi besar kita Nabi Muhammad SAW, yang telah mendidik seluruh umatnya untuk menjadi generasi terbaik di muka bumi ini. Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Hijab Syar’i Meshopgirl Beurawe Kec. Kuta Alam Kota Banda Aceh” ditulis dalam rangka melengkapi dan memenuhi salah satu syarat yang diperlukan untuk menyelesaikan pendidikan guna mendapatkan gelar sarjana Strata Satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam hal materi maupun teknik penyusunan, namun berkat bantuan dari berbagai pihak Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag dan Cut Dian Fitri, SE, M.Si.,Ak selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Aida Rina Elisiva,B.Acc,MM. selaku dosen pembimbing I dan Jalaluddin, ST., MA selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, pikiran dalam memberikan arahan, nasehat-nasehat dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Zaki Fuad Chalil,M.Ag selaku Penasehat Akademik penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Ekonomi Syariah.
6. Seluruh staf dan dosen-dosen yang mengajar pada Program Studi Ekonomi Syariah selama proses belajar mengajar.
7. Kepada Mahasiswi yang telah membantu dalam penelitian guna menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang tua yang tercinta Ayahanda Ir. T.M.Nur dan Ibunda Cut Ariani yang selalu memberikan cinta dan kasih sayang, semangat dan motivasi, serta doa yang tiada henti dan selalu memberikan yang terbaik kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan pendidikan pada Program Studi ekonomi Syariah.

9. Kepada adik Cut Nadira, Cut Farah Diba, T.M.Fathin Akbar dan juga kepada seluruh keluarga besar yang telah mendoakan dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat tersayang khususnya Sindy , Pam, Lisa , Madam, Tria, Muni, Amel, Jihan, Popi , Maisarah, Thursina, Azra , Syifa, Wanna , Aisha, Erin , Agusti Ayu, Cut Riska Shafira, Nadiatul Ulya, Putri Widya, Desi, Diah, Yulia, Putro, Berril, T.m haikal, Ilham, dan T.ade yang telah membantu, memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.
11. Teman-teman seperjuangan mahasiswa S1 Ekonomi Syariah atas segala dukungan yang pernah diberikan agar penulis bisa dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.
12. Serta kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dan memberikan dukungan serta doa yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya penulis mengucapkan banyak terima kasih untuk semua pihak semoga mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk semua pihak dan pengembangan ilmu pengetahuan bagi yang membacanya.

Banda Aceh, 27 Desember 2019

Penulis,

Cut Sarah Medina

DAFTAR ISI

PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN SIDANG.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH MAHASISWA.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	xv
ABSTRAK.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
12.1 Latar Belakang.....	1
12.2 Rumusan Masalah.....	5
12.3 Tujuan Penelitian.....	5
12.4 Manfaat Penelitian.....	6
12.5 Sistematika penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Kualitas Produk.....	9
3.1.1 Pengertian Kualitas.....	9
3.1.2 Pengertian Produk.....	10
2.2 Pengertian Kualitas Produk.....	11
2.3 Pengertian Promosi.....	18
2.3.1 Tujuan Promosi.....	24
2.3.2 Metode promosi penjualan.....	28
2.3.3 Etika promosi dalam Islam.....	29
2.4 Lokasi.....	32
2.5 Minat Beli.....	35
2.6 Penelitian Terdahulu.....	38
2.7 Kerangka Berfikir.....	48

2.8 Hipotesis.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	50
3.1 Jenis Penelitian.....	50
3.2 Lokasi Penelitian.....	50
3.3 Jenis Data Penelitian.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5 Populasi dan sampel.....	54
3.6 Model Penelitian.....	55
3.7 Operasional Variabel Penelitian.....	56
3.8 Teknik Analisis Data.....	58
3.8.1 Uji Validitas.....	58
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	59
3.9.1 Uji Normalitas.....	59
3.9.2 Uji Multikolinearitas.....	59
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas.....	60
3.10 Uji Hipotesis.....	60
3.10.1 Uji Parsial (Uji t).....	60
3.10.2 Uji Simultan (Uji F).....	61
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Gambaran Umum Meshopgirl.....	63
4.2 Karakteristik Responden.....	63
4.2.1 Jenis kelamin.....	64
4.2.2 Usia.....	64
4.2.3 Pekerjaan.....	66
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.3.1 Uji Validitas.....	67
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	69
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	70
4.4.1 Uji Normalitas.....	70
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	73
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	74

4.5	Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	75
4.6	Uji Hipotesis.....	78
4.6.1	Uji F (Uji Simultan).....	78
4.6.2	Uji T (Uji Parsial).....	80
4.6.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	82
4.7	Pembahasan Hasil Penelitian.....	83
4.7.1	Pengaruh Kualitas Produk , Promosi, dan Lokasi Penjualan Secara Parsial Terhadap Minat Beli Konsumen.....	83
4.7.2	Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Lokasi Penjualan Secara Simultan Terhadap Minat Beli Konsumen.....	86
BAB V PENUTUP.....		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran.....	90



