

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KREDIBILITAS TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN DENGAN SERTIFIKASI HALAL
SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK
FROZEN FOOD MEREK UMIAMI**

(Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)

TESIS

Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Magister Ekonomi (ME) Pada Program Studi Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

SELAMET EKO KRISTANTO

NIM. 22190313745

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1444 H /2023 M**



Lembaran Pengesahan

Nama : Selamat Eko Kristianto
 Nomor Induk Mahasiswa : 22190313745
 Gelar Akademik : M.E.(Magister Ekonomi)
 Judul : Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)

Tim Penguji

Dr. Trian Zulhadi, S.E.,M.Ec.
 Ketua / Penguji I

Dr. Herlinda, M.A.
 Sekretaris / Penguji II

Dr. Mulia Sosiady, SE., MM.Ak.
 Penguji III

Dr. Doni Martias, SE.,MM
 Penguji IV

Tanggal Ujian/Pengesahan : 26 Mei 2023

UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 UIN SUSKA RIAU
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN PENGUJI

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku Tim Penguji Tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa tesis yang berjudul: **“Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”**, yang ditulis oleh:


Nama : Selamat Eko Kristanto
 NIM : 22190313745
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
 Konsentrasi : -

Telah diuji dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Penguji Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah diujikan pada tanggal 26 Mei 2023.

Pekanbaru, Juni 2023

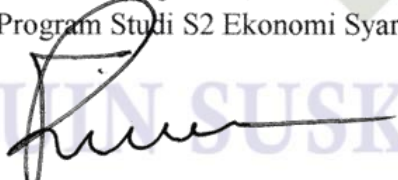
Penguji I,

Penguji II,


Dr. Mulia Sojiady, SE,MM,Ak
 NIP. 19761217 200901 1 014


Dr. Doni Martias, SE.,MM
 NIP. 19760306 200710 1 004

Mengetahui,
 Ketua Program Studi S2 Ekonomi Syariah


Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 19760211 200710 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN PEMBIMBING

Kami yang bertanda tangan di bawah ini selaku tim pembimbing tesis, dengan ini mengesahkan dan menyetujui bahwa tesis yang berjudul: **Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)**, yang ditulis oleh:

Nama : SELAMET EKO KRISTANTO
 NIM : 22190313745
 Tempat/Tgl Lahir : PULAU PALAS, 01 Januari 1997
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah

Telah diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing Tesis Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, serta siap untuk diujikan pada **Ujian Munaqasah Tesis**.

Pembimbing Utama,
Dr. Trian Zuhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 19760211 200710 1 002

Tgl: ... Mei 2023

Pembimbing Pendamping,
Dr. Shahpawi. MA
 NIP. 19730307 200701 1 032

Tgl: ... Mei 2023

Mengetahui,
 Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Trian Zuhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 19760211 200710 1 002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
 SELAMET EKO KRISTANTO

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di -
 Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : SELAMET EKO KRISTANTO
 NIM : 22190313745
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
 Judul Tesis : **Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, ... Mei 2023

Pembimbing I (Utama),

Dr. Trian Zulhadi, S.E., M.Ec
 NIP. 19760211 200710 1 002

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dr. Syahpawi. MA
 DOSEN PROGRAM PASCASARJANA
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 SULTAN SYARIF KASIM RIAU

NOTA DINAS

Perihal : Tesis Saudara
SELAMET EKO KRISTANTO

Kepada Yth.
Direktur Program Pascasarjana
 UIN Sultan Syarif Kasim Riau
 Di -
 Pekanbaru

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap isi Tesis saudara:

Nama : SELAMET EKO KRISTANTO
 NIM : 22190313745
 Program Studi : S2 Ekonomi Syariah
 Judul Tesis : **Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)**

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diuji dan diberikan penilaian dalam sidang ujian Tesis Program Pascasarjana UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, ... Mei 2023
 Pembimbing II (Pendamping),

Dr. Syahpawi. MA
 NIP. 19730307 200701 1 032



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : **SELAMET EKO KRISTANTO**
 Tempat / Tgl Lahir : **PULAU PALAS, 01 Januari 1997**
 NIM : **22190313745**
 Program Studi : **S2 Ekonomi Syariah**
 Fakultas / Universitas : **Pascasarjana/UIN Sultan Syarif Kasim Riau**
 Judul Tesis : **Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Penulisan Tesis sebagaimana judul diatas adalah hasil dari pemikiran dan karya saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya saya ini sudah disebutkan sumbernya sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan karya ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian dari penulisan Tesis ini bukan hasil karya saya, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 15 Mei 2023

Saya yang menyatakan,



SELAMET EKO KRISTANTO
NIM. 22190313745

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji dan syukur tetap selalu dipanjatkan kepada Allah SWT. atas segala rahmat, karunia, hidayah-Nya dan juga kesempatan yang diberikan dalam menyelesaikan tesis ini dengan segala kekurangannya. Puji dan syukur kepada Allah SWT. telah menghadirkan orang-orang yang berarti di sekelilingku, yang telah memberikan semangat, do'a tanpa terputus sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.

Saya persembahkan karya ini kepada orang terkasih dan tersayang:

Ayahanda, Ibunda dan Adik Terkasih

Karena kalian bertiga, hidup terasa begitu mudah dan penuh kebahagiaan. Terima kasih telah menjaga ananda dalam do'a dan perhatian yang tiada terhenti. Apa yang ananda dapatkan hari ini belum mampu membayar semua kebaikan, keringat dan juga air mata yang telah dikeluarkan. Terima kasih atas segala dukungan kalian, baik dalam dukungan moril dan juga materil. Karya ini ananda persembahkan untuk kalian Ayahanda, Ibunda dan Adik terkasih, sebagai wujud rasa terima kasih atas pengorbanan dan jerih payah yang kalian berikan kepada ananda untuk menggapai cita-cita. Ananda berharap ini dapat menjadi salah satu kebahagiaan yang dapat ananda berikan kepada kalian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



MOTTO

*Jadilah pembelajar seumur hidup karena semakin bertambah umur akan selalu muncul hal-hal baru yang harus kita pelajari agar kita menjadi bijak.
Jangan pernah mengajar kalau anda sudah berhenti belajar*

*Untuk menjadi bijak, kita tidak perlu menunggu sampai tua karena setiap saat dunia senantiasa mengajarkan banyak hal kepada kita.
Dibutuhkan sikap mau belajar, merenung dan berusaha*

Saat kita kecil, kita belajar merangkak, berdiri, hingga berjalan. Selama itu kita sering terjatuh, terluka bahkan berdarah. Tetapi kita tidak pernah malu, putus asa, apalagi menyerah. Sungguh beruntung orang-orang yang senantiasa menjaga semangat untuk meraih prestasi dengan belajar dari perilaku dirinya ketika belajar berjalan di waktu kecil

Karunia Allah yang paling lengkap adalah kehidupan yang didasarkan pada ilmu pengetahuan

*Saat anak adam meninggal, terputus semua amalannya kecuali tiga perkara.
Sedekah jariyyah, anak yang shaleh dan ilmu yang bermanfaat*

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT. atas berkat rahmat, taufik dan hidayah-Nya mulai dari nikmat Iman, Islam dan Ihsan yang selalu terlimpahkan kepada kita semua. Sholawat dan salam tetap selalu tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW. sebagai panutan kita menjalani kehidupan di dunia dalam menjalankan ibadah kepada Allah SWT.

Dalam kesempatan ini penulis telah menyelesaikan tesis yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”** dengan baik dan lancar. Penulisan tesis ini dilaksanakan untuk melengkapi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Magister dalam program studi S2 Ekonomi Syariah di Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan selesainya penulisan tesis ini, sudah seharusnya penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang besar kepada semua pihak. Tesis ini dapat diselesaikan tentu saja berkat dukungan, bimbingan dan kontribusi dari berbagai pihak perseorangan maupun lembaga, baik secara langsung maupun tidak langsung yang telah membantu dalam penyelesaian tesis dan studi Magister penulis.

Oleh karena itu, penulis bermaksud mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penyelesaian tesis ini, di antaranya:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Kedua orang tua tercinta dan tersayang, Ayahanda Rustam dan Ibunda Haryani yang telah memberikan do'a dan dukungan yang sangat berarti bagi penulis, baik dukungan moril maupun materil sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA. selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Trian Zulhadi, SE, M.Ec. selaku Ketua Prodi S2 Ekonomi Syariah, Pembimbing Akademik sekaligus Pembimbing I yang telah banyak membantu dalam penyelesaian tesis ini dan dengan sabar memberikan arahan, bimbingan serta nasihat yang berarti bagi penulis.
4. Bapak Dr. Syahfawi, S.Ag., M.Sh. Ec. selaku Pembimbing II yang juga telah memberikan bimbingan, meluangkan waktunya dan membantu penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Dosen Program Studi S2 Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan untuk penulis selama menempuh pendidikan.
6. Staf Tata Usaha Program Studi S2 Ekonomi Syariah dan seluruh pegawai Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Teman-teman Program Studi S2 Ekonomi Syariah yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan pada penulis dalam penyelesaian tesis ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih kurang dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak. Akhirnya penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah.

Pekanbaru, 18 Mei 2023

Penulis,

Selamet Eko Kristanto



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN PENGUJI	
PERSEMBAHAN	i
MOTTO.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identikasi Masalah.....	12
C. Batasan Masalah	13
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian.....	14
F. Manfaat Penelitian.....	14
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II LANDASAN TEORITIS	
A. Pengertian Pemasaran.....	17
B. Citra Merek.....	18
1. Pengertian Merek	18
2. Pengertian Citra Merek	20
3. Manfaat Merek	21
4. Indikator Citra Merek.....	22
5. Cara Membangun Merek Yang Kuat	23
6. Citra Merek Menurut Pandangan Islam	24
C. Kredibilitas	27
1. Pengertian Kreibilitas.....	27
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kredibilitas	31
3. Indikator kredibilitas	31



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

D. Sertifikasi Halal.....	32
1. Pengertian Sertifikasi Halal.....	32
2. Proses Pengajuan Sertifikasi Halal.....	46
3. Indikator Sertifikasi Halal	49
E. Loyalitas Pelanggan	50
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan	50
2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan	51
3. Aspek-aspek Loyalitas Pelanggan.....	52
4. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	54
F. Tinjauan Penelitian yang Relevan.....	54
G. Kerangka Berpikir	54
H. Hipotesis	57
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	59
B. Populasi Dan Sampel	60
C. Sumber Data.....	60
D. Informan Penelitian	61
E. Teknik Pengumpulan Data.....	61
F. Teknik Analisa Data.....	62
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru).....	68
1. Karakteristik Responden	68
2. Deskriptif variabel.....	70
3. Analisis variabel penelitian	72
4. Uji intrumen penelitian	87
5. Uji asumsi klasik	90
6. Uji hipotesis penelitian	95

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Pembahasan Analisis Data	101
1. Pengaruh Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	101
2. Pengaruh Kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	102
3. Pengaruh Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	103
4. Pengaruh Kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	103
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	105

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

TABEL 1.1	Data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	7
TABEL 1.2	Pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021	8
TABEL 1.3	Data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru	9
TABEL 1.4	Pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022	10
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	69
TABEL 4.3	Deskriptif Statistik	71
TABEL 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Merek	72
TABEL 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kredibilitas	76
TABEL 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sertifikasi Halal.....	80
TABEL 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Pelanggan	84
TABEL 4.8	Hasil Uji Validasi	88
TABEL 4.9	Hasil Uji Reabilitas	90
TABEL 4.10	Hasil Uji Normalitas	91
TABEL 4.11	Hasil Uji Autokorelasi	95
TABEL 4.12	Hasil Uji Regresi Berganda	96
TABEL 4.13	Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji-t)	97
TABEL 4.14	Uji Silmultan (Uji t)	98
TABEL 4.15	Koefisien Determinasi	99
TABEL 4.16	Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Kerangka Pemikiran Penelitian	57
GAMBAR 4.1 Hitogram	92
GAMBAR 4.2 Normal Plot	92
GAMBAR 4.3 Scatter plot	93



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSLITERASI

Transliterasi yang dipakai dalam pedoman penulisan tesis ini adalah pedoman transliterasi Arab-Indonesia berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan republic indonesia

Konsonan Tunggal

Fenom konsonan tunggal bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, kemudian sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Adapun daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Transliterasi	Nama
ا	alif	tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	ba	b	B	be
ت	ta	t	T	te
ث	s'a	£	Ts	es (dengan titik di atas)
ج	jim	j	J	je
ح	ha	¥	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	kh	Kh	ka dan ha
د	dal	d	D	de
ذ	zal	z	Dz	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	r	R	er
ز	zai	z	Z	zet
س	sin	s	S	es
ش	syin	sy	Sy	es dan ye
ص	sad	ı	Sh	es (dengan titik di bawah)
ض	dad	«	Dh	de (dengan titik di bawah)
ط	ta	-	Th	te (dengan titik di bawah)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ز	za	ﺯ	Zh	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	ﻋ	'	koma terbalik di atas
غ	gain	ﻍ	Gh	ge
ف	fa	ﻑ	F	ef
ق	qaf	ﻕ	Q	qi
ك	kaf	ﻙ	K	ka>
ل	lam	ﻝ	L	el
م	mim	ﻡ	M	em
ن	nun	ﻥ	N	en
و	waw	ﻭ	W	we
هـ	ha	ﻩ	H	ha
ء	hamzah	ﺀ	'	apostrof
ي	ya	ﻱ	Y	ye

B. Konsonan Rangkap Karena *Tasydid* Ditulis Rangkap

متعدين ditulis *mutta'aqidin*

عده ditulis *'iddah*

C. Vokal

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

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya di bawah ini.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	a	a
◌ِ	Kasrah	i	i
◌ُ	Dammah	u	u

b. Vokal Rangkap



Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara

harkat dan huruf, transliterasinya di bawah ini.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يَ اِي	Fathah dan ya	ai	a dan i
وَ او	Fathah dan waw	au	a dan u

Contoh:

كُتِبَ = kataba

ذَكَرَ = z'ukira

yaz\habu = يَذْهَبُ

kaifa = كَيْفَ

haua = هَوْلٌ

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruh di bawah ini.

Harkat dan Tanda	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اِي اِي	Fathah dan alif atau ya	±	a dan garis di atas
يِي يِي	Kasrah dan ya	'	i dan garis di atas
وِي وِي	Dammah dan waw	-	u dan garis di atas

Contoh:

q±la = قَالَ

q'la = قِيلَ

yaq-lu = يَقُولُ

d. Ta Marbutah

a) Ta marbu'ah hidup atau mendapat tanda fathah, kasrah dan dammah transliterasinya adalah /t/.

b) Ta marbu'ah mati atau mendapat tanda sukun transliterasinya adalah /h/.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c) Kalau pada kata terakhir dengan *ta marbu'ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbu'ah* itu ditransliterasikan dengan h (h).

Contoh:

- rau«ah al-a[±]f±l – rau«atul a[±]f±l = روضة الاطفال
- al-Mad'nah al-Munawwarah = المدينة المنورة
- al-¥ah = طلحة

e Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid dalam tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, dalam transliterasi ini tanda *syaddah* itu dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

Contoh:

- rabbana± = رَبَّنَا
- al-birr = الْبِرِّ
- al-¥ajj = الْحَجِّ

f. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang dalam sistem tulisan bahasa Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ل ا, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a) Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang tersebut.

- b) Kata sandang yang diikuti huruf qamariah



Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan sesuai pula dengan bunyinya. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

- ar-rajulu = الرجل
- asy-syamsu = الشمس
- al-qalamu = القلم
- al-jalalu = الجلال

Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof, namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata.

Bila hamzah berada di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan bahasa Arab berupa alif.

Contoh:

- ta'khuzuna = تأخذون
- an-nau' = النوء
- umirtu = امرت

Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* (kata benda), maupun *harf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Wa-innall±ha lahua khair ar-r±ziq'n = وان الله هو خير الرازقين
- Wa innall±ha lahua khairurr±ziq'n = وان الله هو خير الرازقين
- Fa auf- al-kaila wa al-m'z±na = فافوا الكيل والميزان
- Fa auf- al-kaila wal-m'z±na = فافوا الكيل والميزان
- Ibrah'm al-Khal'l = ابراهيم الخليل
- Ibr±h'mul-Khal'l = ابراهيم الخليل

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut juga digunakan. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- Wa m± Muhammadun ill± ras-l
- Wa laqad ra'±hu bil ufuq al-mub'n
- Alhamdu lill±hi rabbil-'±lam'n
- Inna awwala baitin wudi'a lin±si lallaz' bi Bakkata mub±rakan

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harkat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- Nasrun minall±hi wa fathun qar'b
- Lill±hi al-amru jam''an
- Lill±hil-amru jam''an
- Wall±hu bikulli syai'in 'al 'm

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan ilmu tajwid.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU



ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *teknik sample jenuh* yang terdapat pada *Non-propability sampling* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel sebanyak 118 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada Agen, Grosir dan Retail mitra distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji f, koefisien determinasi dan *moderated regression analysis* (MRA) dengan menggunakan program IBM SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial citra merek berpengaruh produk frozen food merek Umi-ami, kredibilitas berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan produk frozen food merek Umi-ami. Secara simultan sertifikasi halal sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan produk frozen food merek Umi-ami. Sertifikasi halal sebagai moderasi tidak mampu mempengaruhi hubungan kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan produk frozen food merek Umi-ami.

