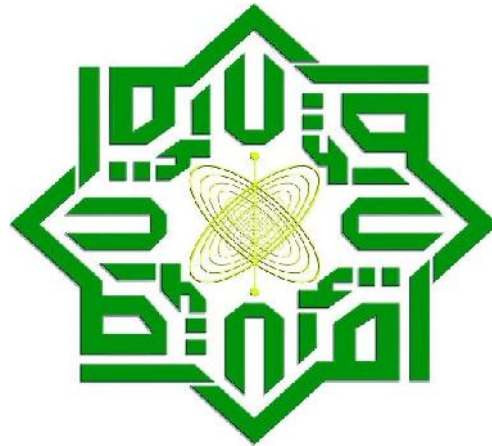


**STRATEGI MARKETING DAN PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA
MARTABAK BANGKA DI KECAMATAN TAMPAN
PEKANBARU**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam (SE.Sy)**



**ZULFA YERI
NIM. 10825004560**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

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

2015



PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Strategi Marketing dan Pelayanan dalam Meningkatkan Pendapatan dan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Martabak Bangka Di Kecamatan Tampan Pekanbaru” yang ditulis oleh:

Nama : ZULFA YERI
Nim : 10825004560
Jurusan : Ekonomi Islam

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

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Oktober 2014
Bertepatan : 7 Muharram 1436 H

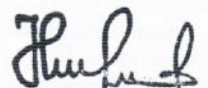
Sehingga dapat diterima dan disahkan oleh Fakultas Syari’ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah (SE.Sy)

Pekanbaru, 18 Januari 2015
Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum



Dr. H. Akbarizan, M.Ag, M.Pd
NIP. 19711001 199503 1 002

PANITIA UJIAN SARJANA


KETUA


Dr. Hj. Henina, M.Pd
NIP. 19680629 199402 2 002

SEKRETARIS


Muhammad Nurwahid, M.Ag
NIP. 19710101 200003 1 005

PENGUJI I


Zulfahmi Bustami, M.Ag
NIP. 19710101 199703 1 010

PENGUJI II


Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec
NIK. 130500005

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul, *Strategi Marketing dan Pelayanan dalam Meningkatkan Pendapatan dan Loyalitas Pelanggan pada Usaha Martabak Bangka di Kecamatan Tampan Pekanbaru.*

Dalam perkembangan usaha bisnis tidak lepas dari suatu pelayanan, Pelayanan ini yang sangat berpengaruh penting dalam perkembangan suatu usaha. Suatu pelayanan tidak terlepas dari sebuah manajemen yang dikelola dengan baik pula. Perusahaan pun memiliki manajemen yang berfungsi untuk melakukan pengelolaan dalam perusahaan dan mengatasi persaingan yang ada antar para pelaku usaha sejenis dalam memperebutkan konsumen khususnya pada usaha martabak bangka Di Kecamatan Tampan, Pekanbaru.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana strategi marketing dan pelayanan dalam meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan pada usaha martabak bangka dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap strategi marketing dan pelayanan dalam meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan. Untuk mengetahui bagaimana strategi marketing dan strategi pelayanan dalam rangka meningkatkan pendapatan serta meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha martabak bangka di Kecamatan Tampan dan Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam terhadap strategi marketing dan pelayanan dalam rangka meningkatkan pendapatan serta meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha martabak bangka di Kecamatan Tampan. Populasi dalam penelitian adalah pengusaha martabak bangka yang ada di Kecamatan Tampan yang berjumlah 45 usaha, sampel ditentukan 50% dari jumlah populasi yakni 22 pengusaha, tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Aksidental Sampling*. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu setelah semua data berhasil dikumpulkan, penulis menjelaskan secara rinci dan sistematis sehingga dapat dipahami kesimpulan akhirnya. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, angket dan dokumentasi.

Lokasi penelitian ini di Kecamatan Tampan, Pekanbaru. Subjek dalam penelitian ini adalah Pengusaha Martabak Bangka di Kecamatan Tampan. Sedangkan objeknya adalah strategi marketing dan pelayanan dalam meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan menurut Ekonomi Islam.