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Bulan April-September 2019.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Skala Likert.....	52
Tabel 3.2 Skala Likert.....	52
Tabel 3.3 Interval Penilaian Jawaban Responden.....	53
Tabel 3.4 Operasional Variabel Penelitian.....	57
Tabel 4.1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Umur.....	65
Tabel 4.3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	68
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	69
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas.....	73
Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	76
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	79
Tabel 4.11 Hasil Uji T.....	80
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83

جامعة الرانري

A R - R A N I R Y

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran.....	48
Gambar 4. 1 Gambar Normal P-P Plot.....	72



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	94
Lampiran 2 Data Coding Penelitian.....	99
Lampiran 3 Hasil Olah Data.....	111



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1 Konsonan

No.	Arab	Latin	No.	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	'
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	'
14	ص	AR - Ṣ ANIR	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2 Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Faṭḥah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ َ	<i>Faṭḥah</i> dan ya	Ai
وِ ِ	<i>Faṭḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*
 هول : *haul*

3 Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
أَ َ	<i>Faṭḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
إِ ِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يِ ِ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*
 رَامَا : *ramā*
 قِيلَا : *qīla*
 يَقُولُ : *yaqūlu*

4 Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- 1 Ta *marbutah* (ة) hidup

- Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.
- 2 Ta *marbutah* (ة) mati
Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.
 - 3 Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْآتِفَالِ : *Rauḍah al-atfāl/ rauḍatulatfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّارَةُ : *Al-Madīnah al-Munawwarah/ alMadīnatul Munawwarah*

طَالِحٌ : *Ṭalḥah*

Catatan: Modifikasi

- 1 Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
- 2 Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
- 3 Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Cut Sarah Medina
NIM : 150602195
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Hijab Syar'i (Studi pada Toko Meshopgirl Beurawe Kecamatan Kuta Alam Kota Banda Aceh)
Pembimbing 1 : Dr. Aida Rina Elisiva. B. Acc, MM
Pembimbing 2 : Jalaluddin, ST., MA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Lokasi Penjualan Terhadap Minat Beli Konsumen Hijab Syar'i Meshopgirl. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Hijab Syar'i Meshopgirl. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif. Sampel yang diambil sebanyak 90 responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengujian hipotesis menggunakan metode analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS versi 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 48,251 dengan probabilitas signifikan 0,000. Sedangkan secara parsial hanya variabel kualitas produk dan promosi sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dibuktikan, variabel kualitas produk dengan nilai t_{hitung} sebesar 1997 dan probabilitas signifikan 0,049. Variabel promosi dengan nilai t_{hitung} sebesar 3,225 dan probabilitas signifikan 0,002. Variabel lokasi dengan nilai t_{hitung} sebesar 0,486 dan probabilitas signifikan 0,648. Berdasarkan uji R^2 pengaruh yang diberikan oleh variabel independen terhadap dependen sebesar 61,4% sedangkan sisanya 38,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Kata Kunci: *Kualitas produk, promosi, lokasi, minat beli konsumen*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melihat banyaknya masyarakat di Indonesia yang muslim, dengan berhijab ternyata juga mendorong berkembangnya trend busana muslim. Saat ini pertumbuhan muslimah di Indonesia sangat tinggi. Kita bisa lihat dari meningkatnya permintaan busana muslim, tumbuhnya komunitas-komunitas hijab, dan berbagai kegiatan hijab *class* di perusahaan, pangajian, dan arisan. Fenomena tersebut belum terjadi pada awal tahun 2000.

Salah satu yang mempengaruhi hal tersebut adalah daya beli masyarakat Indonesia yang terus meningkat. Banyaknya muslimah di Indonesia yang mengenakan pakaian muslim harus sesuai dengan syariat berpakaian seperti yang telah di perintahkan oleh Agama. Seperti yang telah di tetapkan oleh Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 59 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ۖ ذَٰلِكَ أَدْنَىٰ أَنْ يَعْرِفْنَ فَلَا يُؤْذِينَ ۗ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا

Artinya: Wahai Nabi, katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan perempuan-perempuan orang-orang mukmin, “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka!” Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah

dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu. Dan Allah adalah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang(Al-Ahzab [33] : 59).

Dari ayat tersebut nampak jelas, bahwa setiap wanita muslimah, dalam hal ini adalah semua wanita yang mengimani agama Islam, diwajibkan mengenakan jilbab. Konteks jilbab disini tidak hanya menutup rambutnya saja, melainkan menjulurkan jilbab hingga ke bagian dadanya. Sudah pasti, jilbab yang dikenakan haruslah lebar, tidak mini dan bisa menutupi bagian-bagian tubuh yang harus dijaga. Pakaian yang dikenakan pun harus lapang, tidak menonjolkan bagian tubuhnya.

Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya beragama muslim, menurut sensus penduduk pada tahun 2010 ada sekitar 87,18% dari 207.176.12 (BPS Indonesia, 2010), khususnya di Aceh penduduk yang beragama islam mencapai 98,19%. Penduduk yang mayoritas muslim tersebut membuat para penganutnya mengharuskan dirinya menggunakan busana muslim. Di dalam agama Islam diwajibkan bagi perempuan maupun laki laki untuk menutup auratnya. Sebagai wanita muslim tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama.