Kata kunci : citra merek, kredibilitas, sertifikasi halal, loyalitas pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRACT

The Influence of Brand Image and Credibility on Customer Loyalty with Halal Certification as a Moderating Variable in Umi-ami Brand Frozen Food Products (Case Study on Distributor CV. Citarasa Baru Pekanbaru)

The purpose of this study was to determine the effect of brand image and credibility on customer loyalty with halal certification as a variable. The approach used in this study is an associative approach. The sampling technique used in this study is the saturated sample technique found in non-probability sampling, namely the sampling technique when all members of the population are used as a sample of 118 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires to agents, wholesalers and retail distributor partners of CV. Pekanbaru's New Taste. The data analysis technique used in this study is the classical assumption test, multiple linear regression, t test, f test, coefficient of determination and moderated regression analysis (MRA) using the IBM SPSS version 23 program. The results of this study indicate that brand image partially influences Umi-ami brand frozen food products, credibility affects customer loyalty of Umi-ami brand frozen food products. Simultaneously, halal certification as a moderating variable is able to moderate the relationship between Brand Image and Customer Loyalty for Umi-ami brand frozen food products. Halal certification as moderation is not able to influence the relationship of credibility to customer loyalty for Umi-ami brand frozen food products.

Keywords: brand image, credibility, halal certification, customer loyalty.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

خلاصة

تأثير صورة العلامة التجارية والمصدقية على ولاء العملاء بشهادة الحلال كمتغير معتدل في منتجات الأطعمة المجمدة للعلامة التجارية (دراسة حالة عن السيرة الذاتية للموزع

كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير صورة العلامة التجارية ومصداقيتها على ولاء العملاء مع الحصول على شهادة الحلال كمتغير. النهج المستخدم في هذه الدراسة هو نهج ترابطي. تقنية أخذ العينات المستخدمة في هذه الدراسة هي تقنية العينة المشبعة الموجودة في أخذ العينات غير الاحتمالية ، وهي تقنية أخذ العينات عندما يتم استخدام جميع أفراد المجتمع كعينة من 118 مستجيبًا. تم جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات على الوكلاء وتجار الجملة وشركاء الموزعين بالتجزئة للسيرة الذاتية. طعم بيكانبارو الجديد. تقنية تحليل البيانات المستخدمة في هذه الدراسة هي اختبار الافتراض الكلاسيكي ، الانحدار الخطي المتعدد ، اختبار t ، اختبار f ، معامل التحديد وتحليل الانحدار المتوسط (MRA) باستخدام برنامج IBM SPSS الإصدار 23. نتائج هذه الدراسة تشير إلى أن العلامة التجارية تؤثر جزئيًا على المنتجات الغذائية المجمدة من ماركة ، وتؤثر المصدقية على ولاء العملاء لمنتجات الأطعمة المجمدة التي تحمل علامة . في الوقت نفسه ، يمكن لشهادة الحلال كمتغير معتدل أن تهدئ العلاقة بين صورة العلامة التجارية وولاء العميل لمنتجات الأغذية المجمدة التي تحمل علامة. شهادة الحلال لأن الاعتدال غير قادر على التأثير على علاقة المصدقية مع ولاء العملاء لمنتجات الأغذية المجمدة التي تحمل علامة

الكلمات المفتاحية: صورة العلامة التجارية ، المصدقية ، شهادة الحلال ، ولاء العملاء.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia bisnis semakin maju dan banyak jenis produk yang dihasilkan oleh berbagai perusahaan yang berlomba untuk merebut pasar atas produknya. Berbagai tantangan bisnis yang ada menuntut perusahaan untuk memilih kemampuan respon yang cepat dan *fleksibel* terhadap setiap peluang, ancaman dari luar, tuntutan pelanggan, bahkan langkah-langkah kompetitor.¹

Perkembangan dunia perdagangan saat ini yang semakin ketat. Apalagi di era globalisasi saat ini dapat memicu timbulnya perdagangan bebas yang membuat dunia seakan tanpa batas. Banyak perusahaan dari negara lain yang bersaing untuk mendapatkan minat konsumen di dalam perdagangan internasional. Terutama di negara Indonesia yang jumlah penduduknya cukup banyak, bahkan dengan banyaknya jumlah penduduk negara Indonesia menjadi suatu daerah yang dipilih oleh perusahaan-perusahaan besar untuk memasarkan suatu produknya.

Dalam menjalankan kegiatan pemasaran perusahaan akan sukses apabila di dalamnya ada kegiatan manajemen pemasaran yang baik, Salah satu hal yang memegang peranan penting dalam pemasaran adalah citra merek. merek merupakan sesuatu yang dibeli oleh konsumen, memiliki nilai dan identitas atau ciri tertentu yang dilindungi secara hukum sehingga tidak dapat ditiru oleh pesaing. Merek mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk yang akan dibeli maka persaingan antar perusahaan adalah persaingan persepsi bukan produk.

¹Basu swasta, *manajemen penjualan*, (yogyakarta;BPE, 2001), Ed, ke-3, h.101

Citra merek merupakan seperangkat keyakinan terhadap merek tertentu. Citra merk sebagai persepsi konsumen dan preferensi terhadap merek sebagai mana yang di refleksikan oleh berbagai berbagai macam asosiasi merek yang ada dalam ingatan konsumen. *Image* konsumen yang positif terhadap suatu merek lebih memungkinkan konsumen untuk melakukan pembelian.²

Pada dasarnya, membentuk suatu merek yang kuat adalah membentuk kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan membentuk sebuah citra, ide dan kesan yang positif kepada konsumen. Citra adalah seperangkat keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek yang dibentuk dengan memproses informasi setiap waktu dari berbagai sumber terpercaya.

Manifestasi dari kepercayaan pelanggan terhadap sumber daya manusia atau produk suatu perusahaan yang dipasarkan merupakan salah satu bentuk dari kredibilitas perusahaan. Supaya sebuah perusahaan tetap bertahan dalam persaingan serta memiliki *brand image* di pasar sasaran yang kuat maka kredibilitasnya pun harus terus dikembangkan.⁶ Kredibilitas perusahaan juga akan berdampak pada penilaian dan keyakinan pelanggan pada barang atau jasa perusahaan. Kredibilitas perusahaan terbentuk berlandaskan pada kejujuran dan keahlian perusahaan itu dimata para pelanggan. Menurut Lafferty pada jurnal Santoso Pramuji Hari yakni komponen citra industry yang tumbuh dari pelanggan melalui kesan baik yang muncul dalam benaknya.

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: indeks, 2005), h. 401

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Memori positif pelanggan menciptakan kepercayaan yang harus dipertahankan agar tidak berubah menjadi ketidakpercayaan. Kepercayaan pelanggan meningkatkan kredibilitas perusahaan. Ketika kepercayaan sudah tercipta, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan telah merespon kepuasan pelanggan. Kepuasan adalah perasaan senang yang timbul dari perilaku pelanggan pasca pembelian terhadap karakteristik atau hasil dan harapan terhadap suatu produk. Jika kinerja memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan puas dan sebaliknya.

Setiap perusahaan atau usaha yang bergerak dibidang makanan dan minuman tidak akan terlepas dari sertifikat halal yaitu tujuannya agar dapat memberikan kepastian status kehalalan suatu produk dalam ketentraman batin konsumen yang menikmatinya, Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama.maka dari itu sertifikat halal sangat lah berpengaruh kepada konsumen yang menikmati makanan, dan minuman diperusahaan tersebut, bagaimana cara pihak managemen membuat agar usaha yang didirikan memiliki persyaratan menurut peraturan yang ditegakkan oleh pemerintah.

Perusahaan yang unggul adalah mereka yang dengan tangkas menyiasati perubahan bisnis dan dapat memanfaatkan peluang-peluang yang ada dengan sesuatu yang efektif dan efisien, salah satunya dengan menciptakan kesan atau citra yang positif terhadap produk atau jasa yang dihasilkan perusahaan Kemampuan menjaga loyalitas pelanggan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

mempertahankan posisi perusahaan yang menguntungkan tergantung kepada citra produk yang melekat dalam benak konsumen.³

Oleh sebab itu maka perusahaan berlomba-lomba menarik minat konsumen terhadap produknya, agar nantinya perusahaan bisa mendapatkan pelanggan yang loyal terhadap merek perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan sangat penting untuk dikenali produsen dalam menentukan strategi yang diperlukan untuk dapat meraih, memperluas dan mempertahankan pasar. Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting di tengah persaingan bisnis yang tinggi, karena dengan loyalitas akan bermanfaat bagi perkembangan jangka panjang perusahaan.

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi kepada umatnya untuk saling mengenal antara satu dengan yang lain, karena pada hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan saling mengenal antara seorang dengan orang disekitarnya juga tercantum dalam Al-Qur'an pada Surat Al-Hujuraat : 13.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya : *Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.*

³Yamit, Zulian. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa (yogyakarta; Ekonosia, 2001), h. 77



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Selain berinteraksi antara satu orang dengan orang lain, manusia juga membutuhkan dan menginginkan sesuatu dalam kehidupan sehari-harinya. Dalam ekonomi konvensional tampaknya tidak membedakan antara kebutuhan dan keinginan, karena keduanya memberikan efek yang sama bila tidak terpengaruhi, yakni kelangkaan. Akan tetapi dalam ekonomi Islam kebutuhan dan keinginan dibedakan, Imam Al-Ghazali membedakan dengan jelas antara keinginan (*syahwat*) dan kebutuhan (*hajat*), sesuatu yang tampaknya agak sepele memiliki konsekuensi yang amat besar dalam ilmu ekonomi.

Menurut Imam Al-Ghazali kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Misalnya dalam hal kebutuhan akan makanan, kebutuhan makanan adalah untuk menolak kelaparan dan melangsungkan kehidupan. Pada tahap ini memang tidak bisa dibedakan antara keinginan dan kebutuhan. Namun manusia harus mengetahui bahwa tujuan utama diciptakannya nafsu ingin makan adalah untuk menggerakkannya mencari makanan dalam rangka menutup kelaparan, sehingga fisik manusia tetap sehat dan mampu menjalankan fungsinya secara optimal sebagai hamba Allah yang beribadah kepada-Nya. Di sinilah letak perbedaannya, Islam selalu mengaitkan kegiatan memenuhi kebutuhan dengan tujuan utama manusia diciptakan.⁴

Dalam melakukan kegiatan konsumsi, Islam juga telah mengatur secara baik. Konsumsi yang sesuai kebutuhan atau konsumsi yang disebut *hajat* merupakan konsumsi yang benar-benar dibutuhkan untuk hidup secara wajar

⁴Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. (Jakarta:Gema Insani, 1999), h. 189

dan memperhatikan maslahatnya. Artinya konsumsi tersebut dilakukan karena barang dan jasa yang dikonsumsi mempunyai maslahat dan dibuthkan secara riil serta memperhatikan normanya. Mempunyai maslahat artinya bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi memberikan manfaat untuk kehidupan dan berkah untuk hari akhirat. Sebagai orang muslim dalam melakukan konsumsi harus memperhatikan barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran dan penyakit. Demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S Al-Baqarah ayat 195

وَأَنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ وَأَحْسِنُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

Artinya : dan belanjakanlah (harta bendamu) di jalan Allah, dan janganlah kamu menjatuhkan dirimu sendiri ke dalam kebinasaan, dan berbuat baiklah, karena Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang berbuat baik.

Ayat diatas menjelaskan bahwa memerintahkan manusia untuk membelanjakan hartanya di jalan Allah SWT. Selain itu pada ayat di atas juga melarang manusia untuk menjerumuskan dirinya sendiri kedalam kebinasaan.⁵

Usaha distributor Frozen Food Merek Umiami CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru awalnya hanya mendistribusikan Frozen Food Merek Umiami saja lalu pada tahun 2017 distributor tersebut juga mendistribusikan Frozen Food Merek Belfoods, pada saat awal kemunculan Frozen Food Merek Umiami merubah keadaan permintaan pasar Frozen Food Merek belfoods, permintaan

⁵Ibid, h. 191

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Frozen Food Merek Umiami meningkat sehingga permintaan terhadap Frozen Food Merek Belfoods menurun. Namun lambat laun keadaan tersebut berbalik, permintaan terhadap produk Frozen Food yang baru yakni Frozen Food Merek Umiami menurun dan produk Frozen Food yang lama yakni Frozen Food Merek Belfoods meningkat kembali. Hal tersebut peneliti menjelaskan dengan data yang didapatkan dari distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

Berikut data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami yang mengalami peningkatan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2021 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.1
Data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021

No	Bulan	Agen	Grosir	Retail	Jumlah
1	Januari	5	2	1	8
2	Februari	7	4	2	13
3	Maret	10	5	3	18
4	April	12	6	4	22
5	Mei	13	8	6	27
6	Juni	15	8	7	30
Total		62	33	23	118

Sumber : Data olahan dari bulan Januari-Mei tahun 2021

Dari tabel data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru di atas dapat dilihat bahwa keadaan Agen, Grosir dan Retail Frozen Food Merek Umiami mengalami peningkatan pada setiap bulannya, dapat dilihat pada bulan januari jumlah dari total keseluruhan Agen, Grosir dan Retail Frozen Food Merek Umiami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berjumlah 8 outlet, sampai dengan pada bulan juni meningkat hingga berjumlah 30 outlet.

Berikut data Pendapatan dan penjualan dari Frozen Food Merek Belfoods yang mengalami penurunan dan Frozen Food Merek Umiami yang mengalami peningkatan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2021 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021

No	Bulan	Penjualan Frozen Food Merek Belfoods	Pendapatan dari Frozen Food Merek Belfoods 12,5%	Penjualan Frozen Food Merek Umiami	Pendapatan Frozen Food Merek Umiami 12,5%
1	Januari	Rp.125.500.000	Rp. 15.687.500	Rp. 85.500.000	Rp. 13.437.500
2	Februari	Rp. 122.000.000	Rp. 15.250.000	Rp. 88.580.000	Rp. 13.160.000
3	Maret	Rp. 118.250.000	Rp. 14.781.250	Rp. 95.200.000	Rp. 12.525.000
4	April	Rp. 117.850.000	Rp. 14.731.250	Rp. 110.500.000	Rp. 12.312.500
5	Mei	Rp. 116.300.000	Rp. 14.537.500	Rp. 117.260.000	Rp. 12.000.000
6	Juni	Rp. 114.450.000	Rp. 14.306.250	Rp. 117.980.000	Rp. 14.747.500

Sumber: Data olahan dari bulan Januari-Mei Tahun 2021.

Dari tabel data pedapatan dan penjualan dari Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru di atas dapat dilihat bahwa keadaan pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods mengalami penurunan dan Frozen Food Merek Umiami mengalami peningkatan pada setiap bulannya, dapat dilihat pada bulan juni jumlah penjualan Frozen Food Merek Belfoods berjumlah Rp. 114.480.000, sedangkan pendapatan dengan margin 12,5% berjumlah Rp. 14.306.250. Namun penjualan Frozen Food Merek Umiami mengalami peningkatan, dengan jumlah penjualan Rp. 117.980.000. sedangkan pendapatan dengan margin 12.5% berjumlah Rp. 14.747.500.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pada tahun 2022 permintaan terhadap Frozen Food Merek Belfoods tidak berkurang tapi malah meningkat meskipun dengan harga yang lebih tinggi dibanding dengan Frozen Food Merek Umiami dan permintaan Frozen Food Merek Umiami juga tidak meningkat meskipun dengan harga yang cukup murah dibanding dengan harga Frozen Food Merek Belfoods dengan varians yang sama.

Berikut data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami yang mengalami peningkatan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2021 dapat di lihat pada tabel berikut:

Tabel 1.3
Data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021

No	Bulan	Agen	Grosir	Retail	Jumlah
1	Januari	15	8	7	30
2	Februari	12	8	6	26
3	Maret	11	5	4	20
4	April	10	4	3	17
5	Mei	9	4	3	16
6	Juni	4	3	2	9
Total		61	32	25	118

Sumber : Data olahan dari bulan Januari-Mei tahun 2022

Dari tabel data Agen, Grosir dan Retail dari Frozen Food Merek Umiami Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru di atas dapat dilihat bahwa keadaan Agen, Grosir dan Retail Frozen Food Merek Umiami mengalami penurunan pada setiap bulannya, dapat dilihat pada bulan januari jumlah dari total keseluruhan Agen, Grosir dan Retail Frozen Food Merek Umiami



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berjumlah 30 outlet, sampai dengan pada bulan juni menurun hingga berjumlah 9 outlet.

Berikut data pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods mengalami peningkatan dan Frozen Food Merek Umiami mengalami penurunan diambil per 6 bulan pada tahun 2019 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.4
Pendapatan dan penjualan Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022

No	Bulan	Penjualan Frozen Food Merek Belfoods	Pendapatan dari Frozen Food Merek Belfoods 12,5%	Penjualan Frozen Food Merek Umiami	Pendapatan Frozen Food Merek Umiami 12,5%
1	Januari	Rp. 110.000.000	Rp. 13.750.000	Rp. 107.500.000	Rp. 13.437.500
2	Februari	Rp. 112.000.000	Rp. 14.000.000	Rp. 105.280.000	Rp. 13.160.000
3	Maret	Rp. 108.000.000	Rp. 13.500.000	Rp. 100.200.000	Rp. 12.525.000
4	April	Rp. 113.500.000	Rp. 14.187.500	Rp. 98.500.000	Rp. 12.312.500
5	Mei	Rp. 115.800.000	Rp. 14.475.000	Rp. 96.000.000	Rp. 12.000.000
6	Juni	Rp. 118.200.000	Rp. 14.775.000	Rp. 95.800.000	Rp. 11.975.000

Sumber : Data olahan dari bulan Januari-Mei tahun 2022.