Dari hasil penelitian terhadap pelayanan yang dilakukan oleh Pengusaha Martabak Bangka di Kecamatan Tampan terhadap pelanggannya secara keseluruhan sudah baik, akan tetapi ada beberapa yang belum berjalan secara maksimal dan hal ini perlu diperhatikan dalam mewujudkan pemasaran dan pelayan terbaik kepada pelanggan. Pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan suatu usaha dalam rangka menarik minat konsumen terhadap jasa/produk yang ditawarkan yang secara langsung berdampak bertambahnya pelanggan pengguna jasa. Dalam Tinjauan ekonomi Islam penerapan konsep marketing dan pelayan terhadap konsumen oleh penyedia jasa harus dilakukan secara rapi, benar, tertib dan teratur serta berlandaskan pada nilai-nilai Islam, hal ini merupakan prinsip utama dalam Islam.

KATA PENGANTAR



SegalapujihanyalahuntukAllahSWT sematayang
masihmemberikankesempatankepadakitasesmuasehinggaPenulisdapatmenyelesai
kan skripsi ini.Salawatbesertasalammarilahkitahadiahkanbuat
NabiMuhammadSAWseoranginsanyangdikenangsepanjangzamankarena
pengaruhnyayangluarbiasaterhadapperilakumanusiayangberakhlakmulia.

Skripsi ini berjudul:**STRATEGI MARKETING DAN PELAYANAN
DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN PADA USAHA MARTABAK BANGKA DI KECAMATAN
TAMPAN PEKANBARUMENURUT EKONOMI ISLAM**yang merupakan
hasil karya penulis yang disusun untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai
gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.Sy) pada Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum
Universitas Islam Negeri Suska Riau.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan
dari berbagai pihak, baik moril maupun materil dan pemikiran yang sangat
berharga dalam penyelesaian skripsi ini. Oleh sebab itu pada kesempatan ini
penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Ayahanda NASRIL (Alm) dan Ibunda ELNA dan buat nenek tersayang
NURHAYANI serta adik- adikku ZULFA YENI dan ADE IRAWAN.
2. Rektor UIN SUSKA Riau Prof. Dr.H.M. Munzir Hitami, MA beserta
Purek I, II, dan III yang telah berjasa memberikan kesempatan kepada
penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN

Suska Riau.

3. Dekan Fakultas Syariah yaitu Dr. H. Akbarizan, M. Ag, M. Pdbeserta dekan I, II, dan III yang telah memberikan kemudahan selama penulis lakukan perkuliahan serta proses pengajuan judul skripsi.
4. BapakSyamsurizal,SE, M.Sc, Ak selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama penulis menuntut ilmu di Jurusan Ekonomi Islam.
5. Bapak Mawardi, S. Ag., M. Siselaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan ide dan saran kepada penulis dalam penelitian ini.
6. Ketua Jurusan Ekonomi Islam yaitu Bapak Mawardi,S. Ag., M.Si dan Sekjur Jurusan Ekonomi Islam yakni Bapak Darmawan Tia Indrajaya, M. Ag serta seluruh karyawan dan dosen yang telah memberikan kemudahan dan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama penulis mengikuti perkuliahan di Fakultas Syari'ah dan Ilmu Hukum.
7. Pimpinan pustaka dan segenap karyawannya yang telah memberikan bantuan kepada penulis untuk mendapatkan buku buku yang berkaitan dengan penelitian ini.
8. Seluruh dosen dan karyawan/I UIN SUSKA RIAU khususnya fakultas Syariah dan ilmu hukum.
9. Teman- teman di jurusan ekonomi islam lokal 1 angkatan 2008 dan adik-adik angkatan 2010 yang telah memberikan motivasi dan keceriaan selama mengikuti proses perkuliahan.

Teguran atas segala kekurangan yang dijumpai dalam skripsi ini dan segala saran-saran perbaikannya, diterima dengan senang hati, disertai dengan ucapan terima kasih dan do'a semoga menjadi amal baik yang diterima oleh Allah SWT. Wassalam.

