

**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 PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU  
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)

**UIN SUSKA RIAU****Oleh:****RAHMAD SETIAWAN****NIM. 11625103946****UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU  
2023 M / 1444 H**



## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “*Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah*”, yang ditulis oleh:

Nama : Rahmad Setiawan  
 NIM : 11625103946  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 23 Juni 2023

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Amad Hamdalah, ME.Sy  
 NIP. 130 217 031

Desi Devrika Devra, SHL., M.Si  
 NIP. 19731227199402 2 001

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

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Skripsi dengan judul “**Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah**” yang ditulis oleh:

Nama : Rahmad Setiawan  
NIM : 11625103946  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di *munaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Senin, 10 Juli 2023  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

**Pekanbaru, 13 Juli 2023**

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr. Jenita, SE, MM**

Sekretaris  
**Des Devrika Devra, SHL., M.Si.**

Penguji I  
**Dr. Rozi Andriani, S.E.Sy., M.E**

Penguji II  
**Dr. Amrul Muzan, M.Ag**

Mengetahui:  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M.Ag**  
NIP. 197410062005011605

### 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.





Lampiran Surat :  
 Nomor : Nomor 25/2021  
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rahmad Setiawan  
 NIM : 11625103946  
 Tgl. Lahir : Rambah Utama, 1 September 1997  
 Fakultas/Pascasarjana : Syariah dan Hukum  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\*:

PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS  
 PELANGGAN PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU  
 PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya\* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)\* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Ditandatanganilah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

UIN SUSKA RIAU  
 Pekanbaru, 18 Juli 2023  
 Yang membuat pernyataan



Rahmad Setiawan  
 NIM: 11625103946

\* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang  
 © Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau  
 1. Diarangi 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 PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Rahmad Setiawan  
 NIM : 11625103946  
 Tempat/ Tgl. Lahir : Rambah Utama, 1 September 1997  
 Fakultas : Syariah dan Hukum  
 Studi : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi :

**PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN  
 PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU  
 PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 23 Juni 2023  
 Yang Membuat Pernyataan,



Rahmad Setiawan  
 NIM : 11625103946



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

## ABSTRAK

**Rahmad Setiawan (2023): “Pengaruh *Price Discount* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”**

Dalam masa perdagangan bebas ataupun globalisasi dikala ini, terjalin perpindahan strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat industri wajib menguasai kebutuhan pelanggan buat menggapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat dicermati oleh industri sebab hendak berakibat pada kinerja penjualan di distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru adalah salah satu distributor Frozen Food yang memperhatikan *Price Discount* yang di tawarkan kepada pelanggan.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan Perspektif Ekonomi Syariah pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan. Bagaimanakah tinjauan ekonomi syariah tentang *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah 106 responden, namun sampel yang digunakan sebanyak 84 responden. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan rumus *slovin*. Teknik pengumpulan data yaitu dengan metode observasi, kuesioner dan dokumentasi. Adapun variabel yang diteliti meliputi *Price Discount* sebagai variabel bebas dan Loyalitas Pelanggan sebagai variabel terikat. Analisis data menggunakan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan hasil analisis persamaan regresi diperoleh  $Y = 1,082 + 0,777X$  artinya nilai konstanta  $a = 1,082$ , mengandung arti bahwa ketika variabel *Price Discount* (X) dianggap sama dengan 0, maka nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 1,082 dan nilai *Price discount* (X) = 0,777 hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Price discount*, maka nilai Loyalitas Pelanggan bertambah sebesar 0,777. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hasil uji t adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ .  $t_{hitung}$  sebesar  $9,285 > t_{tabel}$  1,988. Dengan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *Price Discount* terhadap Loyalitas pelanggan. Dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,513 artinya nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*Price discount*) terhadap naik turunnya variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) adalah sebesar 51,3% dan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel. Tinjauan ekonomi syariah mengenai *Price discount* terhadap Loyalitas Pelanggan adalah kegiatan usaha distributor yang mampu menjadikan *Price discount* untuk menunjang penjualan menjadi lebih baik, serta memberikan pernyataan kepada pelanggan tentang *Price discount* dengan kejujuran dan keadilan dari produk yang dijual oleh distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang sesuai dengan syariat Islam.