Dari tabel data pendapatan dan penjualan dari Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru di atas dapat dilihat bahwa banyaknya jumlah penjualan dan pendapatan pada setiap bulannya Frozen Food Merek Belfoods terus mengalami peningkatan, dapat dilihat juga bahwa pada bulan mei jumlah penjualan Frozen Food Merek Belfoods berjumlah Rp. 118.200.000, sedangkan pendapatan dengan margin 12,5% berjumlah Rp.14.775.000. Namun penjualan Frozen Food Merek Umiami mengalami penurunan, dengan jumlah penjualan Rp. 95.800.000. sedangkan pendapatan dengan margin 12.5% berjumlah Rp. 11.975.000 .



Berdasarkan hal tersebut bahwasanya citra merek mempunyai peranan penting dalam mempengaruhi minat beli konsumen, meski dengan datangnya produk baru yakni Frozen Food Merek Umiami yang mampu menurunkan permintaan terhadap Frozen Food Merek Belfoods, namun konsumen tetap kembali dengan produk yang lama yakni Frozen Food Merek Belfoods karena merek dari produk yang lama melekat pada hati konsumen sehingga jika disebut Frozen Food maka konsumen selalu teringat pada merek produk Frozen Food Merek Belfoods. Hal tersebut menjadikan peneliti tertarik untuk mengetahui tentang pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen.

Omset dari usaha ini bisa mencapai ratusan juta rupiah perbulannya, itu bisa ditemukan pada usaha distributor Frozen Food Merek belfoods dan Umiami distributor CV. Cita Rasa Baru di Jl. Soekarno Hatta pekanbaru. Sehari bisa terjual puluhan bahkan ratusan karton atau lebih dengan bervariasi rasa serta kemasan. Bisa pilih harga berapa sesuai dengan selera dan bisa dimasukkan ke dalam pendingin agar tidak mudah basi. Harga yang ditetapkan memang selalu meningkat pertahunnya.⁶

Sebagai seorang pengusaha terutama untuk usaha distributor Frozen Food Merek Belfoods dan Frozen Food Merek Umiami ini tentunya kita tidak bisa menghindari dari persaingan. Untuk membuat produk dan usaha kita tetap berjalan dan terus memberikan keuntungan tentunya kita juga harus bisa menghadapi persaingan. Jangan sampai dikarenakan adanya persaingan kita justru malah mundur dan berhenti dalam menjalankan usaha. Justru sebaliknya, usaha tersebut harus mampu bersaing. Keberhasilan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen dalam permintaan konsumen sangat didukung

⁶Wawancara, direktur CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan melakukan inovasi untuk varians-variens baru pada suatu produk.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut penulis melakukan pengamatan awal pada pada Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami, maka identifikasi masalah penelitian sebagai berikut:

1. Semakin banyak merek frozen food yang beredar di pasaran terutama produk frozen food, sehingga persaingan antar perusahaan semakin ketat. Produsen membangun citra merek dengan berbagai upaya, agar konsumen percaya bahwa mereknya paling unggul.
2. Setiap merek berupaya mengembangkan pasar dan meningkatkan kelayakan konsumen terhadap produknya, dengan berbagai macam promosi.
3. Banyaknya perusahaan Frozen Food di Indonesia membuat pelanggan mudah beralih ke produk lain menjadi tantangan Frozen Food merek Umiami untuk tetap eksis bersaing menarik pelanggan.
4. Tingkat kesadaran halal masih rendah baik itu dari konsumen maupun produsen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Pengetahuan konsumen Indonesia tentang halal dinilai masih rendah.
6. Minat pembelian produk halal tinggi tapi unsur kehalalannya rendah.

C. Batasan Masalah

Dalam penulisan karya ilmiah ini, penulis perlu menetapkan batasan masalah yang diteliti yaitu mengenai Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru ?
- b. Apakah terdapat pengaruh Kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru ?
- c. Apakah terdapat pengaruh Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru ?
- d. Apakah terdapat pengaruh Kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru ?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis pengaruh citra merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
- b. Menganalisis pengaruh kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
- c. Menganalisis pengaruh Citra Merek Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru
- d. Menganalisis pengaruh kredibilitas Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderasi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

F. Manfaat Penelitian

- a. Sebagai salah satu syarat penulis untuk menyelesaikan perkuliahan pada program Strata dua (S2) pada Fakultas Pascasarjana Jurusan Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri (UIN)
- b. Menambah pengetahuan bagi masyarakat umumnya dan bagi peneliti khususnya untuk mengetahui perubahan pendapatan dan penjualan.
- c. Membantu pihak manajemen dalam meningkatkan pengendalian internal terhadap siklus pendapatan, serta memberikan masukan atau rekomendasi kepada pihak manajemen terhadap internal yang sudah diterapkan.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan bagi pembaca dalam menganalisa dan memahami hasil penulisan maka di buatlah suatu penulisan yang dibagi atas beberapa bab diantaranya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari pendahuluan, latar belakang masalah, permasalahan, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, model penelitian, hipotesis, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori ada hubungannya dengan permasalahan yang meliputi : Pengertian citra merek, Konsep citra merek, Pengertian Kredibilitas, Fungsi Kredibilitas, Faktor-faktor Mempengaruhi Kredibilitas,, pengertian sertifikasi halal, fungsisi sertifikasi halal, faktor-faktor yang mempengaruhi sertifikasi hala pengertian loyalitas pelanggan konsep loyalitas pelanggan

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan Metode Penelitian Populasi Dan Sampel Sumber Data Informan Penelitian Teknik Pengumpulan Data Teknik Analisa Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan

dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Frozen Food Merek Umiami dengan Produk Frozen Food Merek Bealfoods terhadap minat beli konsumen pada distributor CV. Cita Rasa Baru pekanbaru.

PENUTUP

Merupakan bagian akhir yang terdiri dari kesimpulan dan saran-saran dari penulis sebagai jalan keluar.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Pengertian Pemasaran

Pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda antara manusia yang satu dengan yang lainnya, baik kebutuhan dan kehidupan tersebut akan selalu bertambah, baik jumlahnya maupun jenisnya, seiring dengan berjalannya waktu, manusia akan selalu berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhan yang belum terpenuhinya itu, dan hal tersebut dilakukan untuk mendapatkan sesuatu yaitu kepuasan.

Pemasaran adalah aktivitas, serangkaian institusi, dan proses menciptakan, mengkomunikasikan, dan mempertukarkan tawaran yang bernilai bagi pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat umum. Pemasaran juga adalah proses manajemen yang mengidentifikasi, mengantisipasi, dan menyediakan apa yang dikehendaki pelanggan secara efisien dan menguntungkan.⁷

Pemasaran lebih mengutamakan kepuasan konsumen, sehingga perusahaan harus mengawasi usahanya dengan mencari tahu kebutuhan dan keinginan tersebut. Laba diharapkan diperoleh dari kepuasan konsumen yang nantinya membeli dalam jumlah banyak, terus-terusan dan mungkin dengan harga yang menguntungkan.

⁷Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran & Aplikasi*, (Yogyakarta, Andi: 2016), h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Citra Merek

1. Pengertian Merek

Menurut UU Merek No. 15 tahun 2001 pasal 1 ayat 1, merek adalah “tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”.⁸

Menurut Kotler dan Amstrong dan Keller merek merupakan sesuatu untuk mengenal barang yang ditawarkan. Pengertian merek yang diartikan sebagai nama, istilah, simbol, desain, kombinasi dari keseluruhannya, yang dtujukan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan sekaligus sebagai diferensiasi produk.⁹

Menurut Sumarwan merek adalah sebagai simbol dan indikator kualitas dari sebuah produk. Menurut Aaker dan Joachimstahler merek adalah cara membedakan sebuah nama atau simbol (logo, trademark atau kemasan) yang dimaksud untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok produsen dan untuk membedakan barang atau jasa itu dari produsen pesaing.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa pengertian merek bukan sekedar sesuatu yang dapat menampilkan nilai fungsionalnya, melainkan juga dapat memberikan nilai tertentu dalam lubuk hati atau benak konsumen. Jika suatu perusahaan memperlakukan

⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen & Strategi Merek*. (yogyakarta: Andi, 2011), h. 3

⁹ Ema Ferinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), h.137

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merek hanya sebagai nama, maka perusahaan tersebut tidak melihat tujuan merek yang sebenarnya.

Menurut Kotler dalam Sangadji dan sopiah (2013), merek dapat memiliki enam level penelitian, yaitu:¹⁰

1. Atribut, merek mengingatkan pada atribut dari sebuah produk, baik dalam program purna jualnya, pelayanan, maupun kelebihanannya dan perusahaan menggunakan atribut tersebut sebagai materi iklan mereka.
2. Manfaat, atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan emosional.
3. Nilai, merek juga menyatakan sesuatu tentang nilai produsen.
4. Budaya, merek mewakili budaya tertentu.
5. Kepribadian, merek mencerminkan kepribadian tertentu.
6. Pemakai, merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli yang menggunakan suatu produk tersebut.

Pada intinya merek adalah penggunaan nama, logo, trademark serta slogan untuk membedakan perusahaan-perusahaan dan individu-individu satu sama lain dalam hal yang mereka tawarkan penggunaan konsisten suatu merek, symbol atau logo membuat merek tersebut segera dapat dikenali oleh konsumen, sehingga segala sesuatu yang berkaitan dengannya tetap diingat.

¹⁰Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Kosumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: andi, 2013),h.322



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengertian Citra Merek

Menurut Freddy Rangkuti, citra merek adalah sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat dibenak konsumen. Konsumen yang terbiasa menggunakan merek tertentu cenderung memiliki konsistensi erhadap *brand image*.¹¹

Citra merek (*brand image*) menurut Keller adalah persepsi tentang merek yang merupakan refleksi memori konsumen akan asosiasinya pada merek tersebut, Dobni Zikhan juga mengatakan bahwa *brand image* merupakan konsep yang diciptakan oleh konsumen karena alasan subyektif dan emosi pribadinya dari pada keadaan sesungguhnya.

Citra merek dalam kamus A-Z adalah gambaran mental konsumen terhadap sebuah produk, jasa atau organisasi. Citra bersifat selektif dan sering merupakan sejumlah penilaian personal mengenai asosiasi dan persepsi yang dimiliki orang terhadap brand. Bagi pengguna, hal ini didasarkan pengalaman pada produk ataupun jasa, yang dapat memenuhi harapannya. Sedangkan bukan bagi pengguna, citra brand didasarkan pada kesan yang didapat, sikap, dan kepercayaan. Citra lebih sulit dikelola dibandingkan identitas karena dipengaruhi oleh suasana yang tidak dapat dipantau seperti media, citra brand adalah cara konsumen membayangkan atau mempercayai sebuah brand.¹²

¹¹ Freddy Rangkuti *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), h.244

¹² Mediola Budi Wryawan, *Kamus Brand A-Z* (Jakarta: PT Indonesia Printer, 2008), h.32

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Keller pengukuran citra merek dapat dilakukan berdasarkan pada aspek sebuah merek, yaitu:

- a. Merek mudah diingat, artinya elemen merek yang dipilih hendaknya yang mudah diingat dan disebut atau diucapkan. Simbol, logo, nama yang digunakan hendaknya menarik dan unik, sehingga menarik perhatian masyarakat untuk diingat dan dikonsumsi.
- b. Merek mudah dikenal, selain dengan logo, sebuah merek dikenal melalui pesan dan cara dimana produk dikemas dan disajikan kepada para konsumen yang disebut *trade dress*. melalui komunikasi yang intensif, suatu bentuk produk khusus dapat menarik perhatian dan mudah dikenali oleh konsumen. Sehingga *trade dress* sering sama seperti merek dagang, yaitu deferensiasi produk dan jasa di pasar yang dapat dimintkan perlindungan hukum.
- c. Reputasi merek baik, baik perusahaan citra berarti persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan pada apa yang masyarakat ketahui atau kira tentang perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula dihadapan masyarakat.

3. Manfaat Merek

Manfaat merek terbagi atas beberapa bagian sebagai berikut.¹³

- a. Manfaat Ekonomis
 1. Merek merupakan sarana bagi perusahaan untuk saling bersaing memperebutkan pasar.

¹³Andi Tjiptono, *Manajemen & Strategi Merek*, Op. Cit h. 46

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Konsumen memilih berdasarkan value for money yang ditawarkan berbagai macam merek.
 3. Relasi antara merek dan konsumen dimulai dengan penjualan premiun bisa berfungsi layaknya asuransi reiko bagi perusahaan.
- b. Manfaat Fungsional
1. Merek memberikan peluang bagi deferensiasi
 2. Merrek memberikan jaminan kualitas
 3. Pemasar merek berempati dengan para pemakai akhir dan masalah yang akan diatasi merek yang ditawarkan
 4. Merek memfasilitasi ketersediaan produk secara luas
 5. Merek memudahkan iklan dan sponsorship
- c. Manfaat Psikologis
1. Merek merupakan penyederhanaan dari semua informasi produk yang diketahui konsumen.
 2. Pilihan merek tidak selalu didasarkan pada pertimbangan rasional faktor gengsi dan emosional berperan dominan dalam minat beli.
 3. Merek bisa memperkuat citra diri dan persepsi orang lain terhadap pemakai/pemilik.
 4. Brand simbolis tidak hanya berpengaruh pada persepsi orang lain tapi juga pada identifikasi diri sendiri dengan objek tertentu.

4. Indikator Citra Merek

Menurut Kotler dan Amstrong, untuk mengukur minat beli dapat ditunjukkan dengan sejumlah indikator sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. *Brand identity* merupakan identitas fisik yang berkaitan dengan merek atau produk tersebut sehingga pelanggan mudah mengenali dan membedakannya.
- b. *Brand personality* adalah karakter khas sebuah merek yang membentuk kepribadian tertentu sebagaimana layaknya manusia, sehingga khalayak pelanggan dengan mudah membedakannya.
- c. *Brand attitude and behavior* adalah sikap atau perilaku komunikasi dan interaksi merek dengan pelanggan dalam menawarkan benefit-benefit dan nilai yang dimilikinya.
- d. *Brand Association* adalah hal-hal spesifik yang pantas atau selalu dikaitkan dengan suatu merek, bisa muncul dari penawaran unik suatu produk, aktivitas yang berulang dan konsisten
- e. *Brand benefit and competence* merupakan nilai-nilai dan keunggulan khas yang ditawarkan oleh suatu merek kepada pelanggan yang membuat pelanggan dapat merasakan manfaat karena kebutuhan, keinginan, mimpi, dan obsesinya terwujudkan oleh apa yang ditawarkan tersebut

5. Cara Membangun Merek yang Kuat

Rangkuti (dalam Sangajdi & Sopiah, 2013) mengemukakan bahwa membangun merek yang kuat tidak berbeda dengan membangun sebuah rumah. Oleh karena itu, untuk membangun sebuah merek yang kuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diperlukan juga sebuah pondasi yang kuat. Berikut adalah cara-cara yang bisa kita gunakan untuk membangun merek yang kuat.¹⁴

- a. Sebuah merek harus memiliki pemosisian yang tepat

Agar mempunyai pemosisian yang tepat, merek harus ditempatkan secara spesifik dibenak pelanggan. Membangun pemosisian adalah menempatkan semua aspek dari nilai merek (*brand value*) secara konsisten sehingga produk selalu menjadi nomor satu dibenak pelanggan.

- b. Memiliki nilai yang tepat

Merek akan semakin kompetitif jika dapat diposisikan secara tepat. Oleh karena itu, pemasar perlu mengetahui nilai merek. Nilai merek dapat membentuk kepribadian merek (*brand personality*) yang mencerminkan gejala perubahan selera konsumen dalam pengonsumsiannya suatu produk.

- c. Merek harus memiliki konsep yang kuat

Konsep yang baik dapat mengkomunikasikan semua elemen nilai merek dan pemosisian yang tepat sehingga citra merek (*brand image*) produk dapat ditingkatkan.

6. Citra Merek Menurut Pandangan Islam

Islam merupakan agama yang menjunjung tinggi kepada umatnya untuk saling mengenal satu sama lain. Karena hakikatnya manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan antara satu dengan yang lain

¹⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *perilaku Konsumen-disertai Himpunan Jurnal Penelitian, Op-cit*, h. 326

dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan saling mengenal antara seseorang dengan orang disekitarnya juga tercantum dalam Al-quran pada surat Al- hujurat ayat 13:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا^ج إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَىٰكُمْ^ج إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ

خَبِيرٌ^ج

Artinya “Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.”

Citra merek merupakan suatu tampilan produk, dalam islam sendiri penampilan produk tidak membohongi pelanggan, baik menyangkut besaran kuantitas maupun kualitas. Hal ini sesuai dengan surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 yang berbunyi:

﴿ أَوْفُوا بِالْكَيْلِ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ﴾^{١٨١} وَزِنُوا

بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ^{١٨٢} وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا

تَعْثُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ^{١٨٣}

Artinya: 181. sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan;
182. dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.
183. dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Surat Asy-Syu'ara ayat 181-183 memberikan pedoman kepada kita bahwa pentingnya menjaga kualitas produk yang kita jual yaitu dengan tidak memanipulasi atau merugikan pembeli dengan kecurangan yang kita buat.

Selain itu citra merek yang dimiliki Rasulullah juga dijelaskan dalam Al-quran pada surat Al-Qalam ayat 4:

وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ ﴿٤﴾

Artinya: *dan Sesungguhnya kamu benar-benar berbudi pekerti yang agung.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Rasulullah memiliki akhlak yang mulia dan sebagai penyempurna akhlak manusia, perdagangan yang dilakukan dengan akhlak yang baik dengan mengutamakan kualitas yang baik adalah mencerminkan akhlak Rasulullah.¹⁵

Melihat kegiatan transaksi pada zaman globalisasi saat ini banyak pesaing yang juga menawarkan produknya dengan disertai pelayanan yang baik. Untuk menghadapinya diperlukan kekuatan-kekuatan atau daya saing (terutama dalam bidang produksi) antara lain sebagai berikut:¹⁶

- a. Daya saing kualitas. Produk-produk yang akan dipasarkan tentu kualitas nya harus bisa bersaing dengan baik.
- b. Daya saing harga, tidak mungkin akan memenagkan persaingan jika produk sangat mahal harganya.