Pekanbaru, 8 oktober 2014
Penulis

ZULFA YERI

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
D. Metode Penelitian	8
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II PROFIL PERUSAHAAN	12
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan Mini Market Indomaret	12
B. Visi dan Misi Mini Market Indomaret	17
C. Stuktur Organisasi Mini Market Indomaret	18
BAB III TINJAUAN TEORITIK	24
A. Citra Perusahaan	24
B. Perilaku Konsumen	33
C. Kepuasan Konsumen	38

BAB	IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
	A.	Faktor Yang Mempengaruhi Citra Perusahaan Pada Mini Market Indomaret di Kecamatan Tampan Pekanbaru	43
	B.	Kendala Yang Dihadapi Dalam Mengembangkan Bisnis Pada Mini Market Indomaret di Kecamatan Tampan Pekanbaru	56
BAB	V	KESIMPULAN DAN SARAN	60
	A.	Kesimpulan	60
	B.	Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	IV. 1	Tanggapan responden tentang apakah jenis produk yang ditawarkan oleh mini market Indomaret di Kecamatan Tampan Pekanbaru sudah sesuai dengan keinginannya	46
Tabel	IV. 2	Tanggapan responden terhadap tarif atau harga jual produk yang ditetapkan oleh mini market Indomaret di Kecamatan Tampan Pekanbaru	47
Tabel	IV. 3	Pendapat responden mengenai apakah lokasi mini market Indomaret di Kecamatan Tampan Pekanbaru dinilai strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen	48
Tabel	IV. 4	Alasan responden tertarik berbelanja di mini market Indomaret Kecamatan Tampan Pekanbaru	49
Tabel	IV. 5	Pendapat responden mengenai minat konsumen terhadap produk-produk mini market Indomaret	50
Tabel	IV. 6	Tanggapan responden mengenai pelayanan yang diterima selama menjadi pelanggan atau konsumen mini market Indomaret	51
Tabel	IV. 7	Tanggapan responden terhadap pelaksanaan kegiatan promosi yang dilakukan oleh mini market Indomaret	52
Tabel	IV. 8	Tanggapan responden apakah merasa puas berbelanja di mini market Indomaret Kecamatan Tampan Pekanbaru	53
Tabel	IV. 9	Tanggapan responden mengenai usaha yang dilakukan oleh pihak mini market Indomaret di dalam menarik minat pembeli atau konsumen baru	54
Tabel	IV. 10	Tanggapan responden mengenai reputasi dan citra perusahaan mini market Indomaret	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar	II. 1 Struktur Organisasi Mini Market Indomaret Tahun 2014	20
--------	--	----

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
E. Metode Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	12
BAB II GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	
A. Letak Geografis Wilayah	13
B. Sosial Budaya Dan Adat Istiadat.....	15
C. Kehidupan Beragama	17
D. Pendidikan.....	18
E. Sosial Ekonomi	19
BAB III KERANGKA TEORI	
A. Strategi Marketing.....	20
1. Pengertian marketing	20
2. Strategi marketing	21
3. Kualitas pelayanan	23
a) Pengertian	23
b) Bentuk-Bentuk Pelayanan	24
c) Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik	25
d) Standar Pelayanan Publik.....	26

e) Strategi Mewujudkan Layanan Prima	28
4. Marketing dalam Islam	37
B. Strategi Kepuasan Pelanggan	49
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	49
2. Pengukuran Kepuasan Pelanggan	49
3. Dasar-Dasar Pelayanan Pelanggan	51
4. Sifat-Sifat Pelanggan	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Strategi Marketing Dan Pelayanan Dalam Meningkatkan Pendapatan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Martabak Bangka Dikecamatan Tampan	54
B. Faktor pendukung dan penghambat marketing pada usaha martabak bangka di kecamatan tampan pekanbaru untuk meningkatkan pendapatan dan loyalitas pelanggan	56
C. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Konsep Marketing dan Pelayanan Dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan dan Loyalitas Pelanggan Pada Usaha Martabak Bangkadikecamatan Tampan	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	