**Kata kunci : *Price Discount*, Loyalitas Pelanggan**



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

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 skripsi yang berjudul **“Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Persfektif Ekonomi Syariah”** dengan baik dan lancar. Penulisan skripsi ini dilaksanakan untuk melengkapi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam program studi Ekonomi Syariah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dengan selesainya penulisan skripsi 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. Diarang 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. Diarang 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 Keluarga tercinta yaitu Bapak Sujarni, Ibu Mujiati, Adik-Adik tersayang yaitu Rizky Saputra dan Rahma Setiana Putri, Nenek tercinta Prawiji dan Nenek Gimah, yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang selalu memberi dukungan, doa dan bekal ilmu pengetahuan serta kasih sayang sekaligus pengorbanan baik secara materil maupun moril demi keberhasilan penulis dalam menyelesaikan studi di Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2 Bapak Prof. Dr. Hairunnas, M.Ag selaku Rektor UIN Suska Riau dan seluruh jajaran civitas akademika UIN Suska Riau, Wakil Rektor I Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, Wakil Rektor III Bapak Prof. Edi Erwan, S. Pt., M.Sc., Ph.D, dan beserta seluruh jajaran civitas akademik yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menuntut ilmu di UIN Suska Riau.

3 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. H. Zulkifli, M.Ag, Wakil Dekan I Bapak Dr. H. Erman, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Dr. H. Mawardi, S.Ag., Wakil Dekan III Ibu Dr. Hj. Sofia Hardani, M.Ag.

4 Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Bapak Muhammad Nurwahid, M. Ag sekaligus Penasehat Akademik (PA) yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Syaria"ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

5 Bapak Ahmad Hamdalah, ME. Sy selaku pembimbing materi yang telah banyak memberi petunjuk, arahan, support dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau. State Islamic University of Sintang Syarif Kasim Riau

6. Ibu Desi Devrika Devra, SHI., M.Si selaku pembimbing metodologi yang telah banyak memberi petunjuk, arahan, support dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Syariah dan Hukum dan seluruh dosen yang ada di UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis selama menimba ilmu di perkuliahan UIN Suska Riau.

8. Pimpinan dan Seluruh Staff CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang telah membantu penulis untuk mempermudah menyelesaikan skripsi ini.

9. Kepala Kepustakaan yang telah memberikan izin pemimjamam buku sebagai pendukung dalam penulisan skripsi penulis.

10. Keluarga besar Ekonomi Syariah 2016 dan teman-teman dari Eksyar C yang telah banyak memberikan pelajaran berharga dan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.

11. Keluarga besar Pemdes desa Rambah Utama, Pak Kades, Pak Sekdes dan Bapak Ibu rekan kerja semuanya yang telah banyak membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

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 skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi khazanah ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah di masa yang akan datang.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, 23 Juni 2023

Penulis,

Rahmad Setiawan



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. Diarangi 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**

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah .....	6
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS</b>	
A. Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) .....	10
1. Pengertian Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) .....	10
2. Macam-macam Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) .....	11
3. Tujuan Pemberian Diskon.....	12
4. Indikator Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) .....	13
5. Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> ) dalam Islam .....	14
B. Loyalitas Pelanggan.....	18
1. Pengertian Loyalitas Pelanggan .....	18
2. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	19
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan..	20
4. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan.....	21
5. Loyalitas Pelanggan dalam Islam.....	23
C. Penelitian Terdahulu.....	28
D. Indikator Penelitian .....	29
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Lokasi Penelitian .....	30
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	30



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. Populasi dan Sampel .....	31
D. Sumber Data.....	32
E. Metode Pengumpulan Data .....	32
F. Metode Analisa Data.....	33
G. Hipotesis.....	39