¹⁵<http://repository.uin-suska.ac.id>

¹⁶Erna Ferrinadewi, *Merek dan Psikologi, Konsumen, Op-cit*, h. 165-166



- c. Daya saing marketing atau pemasaran, kemampuan bagaimana menarik konsumen untuk membeli barang-barang yang telah diproduksi. Dalam hal ini, kemampuan untuk mengemas produk sangat dibutuhkan.
- d. Daya saing dunia kerja. Suatu bisnis tidak akan memiliki daya saing dan akan kalah jika bermain sendiri, bermain sendiri dalam hal ini bermakna tidak melakukan kerja sama dengan lembaga bisnis lain dan berbagai bidang.

C. Kredibilitas

1. Pengertian kredibilitas

Menurut Ohanian terdapat tiga komponen kredibilitas pendukung selebriti yaitu keahlian, layak dipercaya, dan daya tarik.¹⁷

- a. Keahlian adalah tingkatan dimana seseorang dianggap mempunyai pengetahuan, kemampuan, atau pengalaman. Dengan demikian, dianggap mampu menyediakan informasi yang
- b. Sifat dapat dipercaya mengacu pada kepercayaan pemirsa terhadap kemampuan seorang pendukung dalam menyampaikan informasi, apakah jujur atau tidak. Mowen dan Minor (2001: 402) menyatakan bahwa kepercayaan sumber merujuk sejauh mana sumber dapat memberikan informasi yang tidak memihak dan jujur. Sumber yang dirasakan dapat dipercaya dapat mempengaruhi pemirsa, meskipun sumber tersebut memiliki keahlian yang relatif sedikit.

¹⁷ Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran, Edisi Kesembilan, Jilid Satu*, PT Dadi Kencana Abadi, Jakarta h. 60

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Daya tarik dikaitkan dengan sesuatu yang menyenangkan dan menarik pemirsa dari fisik seorang selebriti endorser (Ohanian, 1991). Namun menurut Shimp (2003: 468) daya tarik bukan hanya berarti daya tarik fisik meskipun daya tarik bisa menjadi artibut yang sangat pentingtetapi meliputi sejumlah karakteristik yang dapat dilihat khalayak dalam diri pendukung; sifat-sifat kepribadian, gaya hidup, keatletisan postur tubuh dan sebagainya. Konsep umum dari daya tarik terdiri dari tiga ide yang berhubungan: persamaan (*similarity*), pengenalan (*familiarity*), dan penyukaan (*liking*). Yaitu, seorang pendukung dianggap menarik oleh para khalayak bila mereka bisa membagi rasa similarity atau familiarity dengannya atau bila mereka hanya menyukai si pendukung tanpa melihat apakah keduanya serupa dalam segala hal.

Dengan demikian, pendukung yang dianggap berpengetahuan, jujur, dan secara fisik menarik akan dianggap kredibel dalam mempengaruhi sikap dan perilaku positif para konsumen.

Kredibilitas (*credibility*) merupakan salah satu dimensi dari kualitas pelayanan yang memiliki arti sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas meliputi nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personal*, dan hubungan dengan pelanggan termasuk tiga hal yaitu status kepemilikan perusahaan, kinerja manajemen perusahaan, dan reputasi manajemen perusahaan.¹⁸

¹⁸ Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. And Berry, L.L. 1988. Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol.4(1).



Kredibilitas termasuk salah satu dasar kepercayaan yang masuk akal. Seseorang dengan kredibilitas akan mudah dipercaya, dalam arti orang lain akan mempercayai karakter dan kapabilitasnya. Kredibilitas diungkapkan Wikipedia sebagai kualitas, kapabilitas, atau kekuatan untuk menciptakan kepercayaan.

Kredibilitas perusahaan adalah seberapa jauh sebuah perusahaan dapat dilihat memiliki kemahiran dan dapat dipercaya. Pendapat lain menyatakan bahwa kredibilitas perusahaan termasuk unsur dari citra perusahaan yang ditimbulkan dari kesan baik yang berasal dari pikiran konsumen. Media masa yang merupakan tempat informasi dari perusahaan dapat tersampaikan kepada konsumen akan menciptakan kredibilitas perusahaan. Ketika konsumen mempercayai suatu perusahaan atau produsen, maka produk yang dihasilkan dari perusahaan atau produsen tersebut akan dipercayai pula oleh konsumen.

Fombrun mengatakan kredibilitas perusahaan berlaku sebagai bagian penting dari kesuksesan perusahaan dalam beriklan, selain kredibilitas endorser³⁶. Dalam hal ini kredibilitas perusahaan dapat diartikan tingkat kepercayaan individu terhadap *expertise* dan *trustworthiness* perusahaan berdasarkan apa yang dilakukan perusahaan di masa lalu. Kredibilitas perusahaan berperan sebagai penambahan dari kepercayaan konsumen bahwa perusahaan mempunyai kemampuan untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mendesain dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat menambah kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan pelanggan.¹⁹

Sejauh mana rasa percaya konsumen pada kemampuan perusahaan dalam perancangan dan pengadaan produk atau jasa untuk pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan definisi kredibilitas konsumen menurut Kotler³⁷. Definisi kredibilitas perusahaan yang lain adalah bahwa pandangan konsumen terhadap kejujuran dan keahlian pemegang kepentingan perusahaan, dan merupakan intensitas keyakinan dan komunikasi pada waktu tertentu²⁰

Kredibilitas menjadi salah satu dasar dari tujuan perusahaan dimana tindakan perusahaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepastian atau ketidakpastian perusahaan-perusahaan lain untuk mempercayai ciri-ciri yang ingin ditampilkan oleh perusahaan tersebut. Kredibilitas perusahaan juga merupakan salah satu poin penting yang dipersoalkan, baik dari pihak internal seperti karyawan dan manajemen maupun pihak dari luar seperti investor, partner, bahkan konsumen.

Reputasi perusahaan berperan sangat penting dalam kesuksesan pada persaingan pasar, oleh karena itu perhatian yang sangat besar kepada kredibilitas perusahaan merupakan komponen penting dalam membangun reputasi perusahaan³⁹. Elemen kredibilitas yang dimiliki perusahaan

¹⁹ Fombrun, C.J. Dan Zajac, E.J., 1987, *Structural and Perceptual Influences on Intraindustry Stratification*, Academy of Management Journal, h. 35

²⁰ Goldsmith, R.E., Lafferty, B.A. And Newell, S.J., (2000) "The Impact of Corporate Credibility and Celebrity Credibility on Consumer Reaction to Advertisements and Brands. *Journal of Advertising*, Vol. 29(3) h. 304

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjadi titik fokus terpenting didalam wilayah penelitian guna memahami bagaimana menumbuhkan reputasi perusahaan.²¹

2. Faktor Yang Mempengaruhi Kredibilitas

Kredibilitas perusahaan terkait dengan reputasi yang dicapai perusahaan di pasar adalah pondasi untuk relasi yang lebih kuat. Ikatan dengan konsumen akan sulit dibangun jika suatu perusahaan tidak dapat dipercaya. Kredibilitas dipengaruhi tiga faktor:²²

- a. Keahlian perusahaan (corporate expertise) yaitu sejauh mana perusahaan dapat memproduksi dan menjual produk atau memberikan layanan.
- b. Kepercayaan perusahaan (corporate truthworthiness) yaitu sejauh mana perusahaan termotivasi untuk jujur, dapat diandalkan, dan menanggapi kebutuhan pelanggan
- c. Daya Tarik perusahaan (corporate attractiveness) sejauh mana suatu perusahaan tampil atraktif, menyenangkan, berwibawa dan dinamis.

3. Indikator Kredibilitas

Sallam dkk berpendapat bahwa kredibilitas perusahaan memiliki dua indikator, antara lain :

- a. *Expertise* Adalah seberapa besar keahlian perusahaan yang dapat dinilai oleh konsumen ketika perusahaan tersebut menciptakan produk atau menyalurkan suatu jasa.

²¹ Li, Yongqiang, Dan Wang, Xuehua. 2011. *The Effects of Corporate Brand Credibility, Perceived Corporate-Brand Origin, And Self-Image Congruence on Purchase Intention: Evidence from China's Auto Industry*, Journal of Global Marketing, Taylor & Francis Group, h. 58

²² Kotler dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 1*, Edisi Keduabelas. Jakarta: PT. Indeks, h. 96

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. *Trustworthiness* Yaitu seberapa besar kejujuran perusahaan yang dapat dinilai oleh konsumen ketika menawarkan sebuah barang atau suatu jasa.²³

Kredibilitas yang baik akan menciptakan citra perusahaan yang baik pula. Seorang konsumen akan mempertimbangkan untuk menggunakan kembali barang atau jasa dari produsen yang sama melalui pengaruh citra perusahaan. Citra dan merek perusahaan yang baik pun diakui oleh para eksekutif bisnis sebagai pengaruh keunggulan bersaing pada tingkat kepuasan pelanggan dari sudut positif, sehingga kepuasan yang ada di dalam diri pelanggan akan mampu menimbulkan loyalitasnya dalam pembelian ulang suatu barang atau jasa.

Penilaian yang positif terhadap citra perusahaan mampu menjadikan konsumen merasa bahwa perusahaan memiliki kapabilitas untuk membina hubungan dengan baik dan mempunyai kredibilitas yang baik, sehingga pelanggan akan dengan sendirinya menunjukkan loyalitas terhadap perusahaan.

D. Sertifikasi Halal**1. Pengertian Sertifikasi Halal**

Sertifikasi halal terdiri dari dua kata yaitu sertifikasi dan halal. Kata sertifikasi (certificate) yang mempunyai tiga arti yaitu akte, surat keterangan, diploma atau ijazah. Kata *certificate* kemudian diadopsi ke dalam bahasa Indonesia sertifikasi yang merupakan kata benda. Dalam

²³ Sallam, Methaq Ahmed Abdulmajid. 2011. *The Impact of Source Credibility on Saudi Consumer's Attitude Toward Print Advertisement: The Moderating Role of Brand Familiarity*. Canadian Center of Science and Education h. 65

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menjelaskan sertifikasi itu berarti tanda atau surat keterangan atau pernyataan tertulis atau tercetak yang dikeluarkan oleh pihak yang berwenang yang dapat digunakan sebagai bukti, sementara itu sertifikasi berarti kegiatan penyertifikat atau proses menjadi sertifikat.²⁴

Sementara itu kata halal dari bahasa Arab yang berasal dari hukum halal dan haram. Menurut Ibn Manzhur dalam buku Sopa menyebutkan, halal itu berasal dari kata *al-hillu* yang berarti tidak terikat (*al-thalq*). Oleh karena itu, *al-muhillu* berarti orang kafir yang boleh di perangi karena tidak terkait perjanjian damai dengan kita. Lafadz halal lawan kata haram sedangkan lafadz haram itu pada asalnya berarti mencengah atau menghalangi (*al-man'u*). Setiap yang diharamkan (*al-muhrimun*) menjadi tercegah atau terlarang. Lafadz *al-muhrimu* merupan lawan dari lafadz *al-muhillu* yang berarti orang kafir yang tidak boleh diperangi karena terikat perjanjian damai dengan umat Islam.²⁵

Sertifikat Halal adalah suatu fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman LABEL HALAL pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang.

²⁴ Yusuf Qardawi, *al-H{alalu wa al-H{aram fi al-Islami*, (Lebanon: Bairut, 1960), h.

²⁵ Ahmad Sanusi Luqman. 2015. *Konsep Halal dan Haram Menurut Pandangan Islam*. Medan: Pelatihan Auditor Halal Internal Perusahaan, h. 25

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Sertifikasi halal merupakan jaminan keamanan bagi seorang konsumen muslim untuk dapat memilih makanan yang baik baginya dan sesuai dengan aturan agama. Produk makanan yang memiliki sertifikat halal adalah produk yang didalam proses pengolahannya memenuhi standar dalam keamanan dan kebersihannya.

Menurut penelitian Zailani, Omar, dan Kepong menyatakan sertifikasi halal sebagai bentuk pengujian terhadap makanan mulai dari persiapan, penyembelihan, pembersihan, proses, perawatan, pembasmian kuman, penyimpanan, pengangkutan, sebaik mungkin sebaik praktik manajemennya. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal (*halal certification*) adalah persoalan pokok yang berasal dari prinsip agama Islam dan prosedur yang membuktikan bahwa suatu produk harus bagus, aman, dan pantas untuk dikonsumsi umat muslim. Sertifikasi halal menjamin keamanan suatu produk agar bisa dikonsumsi umat muslim.

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (LPPOM MUI 2008). Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal (Hasan 2014). Sertifikat halal berlaku selama kurun waktu empat tahun. Kemudian bisa dilakukan perpanjangan. Perusahaan harus memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk.

Menurut Qal'aji dan Qunaibi dalam Sopa, lafazd halal itu berasal dari *halla al-syay'i* apabila sesuatu itu telah menjadi mubah. Oleh karena itu, pengertian halal identik dengan *mubah* yang terdapat dalam *ahkam alkhamseh*. Atas dasar itu, maka wajar Al-Qardlawi secara tegas mengidentikkan keduanya seperti tercermin dalam definisi halal yang diberikannya yaitu sesuatu yang mubah yang diizinkan syari' untuk dikerjakan dalam definisi yang dikemukakan oleh Al-Qardawi. Terdapat dua unsur. Pertama, sesuatu yang tidak tegas penunjukan kepada yang haram maka tetap suatu itu pada hukum asalnya mubah yang terdapat dalam zat atau *'ain*.²⁶ Dengan demikian, secara substantif benda tersebutzatnya adalah mubah. Kedua, Islam telah membatasi wewenang untuk menghalalkan dan mengharamkan, kerana itu wewenang tersebut dilepas dari tangan semua makhluk, bagaimanapun kedudukannya dalam urusan dunia dan agama dan jadi wewenang itu hanya milik Allah saja. Diizinkan oleh syari' untuk dikerjakan berkaitan dengan perbuatan mukallaf yaitu mengerjakan (*fi'l al-mukallaf*). Oleh karena itu, cakupan

²⁶ Yusuf Qaradhawi. 2005. *Halal dan Haram*. Jakarta: Robbani Press, h. 2

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



mengerjakan itu sangat luas termasuk didalamnya mengonsumsi pangan dalam upaya memenuhi kebutuhan jasmani *mukallaf*.

Sertifikat halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI pusat atau propinsi tentang halalnya suatu produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetik yang diproduksi oleh perusahaan setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LPPOM MUI. Pemegang otoritas menerbitkan sertifikasi produk halal adalah MUI yang secara teknis ditangani oleh LPPOM. Bagi konsumen, sertifikat halal berfungsi: terlindunginya konsumen Muslim dari mengonsumsi produk pangan, obat-obatan dan kosmetik yang tidak halal, secara kejiwaan perasaan hati dan batin konsumen akan tenang, mempertahankan jiwa dan raga dari keterpurukan akibat produk haram, dan akan memberikan kepastian dan perlindungan hukum.²⁷

Pasal 46 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyatakan, Pemerintah dapat melakukan kerjasama internasional dalam bidang JPH (Jaminan Produk Halal) sesuai dengan peraturan perundang-undangan, kerjasama dibidang JPH dapat berbentuk pengembangan JPH, penilaian kesesuaian, dan pengakuan sertifikat halal. Kesadaran Warga Negara Indonesia (WNI) yang mayoritas beragama Islam untuk mengonsumsi makanan atau minuman yang baik dan dijamin kehalalannya cukup tinggi. Bagi umat Islam khususnya jaminan halal jelas sangat penting selain kandungan gizinya. Makanan halal sudah diatur

²⁷ Sofyan Hasan. 2014. *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo, h. 242

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



dalam syariah Islam mulai dari jenis bahan hingga cara memperoleh dan mengolahnya. Sesuai amanah Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 terutama pada Pasal 28 dan Pasal 29 umat Islam wajib dilindungi dan diberi hak menjalankan ibadahnya, karena tugas utama umat Islam dimuka bumi ini adalah untuk beribadah dan mengabdikan kepada Allah.

Lantas bagaimana mungkin ibadah dan doa *munajad* dapat diterima Allah jika makanan dan minumannya tidak suci dan baik.²⁸ Pemerintah Indonesia berkewajiban memberi jaminan ketersediaan produk halal untuk melindungi masyarakat khususnya yang beragama Islam dari produk yang tidak halal atau haram. Karena itu sertifikasi halal produk menjadi sangat penting bagi umat Islam. Apalagi di era globalisasi dan perdagangan bebas, berbagai produk baik makanan olahan, makanan kemasan, makanan siap saja, minuman, obat-obatan, dan kosmetik dari luar negeri begitu mudah masuk ke Indonesia.

Secara formal, jaminan produk halal menjadi wajib bagi konsumen Muslim untuk membentengi atau *filter* pertama agar umat Islam terhindar dari bahayanya produk pangan farmasi yang tidak halal atau haram dari luar negeri. Bahkan sebenarnya umat lain pun akan diuntungkan dengan adanya jaminan produk halal tersebut. Sebab halal memberikan kebaikan dan keberkahan bagi hidup dan kehidupan.