Saat ini, minat muslimah untuk berjilbab sesuai dengan syariat sangat meningkat. Meningkatnya perminatan masyarakat muslimah terhadap busana muslim dan syar"i ini telah merubah persepsi masyarakat tentang mereka yang menggunakan jilbab

syar'i hanyalah kaum ibu ibu dan ketinggalan zaman, karna ternyata banyak kaum remaja yang telah menggunakan khimar dan jilbab syar'i ini karena desain yang di buat cenderung simple dan menggunakan warna pastel, modelnya pun beraneka ragam dan bisa di sesuaikan dengan usia dan model yang diinginkan. Sehingga saat ini, tidak sedikit muslimah yang ada di kota Banda Aceh ini memantapkan untuk hijrah menggunakan pakaian yang syar'i.

Saat ini di Banda Aceh terdapat beberapa usaha konveksi diantaranya Rabbani, Zoya, Elzatta dan lain-lain. Salah satu usaha konveksi yang membuat pakaian muslimah adalah Meshopgirl sebagaiprodusen pakaian muslim di kota Banda Aceh. Produk yang dihasilkan salah satunya adalah hijab syar'i, dalam proses pemasarannya owner meshopgirl sangat memperhatikan sistem pemasaran, yakni kualitas produk,promosinya dan lokasi. Dengan dilakukannya promosi usaha meshopgirl sebagai produsen pakaian muslim dapat bersaing dengan produsen lainnya dalam merebut pangsa pasar secara efisien dan efektif. Adapun promosi yang dilakukan oleh usaha meshopgirl antara lain adalah promosi melalui instagram ataupun media sosial yang sedang tren saat ini. Hal tersebut dilakukan agar menghasilkan serta meningkatkan minat beli konsumen hijab syar'i.

Tabel 1 1 Data Penjualan Bulan April-September 2019

No	Bulan	Penjualan (Rp)	Jumlah (<i>Pcs</i>)
1	April	29.387.000	345
2	Mei	98.094.000	914
3	Juni	32.657.000	364
4	Juli	72.287.000	644
5	Agustus	38.767.000	564
6	September	28.002.000	308

Sumber : Toko Meshopgirl

Dilihat Dari Tabel 1.1 tersebut terlihat bahwa penjualan di Meshopgirl yang tidak teratur . Dari bulan April sampai bulan Mei penjualan mengalami kenaikan sebesar Rp68.707.000, dan pada bulan juni sampai juli mengalami kenaikan sebesar Rp39.630.000, terlihat dari bulan agustus menuju bulan september, penjualan mengalami penurunan sebesar Rp10.756.000. Selain itu jumlah pengunjung di toko meshopgirl tiap bulan berubah-ubah kecuali bulan Ramadhan dan pada hari-hari besar Islam seperti hari raya Idul Fitri jumlahnya akan semakin meningkat.

Berdasarkan pembahasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Hijab Syar'i (Studi pada Toko Meshopgirl Beurawe Kecamatan Kuta Alam Banda Aceh"**.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?
2. Apakah promosi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?
3. Apakah lokasi secara parsial berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?
4. Apakah kualitas produk, promosi, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen ?

1.3 Tujuan Penelitian

Setiap penelitian yang dilakukan tentunya memiliki tujuan yang hendak dicapai. Adapun tujuan yang hendak dicapai penulis dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap minat beli konsumen hijab syar'ipada usaha meshopgirl.
2. Untuk mengetahui pengaruh promosi secara parsial terhadap minat beli konsumen hijab syar'i pada usaha meshopgirl.
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap minat beli konsumen hijab syar'i pada usaha meshopgirl.

4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan lokasi secara simultan terhadap minat beli konsumen hijab syar'i pada usaha meshopgirl.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin diberikan penulis dari peneliti ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap minat beli konsumen serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program strata satu (S1) Ekonomi Syariah.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dan menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak manajemen pemasaran toko untuk melaksanakan strategi-strategi yang tepat kemudian Memberikan ide-ide atau informasi lainnya yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pihak manajemen pemasaran usaha tersebut. Memberikan informasi kepada masyarakat dan peneliti lain sebagai bahan acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya .

3. Bagi Akademis

Dari hasil penelitian ini dapat menambah kepustakaan dan dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk menggambarkan mengenai susunan isi skripsi secara teratur. Penelitian ini disusun dalam tiga bab yang masing-masing terdiri dari sub bab pembahasan sebagai acuan berpikir secara sistematis.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai pendahuluan yang merupakan gambaran umum penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORITIS

Bab ini merupakan kerangka teori dan landasan teori serta pengembangan hipotesis yang terdiri dari teori, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berpikir, serta pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini merupakan metode penelitian yang terdiri dari penjelasan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, metode analisis dan tahapan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan pelaporan hasil penelitian dan pembahasan yang mengaitkan dengan kerangka teori atau penelitian yang dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bagian ini merupakan bab terakhir dari isi pokok penelitian terdiri dari simpulan dan saran.