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Pengaruh <i>Price Discount</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah .....	40
1. Karakteristik Responden .....	40
2. Deskriptif variabel.....	41
3. Analisis variabel penelitian .....	43
4. Uji intrumen penelitian .....	50
5. Uji asumsi klasik .....	53
6. Uji hipotesis penelitian .....	56
B. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang <i>Price Discount</i> Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.....	61

A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**DAFTAR TABEL**

TABEL 1.1	Pendapatan dan penjualan <i>Frozen Food</i> pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021 .....	5
TABEL 1.2	Pendapatan dan penjualan <i>Frozen Food</i> pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022 .....	6
TABEL 1.3	Data Pelanggan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022 .....	6
TABEL 2.1	Penelitian Terdahulu.....	28
TABEL 2.2	Indikator Penelitian.....	29
TABEL 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
TABEL 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
TABEL 4.3	Deskriptif Statistik .....	42
TABEL 4.4	Tanggapan Responden ( <i>Price Discount</i> ) .....	43
TABEL 4.5	Tanggapan Responden (Loyalitas Pelanggan) .....	47
TABEL 4.6	Hasil Uji Validasi .....	51
TABEL 4.7	Hasil Uji Reabilitas .....	52
TABEL 4.8	Hasil Uji Autokorelasi .....	56
TABEL 4.9	Hasil Uji Regresi Sederhana .....	57
TABEL 4.10	Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji-t) .....	59
TABEL 4.11	Koefisien Determinasi .....	60

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 4.1	Hitogram .....	53
GAMBAR 4.2	Normal Plot .....	54
GAMBAR 4.3	Scatter plot .....	55



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 I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dalam masa perdagangan bebas ataupun globalisasi dikala ini, terjalin perpindahan strategi pemasaran yang berorientasi pada pe;langgan. Strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat industri wajib menguasai serta penuhi baik sikap ataupun kebutuhan pelanggan buat menggapai kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangat dicermati oleh industri sebab hendak berakibat pada kinerja penjualan.<sup>1</sup>

Dewasa ini, yang dimana semua individu sangat disibukkan dengan pekerjaan yang padat dan masyarakat memiliki gaya hidup yang praktis dan cepat. Keadaan ini pada akhirnya menyebabkan semakin ketatnya persaingan antar harga dan barang di dalam eksistensi perusahaan, yang bersaing untuk memperoleh pelanggan.<sup>2</sup>

Agar mampu menyaingi pesaing maka kita harus melakukan perubahan-perubahan strategi, salah satunya yaitu strategi harga diskon atau potongan harga. Menurut *Burnnet* dan *Moriarty* menyatakan bahwa potongan harga adalah insentif ekstra agar konsumen mau melakukan sebuah tindakan, paling tidak punya perhatian terhadap produk yang ditawarkan, dengan kata lain

<sup>1</sup> Suryadi Prawirosentono, *Operation Management* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 6

<sup>2</sup> Asrul, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Pakaian Lima R Di Pariaman*, Jurnal Ensiklopediaku, Vol. 3 No. 2 Edisi 1 Januari 2021, h.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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.

besarnya potongan harga dapat memberikan dorongan bagi konsumen untuk membeli.<sup>3</sup>

Harga Diskon (*Price discount*) adalah pemberian potongan harga yang relatif rendah dari harga aslinya. Biasanya *price discount* ditawarkan peritel agar konsumen merasa senang dan mereka tertarik untuk meningkatkan pembelanjaan. *Price discount* merupakan faktor yang sangat penting untuk melancarkan arus kas, karena konsumen melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak.<sup>4</sup> Semakin sering konsumen melakukan pembelian maka kemungkinan besar konsumen akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

Islam memiliki pandangan sendiri mengenai keputusan penetapan harga diskon. Alquran telah menetapkan rambu-rambu dalam berbisnis yang harus dapat menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana firman Allah SWT. dalam ayat berikut.<sup>5</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>6</sup>

