

ABSTRAK

Usaha bisnis di era modern saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan berbagai format dan jenisnya. Mulai dari usaha kecil maupun besar dapat berdampak pada persaingan yang ketat antar perusahaan. Banyak perusahaan yang berusaha menguasai pasar untuk memenangkan persaingan dengan cara menerapkan strategi pemasaran yang tepat serta memanfaatkan peluang bisnis yang ada, sebagai contoh yaitu bisnis ritel. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu ritel tradisional dan ritel modern. Jenis ritel modern di Indonesia meliputi pasar modern, pasar swalayan, departemen store, minimarket supermall dan lain-lain. Pada era yang serba cepat dan mudah ini, bisnis ritel modern harus memiliki kemampuan tentang perilaku belanja konsumen dan mengembangkan inovasi serta kreatifitas baru untuk tetap unggul dan bertahan menghadapi persaingan yang semakin ketat. Salah satu bisnis ritel dengan klarifikasi minimarket yang berkembang menggunakan konsep Islami di Indonesia yaitu Toko Basmalah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic service quality*, religiusitas, produk, harga, dan lokasi terhadap loyalitas konsumen minimarket pada Toko Basmalah Cabang Sepulu Kabupaten Bangkalan. Metode penelitian ini yaitu kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS 25. Pengambilan data menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen Toko Basmalah Cabang Sepulu. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; 1) Variabel *Islamic Service Quality* (X1), Religiusitas (X2), Produk (X3), Harga (X4), dan Lokasi (X5) dinyatakan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket pada Toko Basmalah Cabang Sepulu, 2) Variabel *Islamic Service Quality* (X1) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket Toko Basmalah Cabang Sepulu, 3) Variabel Religiusitas (X2) dinyatakan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket Toko Basmalah Cabang Sepulu, 4) Variabel Produk (X3) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket Toko Basmalah Cabang Sepulu, 5) Variabel Harga (X4) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket Toko Basmalah Cabang Sepulu, 6) Variabel Lokasi (X5) dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen (Y) minimarket Toko Basmalah Cabang Sepulu.

Kata Kunci: *Islamic Service Quality*, Religiusitas, Produk, Harga, Lokasi, dan Loyalitas Konsumen.

ABSTRACT

Business ventures in the modern era are currently experiencing quite rapid development with various formats and types. Starting from small or large businesses can have an impact on intense competition between companies. Many companies are trying to dominate the market to win the competition by implementing appropriate marketing strategies and taking advantage of existing business opportunities, for example the retail business. Retail business in Indonesia can be divided into two groups, namely traditional retail and modern retail. Types of modern retail in Indonesia include modern markets, supermarkets, department stores, supermarket minimarkets and others. In this fast and easy era, modern retail businesses must have the ability to understand consumer shopping behavior and develop new innovations and creativity to stay ahead and survive in the face of increasingly fierce competition. One of the retail businesses with minimarket clarification that is developing using Islamic concepts in Indonesia is Toko Basmalah.

This research aims to determine the influence of Islamic service quality, religiosity, product, price and location on minimarket consumer loyalty at the Basmalah Shop, Sepulu Branch, Bangkalan Regency. This research method is quantitative with multiple linear regression analysis techniques using the SPSS 25 application. Data collection uses primary data sources and secondary data. Data collection techniques by distributing questionnaires. The population in this research is all consumers of the Basmalah Shop, Sepulu Branch. The number of samples used was 100 respondents.

The results of this research show that: 1) The variables Islamic Service Quality (X1), Religiosity (X2), Product (X3), Price (X4), and Location (X5) are stated to simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Loyalty (Y) of minimarkets at the Basmalah Shop Sepulu Branch, 2) The Islamic Service Quality variable (X1) was stated to have a positive and significant effect on Consumer Loyalty (Y) at the Basmalah Shop Sepulu Branch minimarket, 3) The Religiosity Variable (X2) was stated to have a negative and insignificant effect on Consumer Loyalty (Y) minimarket Toko Basmalah Sepulu Branch, 4) Product Variable (X3) is stated to have a positive and significant effect on Consumer Loyalty (Y) minimarket Toko Basmalah Sepulu Branch, 5) Price Variable (X4) is stated to have a positive and significant effect on Consumer Loyalty (Y) minimarket Basmalah Shop Sepulu Branch, 6) Location Variable (X5) is stated to have a positive and significant effect on Consumer Loyalty (Y) of the minimarket Basmalah Shop Sepulu Branch

Keywords: *Islamic Service Quality, Religiosity, Product, Price, Location and Consumer Loyalty.*