²⁸ Ma'ruf Amin, 2013. "Makanan Halal Mempengaruhi Amal Ibadah dan Doa" dalam Jurnal Halal Nomor 102, h. 26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang telah dikeluarkan oleh badan penyelenggara jaminan produk halal yang selanjutnya di singkat sebagai BPJHP.²⁹ Pemasangan label halal terhadap produk halal sangatlah penting, karena merupakan sumber informasi bagi konsumen dan menyangkut hajat hidup orang banyak. Untuk itu para pelaku usaha hendaklah mengacuh pada undang – undang nomor 18 tahun 2012 pasal 97 ayat 3, pada suatu label harus membuat sekurang-kurangnya keterangan mengenai:

- a. Nama produk
- b. Daftar bahan yang digunakan
- c. Berat bersih atau isi bersih
- d. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor
- e. Halal bagi yang dipersyaratkan
- f. Tanggal dan kode produksi
- g. Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa
- h. Nomor izin edar bagi pangan olahan dan
- i. Asal usul bahan pangan tertentu

Pada dasarnya, umat islam diwajibkan mengkonsumsi makanan yang halal menurut syariat agama Islam. Untuk itu pencantuman label halal pada produk makanan sangatlah penting. Hal ini juga ditegaskan dalam peraturan pemerintah nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan pasal 10 ayat 1 : “setiap orang yang memproduksi atau

²⁹ pasal 1 angka 10 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memasukkan pangan yang dikemas kedalam wilayah Indonesia untuk diperdagangkan, menyatakan bahwa pangan tersebut halal bagi umat Islam, bertanggung jawab atas kebenaran pernyataan tersebut dan wajib mencantumkan keterangan keterangan atau tulisan halal pada kemasan.

Yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam yaitu:

- a) Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
- b) Tidak mengandung bahan yang diharamkan seperti bahan yang berasal dari organ manusia, darah, kotoran-kotoran dan lain sebagainya.
- c) Semua bahan yang berasal dari hewan halal yang disembelih sesuai dengan tata cara syariat Islam.
- d) Semua tempat penyimpanan, tempat penjualan, pengolahan, pengelolaan, dan transportasinya tidak boleh digunakan untuk babi. Jika pernah digunakan untuk babi atau barang yang tidak halal lainnya terlebih dahulu harus dibersihkan dengan tata cara yang telah diatur dalam syariat islam.
- e) Semua makanan dan minuman tidak menandung khamar.

Sertifikat halal ini dikeluarkan oleh LPPOM dibawah naungan Majelis Ulama Indonesia, yang selanjutnya disingkat LPPOM MUI. Sertifikat halal adalah fatwah tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupaka hasil siding komisi, fatwah MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MUI.³⁰ Fatwah adalah ketetapan hukum Islam yang dikeluarkan oleh komisi fatwah tentang status hukum suatu kasus tertentu, sertifikat halal ini merupakan syaran pencantuman label halal pada produk kemasan. Pemegang sertifikat halal Majelis Ulama Indonesia bertanggung jawab memelihara kehalalan produk yang di produksinya dan sertifikat ini tidak dapat dipindah tangankan. Sertifikat yang sudah berakhir masa berlakunya termasuk foto copynya tidak boleh digunakan atau dipasang untuk maksud-maksud tertentu. ujian pelaksanaan sertifikat halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetik adalah untuk memberika kepastian kehalalan suatu produk sehingga dapat menenangkan hati yang mengkonsumsinya. Untuk lebih jelasnya, prosedur dan mekanisme penetapan fatwah halal, secara singkat dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. MUI memberikan pembekalan pengetahuan kepada auditor LPPOM tentang benda-benda haram menurut syariat Islam. Dalam hal ini benda haram lizatih dan haram ligairih karena cara pemaknaan tidak sejalan dengan syariat-syariat dalam Islam. Dengan arti kata, para auditor harus mempunyai pengetahuan memadai tentang benda-benda haram tersebut.
2. Para audiror melakukan penelitian dan audit ke pabrik-pabrik atau perusahaan yang meminta sertifikasi halal, pemeriksaan yang dilakukan meliputi :

³⁰ Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM-MUI, 2008, h.8



- a. Pemeriksaan secara seksama terhadap bahan-bahan produk, baik bahan baku maupun bahan tambahan.
 - b. Pemeriksaan terhadap bukti-bukti pembelian bahan produk.
 - c. Bahan-bahan tersebut kemudian diperiksa di laboratorium terutama bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan haram (najis) untuk mendapat kepastian.
3. Pemeriksaan terhadap suatu perusahaan tidak jarang dilakukan lebih dari satu kali dan tidak jarang pula auditor (LPPOM) menyarankan bahkan mengganti suatu bahan yang dicurigai atau diduga mengandung bahan yang haram (najis) dengan bahan yang diyakini kehalalannya atau sudah bersertifikat halal dari MUI atau dari lembaga lain yang dipandang berkompeten, jika perusahaan tersebut tetap menginginkan sertifikat halal dari MUI. Hasil pemeriksaan dan audit LPPOM tersebut kemudian dituangkan kedalam sebuah berita acara, kemudian berita acara itu diajukan ke komisi fatwa MUI untuk disidangkan.
 4. Dalam sidang komisi fatwa, LPPOM menyampaikan dan menjelaskan isi berita acara dan kemudian dibahas secara teliti dan mendalam oleh siding komisi.
 5. Suatu produk yang masih mengandung bahan yang diragukan kehalalannya, atau terdapat bukti-bukti pembelian bahan produk yang dipandang tidak transparan oleh sidang komisi, dikembalikan kepada

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LPPOM untuk dilakukan penelitian atau audit ulang ke perusahaan yang bersangkutan.

6. Sedangkan produk yang telah diyakini kehalalannya oleh sidang komisi,
7. diputuskan fatwah halalnya oleh sidang komisi.
8. Sidang komisi yang berupa fatwa halal kemudian dilaporkan kepada dewan pimpinan MUI untuk dikeluarkan surat keputusan fatwa halal dalam bentuk sertifikat halal.

Untuk menjamin kehalalan suatu produk yang telah mendapat sertifikat halal, MUI menetapkan dan menekankan bahwa jika sewaktu-waktu ternyata diketahui produk tersebut mengandung unsur-unsur bahan haram (najis), MUI berhak mencabut sertifikat halal produk bersangkutan. disamping itu, setiap produk yang telah mendapat sertifikat halal diharuskan pula memperhatikan atau memperpanjang sertifikat halalnya setiap dua tahun, dengan prosedur dan mekanisme yang sama. Jika setelah dua tahun terhitung sejak berlakunya sertifikat halal, perusahaan bersangkutan tidak mengajukan permohonan (perpanjangan) sertifikat halal, perusahaan itu dipandang tidak lagi berhak atas sertifikat halal dan kehalalan produk produknya diluar tanggung jawab MUI. Bagi masyarakat yang ingin mendapatkan informasi tentang produk (perusahaan) yang telah mendapatkan sertifikat halal MUI dan masa berlakunya, LPPOM MUI telah menerbitkan jurnal halalketentuan administrasi aatau pengajuan sertifikasi halal.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Adapun ketentuan administrasi untuk pengajuan sertifikasi halal secara umum, sebagai berikut :

- a. Perusahaan yang mengajukan sertifikasi, baik pendaftaran baru, pengembangan (produk/fasilitas), maupun perpanjangan dapat melakukan pendaftaran secara online.
- b. Mengisi data pendaftaran : status sertifikasi (baru / pengembangan / perpanjangan), data sertifikat halal, status surat jaminan halal (SJH) jika ada dan kelompok produk.
- c. Membayar biaya pendaftaran biaya sertifikasi halal.
- d. Mengisi dokumen yang dipersyaratkan dalam proses pendaftaran sesuai dengan status pendaftar, (baru/ pengembangan/ perpanjangan) dan proses bisnis (industri pengolahan, RPH, restoran dan industri jasa), diantaranya: manual SHJ, diagram alir proses produksi, data pabrik, data produk, data bahan dan dokumen bahan yang digunakan, serta data matrix produk.
- e. Setelah selesai mengisi dokumen yang dipersyaratkan, maka tahap selanjutnya sesuai dengan diagram alir proses sertifikasi halal.

Ketentuan Masa Berlaku Halal :

- a. Sertifikat halal hanya berlaku selama dua tahun, untuk daging yang diekspor surat keterangan halal diberikan untuk setiap kali pengapalan
- b. Tiga bulan sebelum berakhir masa berlakunya sertifikat, LPPOM MUI akan memberikan surat pemberitahuan kepada produsen, yang bersangkutan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- c. Dua bulan sebelum berakhir masa berlakunya sertiikat, produsen harus mendaftarkan kembali untuk sertifikat halal yang baru.
- d. Produsen yang tidak memperbaharui sertifikasi halalnya, tidak diizinkan lagi menggunakan sertifikat halal tersebut dan dihapus dari daftar yang terdapat dalam majalah resmi LPPOM MUI.
- e. Jika sertifikat hilang, pemegang harus segera melaporkannya ke LPPOM MUI.
- f. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI adalah milik MUI, oleh sebab itu jika karena suatu hal diminta kembali oleh MUI, Maka pemegang sertifikat wajib menyerahkannya.
- g. Keputusan MUI yang didasarkan atas fatwa MUI tidak dapat diganggu gugat.

Prosedur perpanjangan sertiikat halal adalah sebagai berikut:

- a. Produsen yang bermaksud memperpanjang sertifikat yang dipegangnya harus mengisi formulir pendaftaran yang tersedia.
- b. Pengisian formulir disesuaikan dengan perkembangan terakhir produk.
- c. Perubahan bahan baku, bahan tambahan dan penolong, serta jenis pengelompokan produk harus diinformasikan kepada LPPOM MUI.
- d. Produsen berkewajiban melengkapi dokumen terbaru tentang spesifikasi, sertifikat halal.

Fungsi dan Peran LPPOM-MUI dalam Sertifikasi Halal:

- a. Fungsi LPPOM-MUI Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) dibentuk pada tahun



1989 melalui Surat keputusan Dewan Pimpinan Pusat Majelis Ulama Indonesia No.018/MUI/I/1989 dengan fungsi sebagai pelindung umat dalam hal konsumsi makanan dan minuman, fungsi ini juga sesuai dengan fungsi Majelis Ulama Indonesia yang melakukan perlindungan umat secara umum, baik dalam hal pemikiran maupun muamalah. Lembaga ini juga mengurus permasalahan hukum halal dan haram baik dalam hal pangan, obat-obatan maupun produk kosmetika. Dalam Islam, masalah halal dan ketakwaan sebagai muslim yang utuh. Badan inilah yang berwenang mengeluarkan sertifikat halal. Sebelum mengeluarkan sertifikat halal tersebut badan ini menjalin kerjasama dengan para ahli untuk menilai kandungan suatu produk sebelum diputuskan statusnya menjadi halal.

b. Peran Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia.

1. Mengadakan inventarisasi, klarifikasi dan pengkajian terhadap kehalalan makanan, obat-obatan dan kosmetik yang beredar di masyarakat.
2. Mengkaji dan menyusun konsep-konsep yang berkaitan dengan peraturan-peraturan mengenai penyelenggaraan rumah makan/restoran, perhotelan, hidangan dalam pelayaran atau penerbangan, pemotongan hewan serta penggunaan berbagai jenis bahan bagi pengelolaan pangan, obat-obatan dan kosmetika yang digunakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



oleh masyarakat khususnya umat Islam harus terjamin kehalalannya.

3. Menyampaikan hasil-hasil pengkajian dan konsep-konsep itu kepada Dewan Pimpinan Majelis Ulama Indonesia sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan kebijakan yang berkaitan dengan pengelolaan, jual beli dan penggunaan pangan, obat-obatan dan kosmetika.
4. Mengadakan berbagai kegiatan dalam rangka mejalin kerjasama dengan instansi-instansi pemerintah dan swasta, dalam dan luar negeri.

Selain peran yang tersebut diatas, masih ada peranan LPPOM-MUI yang lainnya yaitu untuk melindungi umat dari makanan yang tidak halal, selain itu memegang prinsip untuk melindungi fatwa-fatwa tentang makanan yang halal dan yang tidak sehingga tidak menimbulkan fatwa-fatwa yang controversial yang menghalalkan makanan yang haram dan sebaliknya mengharamkan makanan yang halal. Umat disini tidak hanya konsumen, tetapi dalam paham Majelis Ulama Indonesia adalah seluruh unsur di negara ini, termasuk prosuden dan lembaga asosiasi.

2. Proses Pengajuan Sertifikasi Halal

Proses pengajuan sertifikasi halal adalah tata cara mendaftarkan suatu produk untuk mendapatkan sertifikat halal dari lembaga yang berwenang dalam mengeluarkan sertifikasi halal. Adapun proses pengajuan sertifikasi halal secara umum menurut LPPOM MUI adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Perusahaan menyiapkan Sistem Jaminan Halal yang dibuat sendiri oleh perusahaan yang isinya adalah komitmen halal perusahaan, sistem halal yang dibuat perusahaan, dokumen-dokumen halal sesuai dengan kinerja perusahaan, disini perusahaan menyiapkan segala jenis kelengkapan berkas-berkas dan dokumen halal.
- b. Selanjutnya perusahaan mendaftarkan atau menyerahkan dokumen sertifikat halal yang sudah di susun oleh perusahaan ke LP-POM MUI selanjutnya LP-POM MUI memeriksa kelengkapan dokumen dari perusahaan apabila di anggap bisa diaudit, maka akan lanjut ke tahap audit.
- c. Apabila tidak maka LP-POM akan melakukan *pre audit memorandum* dimana LP-POM akan menyurati perusahaan dan meminta berkas atau dokumen yang kurang agar di lengkapi.
- d. Audit dilakukan oleh 2 orang atau lebih auditor halal LP-POM yang datang langsung keperusahaan, apabila perusahaan tersebut berbasis pengolahan daging atau bahan olahan lain makan terlebih dahulu harus ada hasil laboratorium yang mengatakan bahan tersebut bebas dari unsur haram apabila terdapat unsur haram dalam bahan olahan dan atau pengolahan daging maka tidak bisa dilanjutkan ketahap berikutnya.
- e. Dilakukan rapat auditor halal yang mana di dalamnya terdapat banyak auditor dari disiplin ilmu yang berbeda, setelah itu perlu analisis laboratorium atau tidak, apabila perlu analisis laboratorium terhadap

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



produk perusahaan yang diajukan maka dilakukan analisis laboratorium, apabila keluar analisis laboratorium produk tersebut mengandung unsur haram berarti tidak dapat diaudit lagi dan tidak bisa melanjutkan ketahap berikutnya. Apabila hasil laboratorium menyatakan tidak mengandung bahan haram maka lanjut ke tahap berikutnya.

- f. Apabila syarat terpenuhi lanjut ke penilaian Sistem Jaminan Halal yang di buat oleh perusahaan dinilai oleh auditor halal LP-POM.
- g. Rapat komisi fatwah bila persyaratan terpenuhi maka terbitlah sertifikat halal bila tidak maka masuk lah ke dalam audit memorandum dan perusahaan yang bersangkutan diminta melengkapi berkas atau dokumen yang diminta.

Menurut Kementerian Agama Republik Indonesia dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa prosedur pengajuan sertifikasi halal harus melalui mekanisme sebagai berikut:

- a. Pelaku usaha mengajukan permohonan secara tertulis kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang dilengkapi dengan dokumen: data pelaku usaha, nama dan jenis produk, daftar bahan produk yang digunakan, dan proses pengolahan produk.
- b. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) atas perintah BPJPH melakukan pemeriksaan dan/atau pengujian kehalalan produk dalam waktu 5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



(lima) hari kerja terhitung sejak dokumen permohonan dinyatakan lengkap.

- c. Auditor halal LPH melakukan pemeriksaan kehalalan produk dan jika terdapat bahan yang diragukan kehalalannya, LPH melakukan pengujian di laboratorium.
- d. Hasil pemeriksaan dan/atau pengujian LPH dilaporkan ke BPJPH.
- e. BPJPH menyampaikan laporan LPH kepada MUI untuk memperoleh penetapan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal.
- f. MUI bersama dengan pakar, unsur K/L, dan/atau instansi terkait melakukan sidang fatwa halal guna menetapkan keputusan penetapan halal produk yang menjadi dasar penerbitan sertifikat halal.
- g. Keputusan penetapan halal produk dihasilkan paling lama 30 (tiga puluh) hari kerja sejak MUI menerima berkas hasil pemeriksaan dan/atau pengujian dari BPJPH.
- h. BPJPH menerbitkan sertifikat halal paling lama 7 (tujuh) hari kerja sejak keputusan penetapan halal produk diterima dari MUI.

3. Indikator Sertifikasi Halal

Adapun indikator sertifikasi halal sebagai berikut:

- a. Pemahaman logo halal
- b. Pemilihan produk halal sesuai Lembaga yang berstatus legal
- c. Pemilihan produk berdasarkan logo halal
- d. Pengetahuan mengenai perbedaan logo dan logo palsu
- e. Pemahaman produk yang memakai sertifikasi halal dari negara lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



E. Loyalitas Pelanggan

1. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas pelanggan memiliki nilai strategik bagi perusahaan. Imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Jadi semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan dari seorang konsumen.

Menurut Oliver (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usahausaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Sedangkan menurut Morais (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Selanjutnya Parasuraman (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mendefinisikan loyalitas pelanggan dalam konteks pemasaran jasa sebagai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Menjaga pelanggan tetap senang dan loyal merupakan tantangan bagi perusahaan dan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan. Hasan (2014) mengatakan loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

Berdasarkan beberapa defenisi-defenisi dari beberapa ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datangkesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk tersebut.

2. Karakteristik Loyalitas pelanggan

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Griffin (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Melakukan pembelian di semua lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*)
- c. Merekomendasikan produk lain (*refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*).