<sup>3</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), h. 300

<sup>4</sup> Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Yrama Widia, 2011), h. 153-154

<sup>5</sup> Veihzal Rivai Zainal dkk, *Islamic Marketing Manajemen*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017), h. 421

<sup>6</sup> Q.S. An-Nisa (4): 29

#### 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 Afzalurrahman bahwa salah satu dari delapan prinsip perdagangan adalah harus didasarkan pada kesepakatan bersama. Hal tersebut sebagaimana sabda Rasulullah Saw. dalam hadist berikut.<sup>7</sup>

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ الْحَارِثِ عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَفْتَرِقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لُهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتِ الْبَرَكَةُ مِنْ بَيْعِهِمَا

Artinya: “Dari Abdillah bin al-Harits, dari Hakim bin Hizam bahwasanya Rasulullah saw bersabda: Dua orang yang melakukan jual beli mempunyai hak khiyar dalam jual belinya selama mereka belum berpisah, jika keduanya jujur dan keduanya menjelaskannya (transparan), niscaya diberkahi dalam jual beli mereka berdua, dan jika mereka berdua menyembunyikan atau berdusta, niscaya akan dicabut keberkahan dari jual beli mereka berdua.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Lovelock dan Wright menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. Menurut Oliver bahwa loyalitas pelanggan adalah sebuah perjanjian yang dibuat dengan sangat mendalam untuk membeli kembali atau untuk berlangganan suatu produk yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang.<sup>8</sup>

Loyalitas juga dapat dibentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan kata lain, pelanggan akan puas apabila hasil yang didapatkan minimal mampu memenuhi harapannya, sedangkan mereka tidak

<sup>7</sup> Ibid, h. 422

<sup>8</sup> Donni Juni Priansa, *Op. Cit*, h. 215



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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.

puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas pelanggan.<sup>9</sup>

*Doong* menyatakan bahwa diskon yang diberikan oleh sebuah toko dapat membentuk perilaku konsumen, kemudian membentuk kepuasan, dan loyalitas konsumen. Dengan adanya potongan harga konsumen akan merasa puas dan tidak merasa bersalah, karena mereka hanya membayar produk tersebut dengan harga di bawah harga normal. Hal ini juga akan mendorong konsumen untuk membelanjakan uangnya lagi di toko yang memberikan diskon.<sup>10</sup>

Perusahaan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang beralamat di Jl. Soekarno Hatta Gg. Keluarga No. 007 merupakan perusahaan distributor produk makanan berjenis *Frozen Food* yang didistribusikan sejak tahun 2017. Untuk pengiriman barang-barang dari distributor CV. Cita Rasa Baru ini menggunakan mobil box untuk mengirim produk *Frozen Food* ke toko-toko.

Untuk meningkatkan omset penjualan, CV.Cita Rasa Baru melakukan strategi yaitu dengan mengadakan program harga diskon pada produk *Frozen Food*. Untuk mendapatkan harga diskon tersebut pembeli harus mencapai minimal pembelian yang telah ditentukan, setelah itu barulah pembeli mendapatkan harga diskon tersebut.

<sup>9</sup> Asrul, *Op. Cit*, h.159

<sup>10</sup> Salsabila Wulandari Aryatinigrum, *Pengaruh Pemberian Price Discount Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Online Marketplace*, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 8 Nomor 3, 2020, h. 297

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diararang 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.

Berikut ini adalah data penjualan dan pendapatan dari produk *Frozen Food* pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2021 sebagai berikut.

**Tabel 1.1**  
**Penjualan dan pendapatan *Frozen Food* pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2021**

No	Bulan	Penjualan <i>Frozen Food</i>	Pendapatan <i>Frozen Food</i> 12,5%
1	Januari	Rp85.500.000	Rp10.687.500
2	Februari	Rp88.580.000	Rp11.072.500
3	Maret	Rp95.200.000	Rp11.900.000
4	April	Rp110.500.000	Rp13.812.500
5	Mei	Rp115.260.000	Rp14.407.500
6	Juni	Rp119.980.000	Rp14.997.500

*Sumber: Data olahan dari bulan Januari-Juni Tahun 2021*

Dari tabel data diatas terlihat ada kenaikan pendapatan dan penjualan dari produk *Frozen Food* . Dimana penjualan pada bulan Januari yakni sebesar Rp85.500.000 dengan pendapatan margin 12,5% sebesar Rp10.687.500 terus mengalami kenaikan penjualan hingga pada bulan Juni sebesar Rp119.980.000 dengan pendapatan margin 12,5% sebesar Rp14.997.500.

Kemudian berikut ini data penjualan dan pendapatan *Frozen Food* per 6 bulan pada tahun 2022 dapat dilihat pada tabel berikut.

UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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.

**Tabel 1.2**

**Pendapatan dan penjualan *Frozen Food* pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022**

No	Bulan	Penjualan <i>Frozen Food</i>	Pendapatan <i>Frozen Food</i> 12,5%
1	Januari	Rp107.500.000	Rp13.437.500
2	Februari	Rp105.280.000	Rp13.160.000
3	Maret	Rp100.200.000	Rp12.525.000
4	April	Rp96.570.000	Rp12.071.250
5	Mei	Rp91.800.000	Rp11.475.000
6	Juni	Rp87.800.000	Rp10.975.000

*Sumber: Data olahan dari bulan Januari-Juni tahun 2022*

Dari tabel data diatas dapat kita ketahui bahwa pendapatan dan penjualan produk *Frozen Food* terus mengalami penurunan yang mana penjualan pada bulan Januari yakni sebesar Rp. 107.500.000 dengan pendapatan margin 12,5% sebesar Rp13.437.500 dan terus mengalami penurunan penjualan sampai pada bulan Juni sebesar Rp Rp87.800.000 dengan pendapatan margin 12,5% berjumlah Rp10.975.000.

Berikut data pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru diambil per 6 bulan pada tahun 2021 sebagai berikut:

**Tabel 1.3**

**Data Pelanggan pada distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Bulan Januari-Juni Tahun 2022**

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	30
2	Februari	25
3	Maret	19
4	April	15
5	Mei	9
6	Juni	8
Total		106

*Sumber : Data olahan dari bulan Januari - Juni tahun 2022*



#### 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.

Dari tabel data di atas dapat dilihat bahwa keadaan Pelanggan CV. Cita Rasa Baru mengalami penurunan pada setiap bulannya, dapat dilihat pada bulan Januari berjumlah 30 outlet, sampai dengan pada bulan Juni menurun hingga berjumlah 8 outlet.

Berdasarkan hal tersebut bahwa program harga diskon mempunyai peranan penting dalam memengaruhi omset penjualan perusahaan. Omset dari usaha ini bisa mencapai ratusan juta rupiah perbulannya, itu bisa ditemukan pada usaha *Frozen Food* distributor CV. Cita Rasa Baru di Jl. Soekarno Hatta Pekanbaru. Sehari bisa terjual puluhan bahkan ratusan karton atau lebih dengan berbagai produk. Harga yang ditetapkan memang selalu berubah pertahunnya mengikuti pasar.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh *Price Discount* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah.”**

#### Batasan Masalah

Dalam penulisan ini perlu diadakan suatu pembatasan terhadap permasalahan yang dibahas agar penelitian lebih terarah dan tidak mengembang, sehingga sesuai dengan maksud dan tujuan yang diinginkan. Untuk itu, penulis membatasi masalah yang dikaji dalam penelitian ini pada pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah.

**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. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan dari latar belakang di atas maka pokok permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *Price Discount* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syariah tentang *Price Discount* dan Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru?

**D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

1. Tujuan Penelitian
  - a. Untuk mengetahui pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Syariah.
  - b. Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Syariah tentang pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
2. Manfaat Penelitian
  - a. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti lainnya khususnya, agar dapat meneliti secara lebih mendalam mengenai permasalahan yang sama. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangsih yang berharga bagi peningkatan dalam pengembangan khasanah ilmu pengetahuan, khususnya mengenai ekonomi syariah.