Selain itu, Hasan (2014) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal itu paling tidak menunjukkan karakteristik seperti :

- a. Adanya runtutan pembelian dan proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian.
- b. Tingkat atau ukuran kedekatan pelanggan pada sebuah produk atau jasa.
- c. Adanya perasaan positif terhadap produk atau jasa.
- d. Penggunaan produk atau jasa yang sama secara teratur

Berdasarkan dari beberapa karakteristik loyalitas pelanggan yang dikemukakan diatas, dapat disimpulkan bahwa karakteristik loyalitas pelanggan yaitu adanya runtutan pembelian dan proporsi pembelian, atau probabilitas pembelian, tingkat atau ukuran kedekatan pelanggan pada sebuah produk atau jasa, adanya perasaan positif terhadap produk atau jasa, penggunaan produk atau jasa yang sama secara teratur.

3. Aspek-Aspek Loyalitas Pelanggan

Menurut Baloglu (dalam Gunawan dan Djati, 2011) yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan memiliki lima aspek, yaitu



kepercayaan (*trust*), komitmen psikologi (*psychological comitment*), perubahan biaya (*switching cost*), perilaku publisitas (*word-of-mouth*), dan kerjasama (*cooperation*). Selanjutnya Hasan (2014) mengatakan bahwa aspek loyalitas pelanggan yaitu :

- a. Pembelian ulang diartikan sebagai perilaku konsumen yang hanya membeli sebuah produk/jasa secara berulang-ulang dan konsisten dimasa yang akan datang.
- b. Komitmen Pelanggan terhadap produk/jasa. Pelanggan yang loyal tidak hanya membeli ulang suatu produk/jasa tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap produk/jasa.
- c. Rekomendasi dari mulut ke mulut Pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap produk/jasa akan bersedia bercerita hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, teman dan keluarga yang jauh lebih persuasif dibanding iklan. Sedangkan menurut Tjiptono (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013) mengemukakan enam aspek yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen, yaitu:
 - a) Pembelian ulang
 - b) Kebiasaan mengkonsumsi produk
 - c) Rasa suka yang besar pada produk atau suatu jasa.
 - d) Ketetapan pada produk atau jasa.
 - e) Keyakinan bahwa produk tertentu produk yang terbaik.
 - f) Perekomendasi produk atau jasa kepada orang lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Berdasarkan beberapa aspek-aspek loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah aspek-aspek loyalitas pelanggan yang dikemukakan oleh Hasan (2014) yaitu pembelian ulang, komitmen pelanggan terhadap produk/jasa, dan rekomendasi dari mulut ke mulut.

4. Indikator Loyalitas Pelanggan

- a. Pembelian Ulang
- b. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut
- c. Selalu menyukai merek tersebut
- d. Tetap memilih merek tersebut
- e. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik
- f. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

F. Tinjauan Penelitian yang Relevan

Adapun penelitian terdahulu yang relavan dengan penelitian ini yakni sebagai berikut:

1. Suci Fika Widiana, Roganda Simanggunsong, (*Jurnal BisniS dan Pemasaran* , Volume 11, Nomor 2, September 2021, ISSN : 2087-3077).
 “Pengaruh Citra merek terhadap loyalitas Pelanggan (Studi pada The Pucuk Harum” Hasil penelitian citra merek berada pada posisi yang cukup kuat, dimana dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah brand favorability dengan skor 1121 (48,61%) dan dimensi terendah adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimensi brand strenght dengan skor 424 (18,38%). Itu citra, untuk loyalitas pelanggan berada di posisi, dimana dimensi yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengulangan dengan skor 716 (40,33%) dan dimensi yang memiliki skor terendah adalah dimensi retansi dengan skor 304 (17, 12%). Berdasarkan pada analisis koefisien determinasi diperoleh nilai R Square sebesar 0,693 yang berarti bahwa citra merek mempengaruhi loyalitas pelanggan sebesar 69,3%.³¹

Persamaan penelitian Suci Fika Widyana, Roganda Simanggunsong, sama-sama membahas tentang variabel citra merek terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya penelitian ini membahas tentang *Studi pada The Pucuk Harum*” sedangkan peneliti lebih kepada Frozen Food

2. Andrea Ferdian Colognes, Alif Suryani, (*Jurnal Manajemen Unud, Volume 4. Nomor 8, Tahun 2015*) *Peran Mediasi Kepuasan Konsumen dalam Pengaruh Kredibilitas Merek terhadap Loyalitas Konsumen IM3*. Hasil analisis Menunjukkan bahwa kepuasan konsumen secara positif berpengaruh signifikan memediasi dalam perusahaan semakin kredibel, maka berdampak kepada peningkatan kepuasan konsumen, sehingga loyalitas konsumen akan meningkat. Untuk meningkatkan kepuasan

³¹ Suci Fika Widyana, Roganda Simanggunsong, (*Jurnal Bisnis dan Pemasaran* , “Pengaruh Citra merek terhadap loyalitas Pelanggan (Studi pada The Pucuk Harum” Volume 11, Nomor 2, September 2021, ISSN : 2087-3077.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen, maka perusahaan penting untuk memfokuskan diri pada pemenuhan janji dan layanan pada produk yang diberikan.³²

Persamaan pada penelitian Andrea Ferdian Colognes, Alif Suryani dengan peneliti, sama-sama membahas tentang kredibilitas terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan perbedaannya Andrea Ferdian Colognes, Alif Suryani selain membahas tentang kredibilitas juga membahas tentang peran mediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan peneliti membahas kepada citra merek, sertifikasi halal, kredibilitas terhadap loyalitas perusahaan.

3. Tri Handayani, Y.Djoko Susemo dan Erni Widajanti. Program studi magister Manajemen, universitas slamet riyadi Surakarta. Jurnal manajemen sumber daya manusia. Volume 13. Nomor 1 Juni 2019; “*Analisis Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Herbal Moreskin Di Sragen*”. Hasil penelitian citra merek, label halal dan iklan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk kosmetik herbal Moreskin di Kecamatan kedawung kabupaten Sragen”.³³ Persamaan dengan penelitian Tri Handayani, Y.Djoko Susemo dan Erni Widajanti dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang citra merek, label halal atau sertifikat halal terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan perbedaannya ada

³² Andrea Ferdian Colognes, Alif Suryani, (Jurnal Manajemen Unud, Peran Mediasi Kepuasan Konsumen dalam Pengaruh Kredibilitas Merek terhadap Loyalitas Konsumen IM3. Volume 4, Nomor 8, Tahun 2015.

³³ Tri Handayani, Y.Djoko Susemo dan Erni Widajanti. Program studi magister Manajemen, universitas slamet riyadi Surakarta. Jurnal manajemen sumber daya manusia. “*Analisis Pengaruh Citra Merek, Label Halal, Dan Iklan Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Herbal Moreskin Di Sragen*” Volume 13. Nomor 1 Juni 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

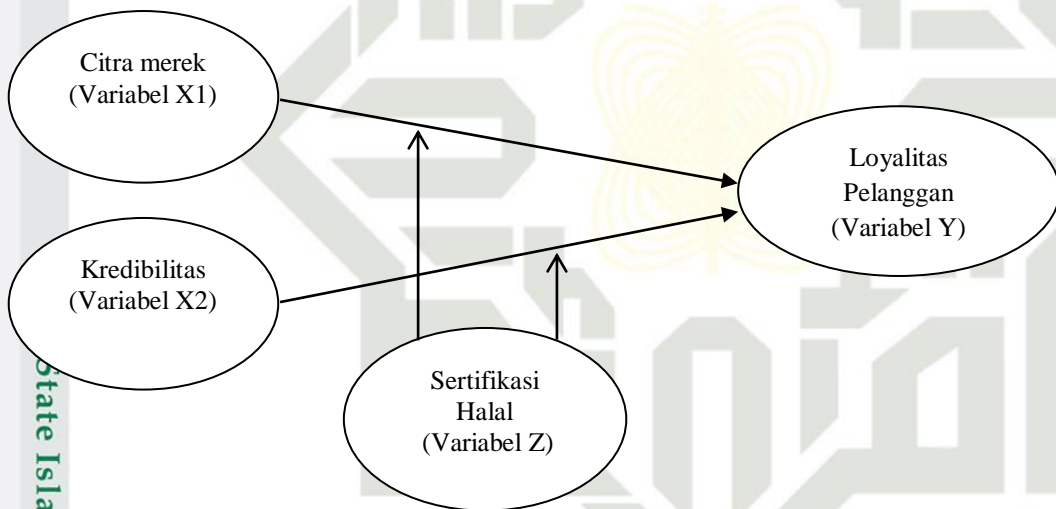
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel iklan nya serta lebih kepada produk kosmetik, sedengkan peneliti ada variabel kredibilitas serta lebih kepada produk frozen food.

G. Kerangka Berfikir

Dari permasalahan dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Model penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dilakukan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat

dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum empirik.

H₁ : Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₂ : kredibilitas berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₃ : Sertifikasi halal memoderasi pengaruh Citra Merek secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

H₄ : Sertifikasi halal memoderasi pengaruh Kredibilitas secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan pada rumusan masalah dapat dirumuskan hipotesis kerjanya pada penelitian ini yaitu : diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Produk Frozen Food Merek Umiami pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*). Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan data-data yang berupa angka sebagai alat menganalisis dan melakukan kajian penelitian, terutama mengenai apa yang sudah diteliti. Landasan teori dimanfaatkan sebagai pemandu agar fokus penelitian sesuai dengan fakta di lapangan.³⁴

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Alasan pemilihan lokasi penelitian dikarenakan adanya perubahan pendapatan dari penjualan yang awalnya meningkat menjadi menurun.

2. Subjek dan objek penelitian

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah, karyawan dan konsumen pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
- b. Objek penelitian ini adalah Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Frozen Food merek umiami pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

³⁴Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Persada*, (Jakarta, Raja Grafindo 2001),h.35



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Reseller yg terdiri dari Agen, Grosir dan Retail mitra dari CV. Cita Rasa Baru yang berjumlah 118.

Teknik sampel yaitu untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan diantaranya *propability sampling* dan *Non-propability sampling*. Dalam penelitian penulis menggunakan teknik sample jenuh yang terdapat pada *Non-propability sampling* yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah seluruh Reseller yg terdiri dari Agen, Grosir dan Retail yang berjumlah 118 yang berkemitraan dengan distributor CV. Cita Rasa Baru.

C. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini adalah:

- a. Data primer

Data yang diperoleh langsung dari distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru



b. Data sekunder

Data sekunder yang diperoleh dari riset perpustakaan (*Library Research*) dan dokumen-dokumen yang berhubungan dengan penelitian.

D. Informan Penelitian

Orang yang dipilih menjadi informan pangkal sebaiknya orang yang berpengetahuan luas tentang berbagai hal dan mampu mengintroduksikan atau memperkenalkan peneliti kepada informan lain yang memiliki keahlian tentang hal yang ingin diketahui. Informan ini disebut informan pokok atau informan kunci.

Informan dalam penelitian ini adalah direktur dan supervisor marketing yang mana mereka mampu memberikan informasi tentang data dari pada usaha distributor tersebut.

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dari lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan instrument:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dilokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang tepat mengenai subjek penelitian. Bentuk pengamatan yang penulis lakukan adalah secara langsung, sehingga penulis dapat mengamati segala aspek yang terjadi dilapangan.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah cara pengumpulan data yang dilakukan dengan mengadakan proses komunikasi secara langsung dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melakukan tanya jawab kepada responden seputar informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun yang penulis wawancarai antara lain: Direktur ditrisbutor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru, Bagian Pemasaran Produk Frozen Food , serta konsumen Frozen Food.

c. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis pula oleh responden. Angket merupakan kumpulan pertanyaan-pertanyaan yang tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden tentang diri pribadi atau hal-hal yang ia ketahui.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisa yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisa kuantitatif yaitu penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikan perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Analisis yang digunakan adalah sebagai berikut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Uji instrumen penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuisioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $>$ r tabel.

Adapun rumus yang dipakai pada uji validitas ini adalah dengan *korelasi pearson produk moment* yang sudah ada dalam program SPSS.

2) Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian ini dilakukan dengan cara *cronbach's alpha*. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi mempunyai nilai residu yang berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *kolmogrov smirnov*. Uji *kolmogrov smirnov* digunakan karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya digunakan untuk penelitian kuantitatif dan dapat digunakan untuk menguji dengan jumlah data yang banyak. Dengan uji *kolmogrov smirnov* jika nilai probabilitas ≥ 0.05 maka data residual berdistribusi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

normal sebaliknya jika nilai probabilitas < 0.05 maka data residual tidak berdistribusi normal.

Normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik parametrik mensyaratkan data harus berdistribusi normal.³⁵ Data yang digunakan untuk mengetahui pola distribusi dari suatu data hasil penelitian sehingga analisis validitas, reliabilitas, regresi uji t dan korelasi dapat dilaksanakan.

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak, maka regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data yang normal atau mendekati normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda maka akan disebut dengan heteroskedastisitas. Apabila titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka akan terjadi heteroskedastisitas. Dan apabila titik-titik terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan korelasi atau hubungan yang terjadi diantara anggota-anggota dari serangkaian pengamatan yang tersusun

³⁵Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (jakarta: Ufuk Pers, 2011), h. 129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam rangkaian waktu (*data time series*) maupun tersusun dalam rangkaian ruang yang disebut (*croos sectional*). Uji auto korelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Salah satu pengujian yang umum digunakan untuk menguji adanya autokorelasi adalah uji statistic Durbin Watson. Uji ini dihitung berdasar jumlah seluruh kuadrat nilai-nilai faktor pengganggu.

c. Uji Model Regresi

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda merupakan model regresi yang melibatkan lebih dari satu variable independen. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variable independen terhadap variabel dependen.

Dimana variabel independen (X), sedangkan variabel dependen (Y).

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_a X_a$$

Keterangan Y = variabel terikat

α = konstanta

β = koefisien arah regresi linear

X = variabel bebas

d. Uji Hipotesis Penelitian

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

= 0,05 atau 5% jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen.

2) Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel bebas (X) secara bersama-sama (simultan) dalam menjelaskan variabel (Y). Salah satu cara melakukan uji f adalah dengan membandingkan nilai f hasil perhitungan dengan nilai tabel. Jika nilai f hitung lebih besar dari f tabel, maka hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel bebas secara simultan mempengaruhi variabel terikat.

3) Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi determinasi merupakan ukuran kehandalan model dalam menerangkan perubahan dan nilai variabel dependent (minat beli). Nilai koefisien determinasi berada antara 0-1, jika koefisien determinasi adalah 1 maka dapat disimpulkan bahwa perubahan nilai variabel dependent sempurna diterangkan oleh variabel-variabel bebas dan variabel independent dalam model.

4) Uji *Moderated Regression Analysis* (MRA)

MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi atau perkalian antara dua atau lebih variabel independen. Uji MRA memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderating

Untuk menguji Hipotesis yaitu pengaruh Citra Merek, Kredibilitas, interaksi antara Citra Merek dengan sertifikasi halal dan interaksi

kepercayaan dengan sertifikasi halal terhadap loyalitas pelanggan dengan persamaan regresi melalui uji interaksi atau sering disebut dengan *Moderated Regression Analysis* (MRA). MRA merupakan aplikasi khusus regresi berganda linier dimana dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi.(perkalian dua atau lebih variabel independen). Sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_1 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan

Y = Nilai yang diramalkan

a = Konstanta

β = koefisien arah regresi linear

X = variabel bebas

ε = Nilai Residu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, maka kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
2. Kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
3. Sertifikasi halal sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan Citra Merek Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
4. Sertifikasi halal sebagai variabel moderasi tidak mampu memoderasi hubungan kredibilitas Produk Frozen Food Merek Umiami terhadap Loyalitas Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran mengenai pengaruh citra merek, kredibilitas terhadap loyalitas pelanggan



dengan sertifikasi halal sebagai variabel moderating pada produk frozen food Umi-ami sebagai berikut:

1. Kepada pemilik usaha distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan kebijakan berkaitan dengan upaya menarik loyalitas pelanggan dengan tetap memperhatikan kualitas produk dengan merek dan pelayanan yang diberikan.
2. Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk meneliti faktor-faktor selain citra merek, kredibilitas yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dan meneliti variabel moderasi lain selain variabel sertifikasi halal. Hal ini disebabkan penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, William, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Binarupa Aksara, 2008),
- Achmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2* (Pekanbaru: Al-Mujtahdah Press, 2014)
- Ayiah, E., & Farid, M. *Religiusitas, Kontrol Diri Dan Kenakalan Remaja*. (jakarta: Jurnal Psikologi Indonesia, 2014)
- Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Persada*, (Jakarta, Raja Grafindo 2001)
- Basu swasta, *manajemen penjualan*, (yogyakarta: BPFE, 2001)
- Beni Rizki, *Analisis Pengaruh Iklan Flexi Terhadap Minat Beli Konsumen* (Studi Kasus pada Masyarakat Kec. Tampan Pekanbaru), Skripsi (Prodi Manajemen UIN SUSKA RIAU, Pekanbaru, 2012)
- Daradjad, Z.. *Ilmu Jiwa Agama*. Jakarta: (Bulan Bintang, 1970)
- Dimiyati Mahmud, *Psikologi Pendidikan Suatu Pendekatan Terapan*, (Yogyakarta: BPF, 2001)
- E-book; Achmad Djaelani Sediaotama, *Ilmu Gizi Menurut Pandangan Islam* (Jakarta: Dian Rakyat, 1990)
- Ema Ferinadewi, *Merek dan Psikologi Konsumen*, (yogyakarta: Graha Ilmu, 2008)
- Engel, J.F, D.T. Kollal & R.D Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta, Binarupa, 2009)
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Prilaku Kosumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: andi, 2013)
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Pemasaran & Aplikasi*, (Yogyakarta, Andi: 2016)
- Fandy Tjiptono, *Manajemen & Strategi Merek*. (yogyakarta: Andi, 2011)
- Ferdinand, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2002), jilid 1
- Friddy Rangkuti *The Power Of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