- b. Secara aplikatif

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi konsumen terkait dengan pemahaman tentang pengaruh harga diskon terhadap loyalitas konsumen. Kemudian penelitian ini juga diharapkan sebagai bahan masukan dan pengembangan bagi pihak perusahaan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

### E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan para pembaca dalam memahami penelitian ini, penulis mengklasifikasikan penelitian ini dalam beberapa bab dan setiap bab terdiri dari beberapa sub, yaitu sebagai berikut:

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bagian ini dijelaskan tentang Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan Sistematika Penulisan.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai landasan teoritis yang mendukung pembahasan mengenai teori harga diskon dan loyalitas pelanggan serta teori dalam ekonomi syariah.

#### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini akan dijelaskan bagaimana metode yang akan digunakan pada penelitian ini mulai dari lokasi, populasi, sampel, dan teknik pengumpulan data.

#### 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 IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini akan dijelaskan *Price Discount* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah dan tinjauan Ekonomi Syariah tentang Pengaruh *Price Discount* dan Loyalitas Pelanggan pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian dan selanjutnya memberikan saran.

#### 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 TEORI

### A. Potongan Harga (*Price discount*)

#### 1. Pengertian Potongan Harga (*Price discount*)

Menurut *Kotler & Amstrong*, diskon adalah penyesuaian harga dasar pada sebagian besar perusahaan untuk memberikan pelanggan penghargaan atas respon tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal dan pembelian diluar musim.<sup>11</sup> Sedangkan menurut *Tjiptono* diskon merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.<sup>12</sup>

Menurut *Peter dan Olson*, harga diskon adalah strategi menentukan harga yang melibatkan rencana jangka panjang untuk menurunkan harga secara sistmatis setelah mengenalkan produk dengan harga tinggi.<sup>13</sup> Menurut *Harman Malau* diskon adalah penyesuaian harga dasar untuk memberikan penghargaan pada pelanggan atas reaksi-reaksi tertentu, seperti pembayaran tagihan lebih awal, volume pembelian, dan pembelian diluar musim.<sup>14</sup>

<sup>11</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 9

<sup>12</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 66.

<sup>13</sup> J. Paul Peter dan Jerry. C Olson, *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*, Edisi 9 Buku 2, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 256.

<sup>14</sup> Harman Malau, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, (Bandun: Alfabeta, 2017), h. 141

#### 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.

*Price discount* adalah strategi promosi yang menghadapkan konsumen pada pembelian produk dan kualitas yang sama namun ditawarkan lebih murah dari harga aslinya.<sup>15</sup> Berdasarkan beberapa pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa diskon merupakan potongan harga atau pengurangan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli pada suatu saat tertentu.

#### 2. Macam-macam Potongan Harga (*Price discount*)

Menurut Kotler ada beberapa macam bentuk dari diskon yaitu :

##### a. Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya. Contoh yang umum adalah “ 2/10, net 30” yang berarti bahwa pembayaran akan jatuh tempo dalam 30 hari, tetapi pembeli dapat mengurangi 2% jika membayar tagihan dalam 10 hari.

##### b. Diskon Kuantitas

Diskon kuantitas merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar. Contohnya adalah \$10 untuk pembelian kurang dari 100 unit, \$9 untuk pembelian 100 unit atau lebih.