UIN Suska Riau Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hawi, A. *Seluk Beluk Ilmu Jiwa Agama*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014)

<http://repository.uin-suska.ac.id>

Jalaludin. *Psikologi Agama*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010)

Mediola Budi Wryawan, *Kamus Brand A-Z* (Jakarta: PT Indonesia Printer, 2008)

Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (jakarta: indeks, 2005)

Prof. Dr. Rully Indrawan, M. Si. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kulitatif, dan Campuran* (Bandung, Retika Aditama ; 2016)

Rahab, K. (n.d.). *Religius Psikologi*. (Yogyakarta: Aswaja Presindo 2005)

Sumitro. *Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan* (jakarta; Erlangga, 1993)

Supardi, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (jakarta: Ufuk Pers, 2011)

Swastha, B. Dan T.H. Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisi Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2008)

Wawancara direktur CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

Yamit, Zulian. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (yogyakarta; Ekonosia, 2001)

Yudrik Jaya, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2001)

Yusuf Qardhawi. *Norma dan Etika Bisnis Islam*. (Jakarta;Gema Insani, 1999)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BUKTI OBSERVASI PENELITIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BUKTI PENYEBARAN ANGKET KE AGEN FROZEN FOOD

© H

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



Susk



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KUISIONER

Assalamu'alaikum Wr Wb

Responden yang terhormat

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan bapak/ibu sdr/i pelanggan Frozen Food Umia-mi untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang di berikan bapak/ibu sdr/i dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas bapak/ibu sdr/i karena angket ini semata-mata untuk kepentingan penelitian di Fakultas Pascasarjan Jurusan ekonomi syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau dalam rangka penyusunan Thesis dengan judul **“Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal sebagai Variabel Moderating (Study Kasus pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)”**

Angket ini ditujukan kepada pelanggan Frozen Food Umia-mi pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Atas bantuan bapak/ibu sdr/i dalam pengisian angket ini saya ucapkan ribuan trimakasih

A. Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Usia :
 Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian

Bapak/ibu sdr/i diminta untuk memberikan tanda silang (X) pada salah satu pernyataan yang sesuai menurut anda keterangan:

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| 1. Sangat Setuju (SS) | 4. Tidak Setuju (TS) |
| 2. Setuju (S) | 5. Sangat Tidak Setuju (STS) |
| 3. Netral (N) | |



1. Citra Merek

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mudah membedakan produk Frozen Food Umia-mi dengan produk-produk lain yang sejenis					
2	Spanduk selalu terpasang di depan toko penjual Frozen Food Umia-mi					
3	Ketika saya mengkonsumsi produk Frozen Food Umia-mi maka saya akan semakin percaya diri					
4	Produk Frozen Food Umia-mi memiliki rasa yang nikmat					
5	Produk Frozen Food Umia-mi memiliki sensasi untuk membelinya kembali					
6	Produk Frozen Food Umia-mi memiliki vitamin A, B2, dan B12 yang baik untuk kesehatan					
7	Frozen Food Umia-mi selalu konsisten antara janji yang dibuat dalam iklan dan kenyataan					
8	Produk Frozen Food Umia-mi yang di jual sesuai dengan kebutuhan konsumen					
9	Produk Frozen Food Umia-mi yang dijual selalu mengikuti selera konsumen					
10	Produk Frozen Food Umia-mi cocok untuk hidangan pesta					

2. Kredibilitas

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki keahlian untuk menyampaikan pesan kepada pelanggan sehingga produk nya layak untuk terkenal di kalangan konsumen					
2	Perusahaan CV. Cita Rasa mempunyai keahlian yang berhubungan dengan marketing pemasaran di lapangan dengan baik					
3	Perusahaan CV. Cita Rasa terlatih dalam mengelola dengan baik perkembangan produk Frozen Food Umia-mi					
4	Perusahaan CV. Cita Rasa jujur dalam menyampaikan kualitas produk Frozen Food Umia-mi					
5	Perusahaan CV. Cita Rasa jujur dalam menyampaikan harga produk Frozen Food Umia-mi					
6	Produk Frozen Food Umia-mi berhak di kembangkan sebagai produk yang berkualitas					
7	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki kemampuan dalam meyakinkan konsumen untuk menggunakan peoduk frozen food Umiami					
8	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki strategi khusus dalam mengembangkan kualitas produk frozen food Umiami					
9	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki hal dalam mengembangkan produk frozen food Umiami melalui iklan,					

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**
1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. **Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
- a. Diharang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

standuk dan sampling					
Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki kemampuan dalam menarik rasa penasaran konsumen mengenai produk frozen food Umiami					

3. Sertifikasi Halal

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Produk Frozen Food Umia-mi di perusahaan CV. Cita Rasa Baru berlogo halal dan terjamin kehalalannya					
2	Produk Frozen Food Umia-mi dari perusahaan CV. Cita Rasa Baru yang berlogo halal aman dikonsumsi					
3	Produk Frozen Food dari perusahaan CV. Cita Rasa Baru yang berlogo halal bersih higienis					
4	Saya memilih produk Frozen Food Umia-mi di perusahaan CV. Cita Rasa Baru halal karena harga terjangkau					
5	Saya memilih produk Frozen Food Umia-mi di perusahaan CV. Cita Rasa Baru halal karena banyak alternative atau pilihan produk					
6	Saya memilih produk Frozen Food di perusahaan CV. Cita Rasa Baru halal karena informasi didapat dari media online					
7	Orang tua atau keluarga saya selalu memotivasi saya untuk selalu memilih makanan yang halal					
8	Saya bisa membedakan mana perusahaan yang memakai logo halal dan logu palsu					
9	Saya berhati-hati dalam memilih produk agar tidak salah memilih, karena banyak logo yang sekarang ini palsu					
10	Ketika produk Frozen Food Umia-mi sudah ada sertifikat halal tidak meragukan saya untuk saya konsumsi					

4. LOYALITAS PELANGGAN

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya puas dengan kualitas produk Frozen Food yang dijual di perusahaan CV. Cita Rasa Baru karena telah memenuhi harapan saya					
2	Harga yang ditawarkan sesuai dengan harga kualitas produk Frozen Food Umia-mi					
3	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki nama yang mudah di ingat					
4	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki nama yang unik					



© Hak Cipta dan Hak Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang menjiplak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Produk Frozen Food yang ditawarkan di perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki kualitas yang baik (sesuai expired, tidak mudah cacat)					
Walaupun ada merek baru saya tetap memilih produk Frozen Food Umia-mi untuk tetap di konsumsi					
Perusahaan CV. Cita Rasa Baru menawarkan produk Frozen Food Umia-mi yang sesuai kebutuhan					
Perusahaan CV. Cita Rasa Baru menyediakan produk Frozen Food Umia-mi yang lengkap					
Setelah saya mencoba produk Frozen Food Umia-mi saya sangat menyukainya, mulai dari rasanya begitu juga kemasannya yang sangat bagus					
10 Karena saya tau produk Frozen Food Umia-mi itu bagus jadi saya menawarkan kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk Frozen Food Umia-mi tersebut					



No	CITRA MEREK										X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	
1	4	4	3	3	3	5	5	4	3	4	38
2	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	38
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34
4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	41
5	3	4	4	3	3	5	5	5	4	3	39
6	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
7	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
8	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
9	4	3	3	2	2	5	5	5	4	3	36
10	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	38
11	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	37
12	5	4	3	3	2	5	4	4	3	2	35
13	5	5	5	4	2	4	4	3	4	4	40
14	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
15	5	5	5	3	3	5	2	2	5	3	38
16	5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	42
17	5	4	4	2	2	5	5	4	5	2	38
18	5	5	5	4	3	4	3	4	4	2	39
19	5	5	5	4	3	4	4	5	5	2	42
20	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	36
21	3	3	2	3	4	5	5	4	3	2	34
22	4	4	4	3	2	5	4	4	3	3	36
23	4	3	4	3	3	5	5	5	4	3	39
24	4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	37
25	4	4	3	3	2	5	5	5	4	3	38
26	4	4	3	2	2	5	5	5	4	4	38
27	4	3	3	3	3	5	5	4	4	2	36
28	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	39
29	5	4	5	3	3	5	5	4	3	2	39
30	5	5	3	5	3	5	5	4	3	2	40
31	4	4	3	2	2	5	5	5	3	2	35
32	5	4	3	3	3	5	4	4	3	3	37
33	5	4	3	2	2	5	4	4	4	3	36
34	3	3	2	2	2	4	3	4	2	3	28
35	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	30
36	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	36
37	4	3	4	3	4	5	5	4	4	3	39

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

38	3	4	3	4	3	5	4	4	3	2	35
39	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	42
40	4	3	3	4	2	5	5	5	3	3	37
41	5	3	3	3	3	5	4	4	3	3	36
42	4	3	4	3	3	5	4	4	3	2	35
43	4	4	2	3	3	5	5	4	3	2	35
44	4	3	2	3	2	5	3	3	2	3	30
45	3	3	2	3	2	5	4	3	2	3	30
46	4	3	3	4	3	5	5	4	3	3	37
47	2	3	3	3	3	4	4	3	5	3	33
48	3	3	5	2	2	4	4	4	3	3	33
49	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	34
50	5	5	4	3	3	5	5	5	4	4	43
51	4	3	4	3	3	5	5	4	3	3	37
52	3	4	3	3	3	5	5	5	4	3	38
53	5	5	4	3	3	5	5	5	4	3	42
54	3	3	4	3	3	5	5	5	4	3	38
55	3	4	3	2	2	4	3	3	2	2	28
56	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	46
57	5	4	2	3	4	4	4	4	3	4	37
58	5	4	3	3	3	5	5	5	4	4	41
59	4	4	4	3	1	5	3	5	5	1	35
60	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	33
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
62	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
63	3	3	3	1	1	3	2	4	5	3	28
64	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	32
65	5	4	4	2	2	5	3	3	4	4	36
66	4	3	2	1	1	4	4	1	4	1	25
67	4	3	2	3	3	5	5	4	4	3	36
68	5	5	5	3	2	5	4	4	4	4	41
69	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	44
70	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	44
71	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	44
72	5	4	3	4	4	5	5	4	3	4	41
73	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	44
74	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	44
75	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
76	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	41



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

77	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	37
78	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	38
79	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	38
80	5	4	3	3	3	5	4	4	5	4	40
81	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	45
82	5	5	5	3	3	5	3	4	5	4	42
83	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
84	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
85	5	4	5	4	3	5	3	4	3	4	40
86	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	45
87	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
88	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	44
89	4	5	3	3	3	5	3	4	5	5	40
90	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
91	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	45
92	4	5	5	4	2	5	4	3	3	3	38
93	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
94	5	3	4	5	5	4	5	3	5	5	44
95	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	43
96	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	44
97	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	45
98	4	5	4	4	5	5	5	3	2	5	42
99	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5	40
100	5	5	4	2	2	5	5	3	4	5	40
101	3	5	4	4	5	5	2	5	3	4	40
102	5	5	3	4	5	5	2	3	4	5	41
103	3	5	3	3	5	4	5	3	4	5	40
104	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	43
105	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	45
106	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46
107	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	46
108	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	42
109	5	3	3	4	4	5	5	5	5	5	44
110	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	45
111	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	42
112	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	46
113	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	46
114	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	46
115	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

116	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	42
117	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	43
118	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	42

NO	KREDIBILITAS										
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.2
1	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	44
2	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	43
3	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	41
4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
5	5	3	4	2	3	4	3	5	5	4	38
6	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	42
7	4	5	3	4	5	3	3	4	4	5	40
8	4	5	4	5	5	5	2	4	3	5	42
9	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	45
10	4	5	5	2	2	5	4	5	4	5	41
11	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	44
12	3	5	4	5	3	5	5	4	4	3	41
13	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
14	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	43
15	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	43
16	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	45
17	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	46
18	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	46
19	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
20	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	44
21	4	5	4	5	3	5	4	5	4	3	42
22	4	5	3	3	4	5	4	4	4	5	41
23	4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	40
24	4	5	5	3	4	5	5	3	4	4	42
25	3	5	5	3	5	5	3	4	4	5	42
26	4	5	4	2	5	5	5	4	4	5	43
27	4	4	5	3	5	4	5	5	5	3	43
28	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	44
29	5	5	4	3	4	2	5	5	5	5	43
30	4	5	3	2	4	5	5	3	4	5	40
31	4	5	4	3	4	5	4	2	4	4	39
32	4	5	4	5	5	5	4	2	4	5	43
33	4	5	4	4	5	5	5	2	5	3	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

34	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	46
35	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5	42
36	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
37	3	5	5	3	4	5	4	4	4	5	42
38	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	44
39	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
40	4	5	3	5	4	4	2	4	5	5	41
41	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	43
42	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	40
43	3	4	5	3	4	4	2	5	4	5	39
44	4	5	4	4	4	4	3	5	4	5	42
45	4	5	3	3	4	5	2	5	4	5	40
46	5	5	4	3	5	5	3	5	4	5	44
47	4	5	5	5	2	5	3	5	4	5	43
48	4	5	5	5	4	5	3	2	4	5	42
49	5	5	4	5	5	4	5	2	4	5	44
50	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
51	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
52	5	5	4	2	4	5	5	4	4	5	43
53	4	4	4	2	4	5	5	4	4	5	41
54	4	3	5	3	5	5	4	5	4	5	43
55	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	42
56	5	3	4	5	5	5	4	3	5	5	44
57	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	43
58	3	3	5	3	5	5	3	4	4	5	40
59	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	46
60	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	44
61	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	43
62	5	5	4	5	5	5	3	4	5	5	46
63	5	5	4	4	5	5	3	5	5	5	46
64	5	5	3	5	5	5	4	5	4	5	46
65	4	5	3	4	5	5	3	5	4	5	43
66	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	46
67	5	4	4	2	4	5	3	4	5	5	41
68	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	42
69	4	5	5	3	5	5	5	4	4	5	45
70	3	5	4	3	5	5	3	5	5	5	43
71	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
72	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	44

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

73	3	5	4	4	4	5	3	4	4	5	41
74	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	41
75	4	5	4	5	3	4	5	3	4	5	42
76	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	45
77	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	45
78	3	5	5	3	4	5	3	5	5	3	41
79	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4	41
80	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	43
81	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43
82	4	5	3	3	5	5	4	4	4	5	42
83	5	5	4	4	4	5	3	4	5	5	44
84	4	5	5	3	4	5	3	5	5	4	43
85	4	4	5	4	5	5	3	5	5	4	44
86	4	5	5	5	5	4	3	5	5	5	46
87	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	44
88	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	44
89	4	5	5	3	5	5	3	4	4	5	43
90	4	4	3	3	3	5	5	4	3	4	38
91	4	3	3	3	4	5	5	5	3	3	38
92	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34
93	4	5	4	3	3	5	4	5	4	4	41
94	3	4	4	3	3	5	5	5	4	3	39
95	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
96	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
97	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	39
98	4	3	3	2	2	5	5	5	4	3	36
99	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	38
100	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	37
101	5	4	3	3	2	5	4	4	3	2	35
102	5	5	5	4	2	4	4	3	4	4	40
103	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45
104	5	5	5	3	3	5	2	2	5	3	38
105	5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	42
106	5	4	4	2	2	5	5	4	5	2	38
107	5	5	5	4	3	4	3	4	4	2	39
108	5	5	5	4	3	4	4	5	5	2	42
109	2	4	4	3	3	2	3	2	4	4	31
110	3	2	2	3	4	2	5	2	3	2	28
111	4	2	2	3	2	2	1	2	3	3	24



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

112	4	2	2	3	3	5	1	2	4	3	29
113	2	3	2	4	3	2	1	2	3	3	25
114	2	2	2	3	2	5	1	2	4	3	26
115	4	4	2	2	2	5	2	2	4	4	31
116	4	3	2	3	3	2	2	2	4	2	27
117	2	4	4	3	3	5	2	2	3	3	31
118	5	4	5	3	3	5	5	4	3	2	39

NO	SERTIFIKASI HALAL										Z
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	Z.8	Z.9	Z.10	
1	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
2	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	45
3	4	5	5	4	2	5	4	3	3	3	38
4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
5	5	3	4	5	5	4	5	3	5	5	44
6	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	43
7	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	44
8	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	45
9	4	5	4	4	5	5	5	3	2	5	42
10	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5	40
11	5	5	4	2	2	5	5	3	4	5	40
12	3	5	4	4	5	5	2	2	3	4	37
13	5	5	3	4	5	5	2	3	4	5	41
14	3	5	3	3	5	4	5	3	4	5	40
15	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	41
16	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	45
17	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	44
18	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	44
19	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	42
20	5	3	3	4	4	5	5	3	4	5	41
21	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	45
22	5	5	4	4	5	5	4	3	4	3	42
23	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	44
24	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	44
25	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	44
26	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
27	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	42
28	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	43
29	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

30	5	5	3	4	5	5	5	3	5	5	45
31	4	3	4	5	5	5	5	3	4	5	43
32	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
33	5	3	4	4	5	5	5	3	4	5	43
34	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	46
35	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
36	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	46
37	4	5	4	4	5	5	4	3	5	5	44
38	4	4	5	3	5	5	4	3	4	5	42
39	5	4	5	4	4	2	5	3	4	5	41
40	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	48
41	4	5	4	4	5	4	5	3	3	5	42
42	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	47
43	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	47
44	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	43
45	5	5	2	4	5	5	2	5	5	5	43
46	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	43
47	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	44
48	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	45
49	5	3	4	3	3	5	5	4	5	5	42
50	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	45
51	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	46
52	4	5	4	4	5	3	5	3	4	3	40
53	3	4	4	5	5	5	5	3	4	5	43
54	3	5	4	4	5	5	5	3	4	3	41
55	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	46
56	5	5	5	4	5	4	5	3	5	3	44
57	3	5	5	4	5	5	5	3	5	3	43
58	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	43
59	3	5	4	4	5	5	5	3	4	5	43
60	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	45
61	3	5	5	3	5	5	5	4	3	5	43
62	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
63	5	4	4	4	5	5	5	3	4	3	42
64	3	5	5	4	5	5	4	3	4	5	43
65	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
66	3	5	4	4	5	5	5	3	5	5	44
67	5	5	4	3	5	4	5	3	4	5	43
68	5	3	4	4	4	5	5	3	4	5	42



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

69	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
70	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	46
71	5	5	3	4	5	5	4	4	4	3	42
72	5	3	4	4	5	5	5	3	5	3	42
73	4	5	4	5	5	5	5	3	5	3	44
74	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	41
75	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	47
76	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	47
77	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48
78	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	46
79	5	5	4	3	3	5	4	3	5	4	41
80	5	3	4	3	5	4	5	3	5	5	42
81	5	5	4	4	5	4	5	3	4	5	44
82	4	5	4	5	3	5	5	3	5	5	44
83	4	5	4	4	5	3	5	3	4	5	42
84	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	46
85	5	5	4	3	4	5	5	3	4	4	42
86	4	4	4	3	5	5	5	3	5	4	42
87	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
88	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	43
89	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
90	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	44
91	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	43
92	4	5	4	3	4	5	3	4	4	5	41
93	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	41
94	5	3	4	2	3	4	3	5	5	4	38
95	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	42
96	4	5	3	4	5	3	3	4	4	5	40
97	4	5	4	5	5	5	2	4	3	5	42
98	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	45
99	4	5	5	2	2	5	4	5	4	5	41
100	4	5	4	3	4	5	5	5	4	5	44
101	3	5	4	5	3	5	5	4	4	3	41
102	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	47
103	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	43
104	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	43
105	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	45
106	5	4	5	4	5	5	3	5	5	5	46
107	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	46



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

108	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	44
109	3	5	4	4	4	5	4	5	5	5	44
110	2	5	2	2	3	5	4	5	2	3	33
111	2	2	2	2	4	5	4	2	2	2	27
112	2	2	3	2	5	4	3	2	2	2	27
113	2	2	2	3	2	5	2	2	2	4	26
114	2	2	2	3	2	1	2	2	4	2	22
115	2	2	4	2	5	2	5	4	2	5	33
116	4	4	5	3	5	2	5	5	1	3	37
117	5	5	4	3	4	4	4	5	5	5	44
118	5	5	4	3	4	2	5	5	5	5	43

NO	LOYALITAS PELANGGAN										Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	36
2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	5	36
3	3	3	4	5	5	4	3	3	3	3	36
4	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	38
5	3	4	4	5	5	3	4	3	3	4	38
6	3	3	2	2	3	4	3	3	3	5	31
7	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
8	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
9	3	3	4	4	3	3	4	3	3	5	35
10	4	2	4	4	4	4	4	3	3	3	35
11	4	4	3	4	5	3	4	5	5	4	41
12	4	3	4	4	4	4	3	3	3	5	37
13	4	3	3	4	3	4	1	2	1	3	28
14	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	46
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
17	4	2	4	5	3	5	3	3	3	3	35
18	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
19	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	35
20	2	2	2	3	3	3	2	2	3	5	27
21	3	3	4	5	3	5	3	4	4	4	38
22	3	3	2	3	4	4	2	2	4	5	32
23	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	37
24	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
25	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	35



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

26	3	4	3	4	4	3	2	2	3	5	33
27	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	34
28	4	3	3	5	4	3	4	4	3	5	38
29	4	4	3	5	5	3	4	5	4	3	40
30	4	3	4	5	5	5	3	3	3	4	39
31	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	38
32	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	38
33	3	4	5	5	4	4	5	4	3	3	40
34	3	2	3	4	4	4	2	2	2	4	30
35	3	3	4	4	4	4	3	5	2	5	37
36	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	33
37	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	43
38	3	3	5	4	5	4	3	3	3	4	37
39	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	42
40	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35
41	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	34
42	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	37
43	3	3	4	4	3	3	3	4	3	5	35
44	4	3	3	5	3	4	3	4	4	4	37
45	4	2	3	4	4	5	3	4	3	3	35
46	4	3	3	4	4	5	3	2	2	4	34
47	4	5	3	4	5	4	3	5	3	5	41
48	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36
49	4	3	4	3	3	3	5	4	3	3	35
50	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	42
51	4	3	4	5	4	4	3	3	4	5	39
52	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	38
53	3	3	4	5	5	5	3	3	4	3	38
54	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	33
55	3	3	4	5	5	4	3	3	3	5	38
56	4	5	5	5	4	3	5	3	4	4	42
57	5	5	4	5	4	5	4	3	2	3	40
58	4	3	5	5	5	5	3	3	3	4	40
59	1	1	3	5	5	5	1	5	1	5	32
60	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	31
61	3	3	3	4	4	4	3	5	4	3	36
62	4	5	5	4	3	3	4	5	5	5	43
63	1	3	3	3	3	4	2	3	2	3	27
64	4	2	2	4	4	3	2	3	4	4	32



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

65	4	3	2	3	3	4	2	4	3	5	33
66	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	31
67	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	34
68	3	2	3	4	4	5	2	3	2	4	32
69	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	45
70	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	44
71	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	42
72	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
73	4	3	4	5	4	4	5	5	5	5	44
74	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	44
75	5	4	3	4	5	5	4	3	5	3	41
76	4	3	4	5	5	5	4	3	5	4	42
77	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	34
78	4	3	3	4	5	4	4	3	3	4	37
79	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	32
80	4	4	5	5	5	4	3	5	5	4	44
81	3	4	3	5	5	5	4	4	3	5	41
82	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	42
83	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	46
84	5	5	4	4	5	5	3	4	5	4	44
85	5	4	4	5	4	5	4	4	3	5	43
86	4	5	3	5	5	4	4	4	3	4	41
87	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44
88	4	4	3	5	4	5	3	5	4	4	41
89	4	3	3	4	4	5	4	5	4	5	41
90	5	5	4	4	5	5	5	3	4	5	45
91	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	45
92	4	5	5	4	2	5	4	3	3	3	38
93	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	47
94	5	3	4	5	5	4	5	3	5	5	44
95	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	43
96	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	44
97	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	45
98	4	5	4	4	5	5	5	3	2	5	42
99	5	3	4	4	5	4	3	3	4	5	40
100	5	5	4	2	2	5	5	3	4	5	40
101	3	5	4	4	5	5	2	2	3	4	37
102	5	5	3	4	5	5	2	3	4	5	41
103	3	5	3	3	5	4	5	3	4	5	40

©

104	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	41
105	5	4	4	5	5	5	5	3	5	4	45
106	5	4	4	4	5	4	5	3	5	5	44
107	4	5	4	4	5	4	5	3	5	5	44
108	4	5	5	4	4	3	5	3	4	5	42
109	5	3	3	4	4	5	5	3	4	5	41
110	5	3	5	4	5	5	5	3	5	5	45
111	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
112	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	44
113	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	44
114	4	5	4	4	5	5	5	3	4	5	44
115	5	5	4	4	5	5	4	3	4	5	44
116	5	5	4	3	5	5	4	3	4	5	43
117	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	43
118	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	42

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
 كلية الدراسات العليا

THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 P.O.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Site : pps.uin-suska.ac.id E-mail : pps@uin-suska.ac.id

**KARTU KONTROL MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL / TESIS / DISERTASI
 PASCASARJANA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Sehmet Bto Kristanto

22100313745

Ekonomi Syariah S-2

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan kritik atau ujraan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

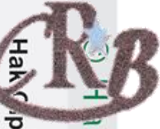
TAHUN/TGL	JUDUL PROPOSAL / TESIS / DISERTASI	PESERTA UJIAN	PARAF SEKRETARIS
2023	Analisis Kinerja Keuangan BSI Sebelum merger (P. 2018-2020) dan Sesudah Merger	Saipul Habib	f
2023	Pengaruh Pengumuman 9 perilaku konsumsi Islam terhadap Penggunaan BSI mobile	Andri Alti Nur	f
2023	Analisis Risiko Keuangan terhadap kondisi finansial Instansi Menggunakan Metode Aburan ZScore	Atira Humani	f
2023	Pengaruh label halal, keseragaman harga dan lokasi terdapat kebutuhan pembelian Pad Kடைရ် kopi bar/kafe	M. Pui Sal	f
2023	Analisis Pengelolaan Zakat, Infak, Shadaqah di Bank Syariah Pekanbaru	Rizki Wahyudi	f

Pekanbaru,
 Ka. Prodi,

2023

Dr. Trian Zulhadi, SE, M. Ec
 NIP.19760211 200710 1 002

1. Kartu ini dibawa setiap kali mengikuti ujian.
2. Setiap mahasiswa wajib menghadiri minimal 5 kali seminar proposal, thesis dan disertasi
3. Sebagai syarat ujian Proposal, tesis dan Disertasi



DISTRIBUTOR

CV. CITA RASA BARU PEKANBARU

Jl. Soekarno Hatta Gg. Keluarga no 007 Kel. Sidomulyo Timur Kec. Marpoyan Damai

SURAT KETERANGAN

Nomor : 00135/CRB/SK/III/23

Sehubungan dengan surat dari Fakultas Syariah Dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan nomor 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/54332 tertanggal 02 Maret 2023, maka direktur Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru dengan ini menerangkan nama dibawah ini:

Nama : SELAMET EKO KRISTANTO
 NPM : 22190313745
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 JURUSAN : S2

Telah kami setuju untuk melakukan pengambilan data dan penelitian dengan judul **PENGARUH CITRA MEREK DAN KREDIBILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK FROZEN FOOD MEREK UMIAMI (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU)**

Dengan ini surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 April 2023

Direktur

Jumangin



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pertuisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA RI
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PASCASARJANA
كلية الدراسات العليا
THE GRADUATE PROGRAMME

Alamat : Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 94 Pekanbaru 28129 PO.BOX. 1004
 Phone & Facs, (0761) 858832, Website: <https://pasca.uin-suska.ac.id> Email : pasca@uin-suska.ac.id

Nomor : B-872/Un.04/Ps/HM.01/02/2023

Pekanbaru, 28 Februari 2023

Jumlah Berkas : 1 berkas

Tujuan : Izin Melakukan Kegiatan Riset Tesis/Disertasi

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu

Satu Pintu Prov. Riau

Pekanbaru

Dengan hormat, dalam rangka penulisan tesis/disertasi, maka dimohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengizinkan mahasiswa yang tersebut di bawah ini:

Nama	: Selamat Eko Kristanto
NIM	: 22190313745
Program Studi	: Ekonomi Syariah S2
Semester/Tahun	: IV (Empat) / 2023
Judul Tesis/Disertasi	: Pengaruh Citra Merek Dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)

untuk melakukan penelitian sekaligus pengumpulan data dan informasi yang diperlukannya dari Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

Waktu Penelitian: 3 Bulan (01 Maret 2023 s.d 01 Juni 2023)

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wasalam
 Direktur,



Prof. Dr. H. Ilyas Husti, MA
 NIP. 19611230 198903 100 2

Tembusan:
 Yth. Rektor UIN Suska Riau

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
 Email : dpmpstsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTSP/NON IZIN-RISET/54332
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN TESIS**

1.04.02.01

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perintah Riset dari : **Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau, Nomor : 872/UM.04/PTSP/HM.01/02/2023 Tanggal 28 Februari 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

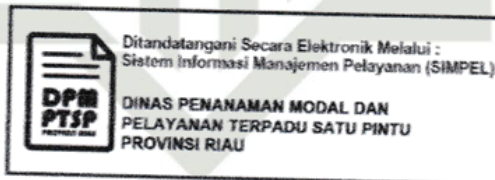
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : SELAMET EKO KRISTANTO |
| 2. NIM / KTP | : 22190313745 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH S2 |
| 4. Konsentrasi | : - |
| 5. Jenjang | : S2 |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH CITRA MEREK DAN KREDIBILITAS TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN SERTIFIKASI HALAL SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA PRODUK FROZEN FOOD MEREK UMAMI (STUDY KASUS PADA DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU) |
| 7. Lokasi Penelitian | : DISTRIBUTOR CV. CITA RASA BARU PEKANBARU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 2 Maret 2023



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Karya Cipta Dilindungi Undang-undang**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumbernya.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Walikota Pekanbaru
- Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Pekanbaru
- Direktur Program Pascasarjana UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang bersangkutan

...ng mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
...nengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
...tipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, pen...
...gutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Akreditasi B
State Islamic University of Sultan
SK No: 197/BAN-PAUD DAN PNF/AKRI/2019

milik UIN Suska Riau

Certificate Number : 153/HOMIE/VII/2022

TOEFL®

CERTIFICATE OF ACHIEVEMENT

This is to certify that

Name : SELAMET EKO KRISTANTO
ID Number : 1404130101970006
Test Date : 11 juli 2022
Expired Date : 11 juli 2024

achieved the following scores :

Listening Comprehension : 45
Structure and Written Expression : 50
Reading Comprehension : 53
Total : 499

HOMIE ENGLISH
Learning feels like home

Robi Kurniawan, M. A.
Homie English Director



Izin No: 37/06.06/DPMP/TS/IX/2021

Under the auspices of:
HOMIE ENGLISH

At: Pekanbaru
Date: 13-07-2022





UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Syarif Kasim Riau

- Penguatiran hanya untuk kepentingan pendidikan.
- Penguatiran hanya untuk kepentingan pendidikan.

الشهادة

اختبار كفاءات اللغة العربية لغير الناطقين بها

يشهد العلق بأن:

سيد/ة : SELAMET EKO KRISTANTO
رقم الهوية : 1404130101970006
تاريخ الاختبار : 11 juli 2022
الصلاحية : 11 juli 2024

قد حصلت/ت على النتيجة في اختبار الكفاءات في اللغة العربية لغير الناطقين بها

الاستماع : 52
القراءة : 48
المجموع : 509

التقديم التعريفي

No. 635/GLC/VII/2022



Presented by e-test id



Izin No: 420/BID.PAUD.PNF.2/VIII/2017/6309

Under the auspices of:
Global Languages Course

At: Pekanbaru

Date: 14-07-2022



الأمين العام

أدي خير الدين الماجستير

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Promotor *	Keterangan
1.	3/1 ²³	- Literatu Ruvre - Metopse	<i>[Signature]</i>	
2.	7/2 ²³	Revisi & revisi revisi	<i>[Signature]</i>	
3.	2/3 ²³	Ace Turun Penceluan .	<i>[Signature]</i>	
4.	5/4 ²³	Analisis pember dan pember .	<i>[Signature]</i>	
5.	3/5 ²³	Revisi Bab V. tentak Havel .	<i>[Signature]</i>	
6.	3/5 ²³	-Ace Then .	<i>[Signature]</i>	

Catatan :

*Coret yang tidak perlu

Pekanbaru,20²³

Pembimbing I / Promotor*

[Signature]
Dr. Tran Wihard SE. MEd

KONTROL KONSULTASI BIMBINGAN TESIS / DISERTASI*

No.	Tanggal Konsultasi	Materi Pembimbing / Promotor *	Paraf Pembimbing / Co Promotor *	Keterangan
1.			<i>[Signature]</i>	
2.			<i>[Signature]</i>	
3.			<i>[Signature]</i>	
4.			<i>[Signature]</i>	
5.			<i>[Signature]</i>	
6.			<i>[Signature]</i>	

Catatan :

*Coret yang tidak perlu

Pekanbaru,20....

Pembimbing II / Co Promotor*

[Signature]
Dr. Spald pawi. S. Dy. MEd



UIN SUSKA RIAU

KARTU KONTROL KONSULTASI

BIMBINGAN TESIS / DISERTASI MAHASISWA

NAMA

Sahmet Eko Kristanto

NIM

2740313745

PROGRAM STUDI

Ekonomi Syariah

KONSENTRASI

PEMBIMBING I / PROMOTOR

Dr. Trian Zubadi, SE.M.TC

PEMBIMBING II / CO PROMOTOR

Dr. Syahpawi NA

JUDUL TESIS/DISERTASI

PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIODATA PENULIS



Penulis bernama Selamet Eko Kristanto, Lahir di Pulau palas pada tanggal 01 Januari 1997. Anak pertama dari dua bersaudara dari pasangan suami istri Rustam dan Haryani.

Adapun riwayat pendidikan yaitu Penulis menamatkan pendidikan dasarnya MI Darussalam lulus pada tahun 2009, kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di Mts Darussalam lulus pada tahun 2012, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di MA AL-HUDA AL-ILAHIYAH lulus pada tahun 2015. Setelah menamatkan pendidikan menengah atas penulis melanjutkan pendidikannya di UIN SUSKA RIAU program Strata-1 mengambil Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum lulus pada tahun 2020. Hingga saat ini penulis bergabung sebagai Pricipel dari Perusahaan Frozen Food PT. Eloda Mitra di Pekanbaru. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan pendidikannya di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau program Pasca Sarjana Strata-2 mengambil Jurusan Ekonomi Syari'ah dan penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhirnya dengan mengikuti Ujian Tesis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ekonomi Syari'ah (M.E) dengan judul Tesis "Pengaruh Citra Merek dan Kredibilitas Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Sertifikasi Halal Sebagai Variabel Moderating Pada Produk Frozen Food Merek Umiami (Study Kasus Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru)".