##### c. Diskon Fungsional

Diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan (*trade discount*) ditawarkan oleh produsen pada para anggota saluran

<sup>15</sup> Nana Herdiana Abdurrahman, *Manajemen Strategi Pemasaran*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015), h. 19

#### 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.

perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu, seperti menjual, menyimpan dan melakukan pencatatan.

d. Diskon Musiman (*Seasonal Discount*)

Diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa di luar musimnya. Contohnya adalah produsen jas hujan akan menawarkan diskon musiman untuk pengecer pada musim panas untuk mendorong dilakukannya pemesanan lebih awal.

e. Potongan (*allowance*)

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga, misalnya : potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*proportional allowance*). Potongan tukar tambah adalah pengurangan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru. Potongan promosi merupakan pengurangan pembayaran atau harga untuk memberi imbalan pada penyalur karena berperan serta dalam pengiklanan dan program pendukung penjualan.<sup>16</sup>

### 3. Tujuan Pemberian Potongan Harga (*Price Discount*)

Adapun tujuan pemberian diskon yang dilakukan perusahaan terhadap produk yang dijualnya ada beberapa alasan yang biasanya mendasari pemberian potongan harga antara lain:<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Philip Kotler & Gary Amstrong, *Op.Cit*, h. 9-10

<sup>17</sup> Deliyanti Oentoro, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Laksbang PRESSindo, 2012), h. 168



#### 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. Penjualan promo
- b. Pembelian dalam jumlah besar
- c. Barang akan segera digantikan dengan model yang lebih baru
- d. Meningkatkan volume penjualan
- e. Mengurangi atau menghabiskan stock barang digudang
- f. Memperkuat merek dan lini produk

Sedangkan tujuan diadakannya diskon atau potongan harga menurut Nitisemito didalam buku Arif Isnaini adalah:<sup>18</sup>

- a. Mendorong pembeli untuk membeli barang atau jasa yang dijual dalam jumlah banyak atau besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik, pemberian potongan harga akan berdampak terhadap konsumen, yaitu terutama dalam pola pembelian konsumen yang akhirnya juga berdampak terhadap volume penjualan yang diperoleh perusahaan.
- b. Pembelian tersebut dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual, sehingga ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan.
- c. Merupakan *sales service* yang bisa menarik terjadinya transaksi pembelian tersebut.

<sup>18</sup> Afibatus dan M. Taufiq Zamzami, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 04 No. 02 , Desember 2020, h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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.

#### 4. Indikator Potongan Harga (*Price Discount*)

Menurut Sutisna indikator diskon adalah sebagai berikut:<sup>19</sup>

- a. Tingginya potongan harga, tingginya ukuran potongan harga yang diberi pada saat barang/produk didiskon
- b. Masa potongan harga, jangka waktu yang diberi ketika terjadinya *discount*;
- c. Aneka macam produk yang mendapatkan potongan harga, keanekaragaman pilihan pada produk yang di *discount*.

Menurut *Grewal* bahwa indikator pengukuran diskon yaitu:<sup>20</sup>

- a. Harga referensi internal, dimana terbentuk dari pengalaman dan pengetahuan konsumen akan harga suatu barang
- b. Persepsi konsumen mengenai kualitas, yaitu pengetahuan konsumen mengenai kualitas suatu produk seperti; kualitas produk dan merek
- c. Persepsi nilai yaitu konsumen akan memberikan penilaian sendiri terhadap barang yang akan dibelinya.

#### 5. Potongan Harga (*Price Discount*) Dalam Islam

Potongan harga atau diskon menurut Syahbul Bachari dikenal dalam istilah fuqaha' dengan sebutan *al-naqis min altsaman* (pengurangan harga). Diskon juga disebut dengan istilah khasam. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwadla'ah* atau *Al-Wadla'ah*. Akad *muawdla'ah*

<sup>19</sup>Gita Warnerin dan Renny Dwijayanti, *Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 8 No. 2, Tahun 2020, h. 898

<sup>20</sup>Rachma Nurmasarie dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No. 2, Maret 2013, h. 531

merupakan bagian dari prinsip jual beli dimana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (diskon). Rukun dan syarat pada bai al- muwadla'ah sama seperti yang terdapat pada jual beli yang sudah dijelaskan dalam pengertian di atas.<sup>21</sup>

Hukum jual beli dengan menggunakan sistem potongan harga (diskon) itu diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti halnya penipuan kepada konsumen, merugikan konsumen, menimbulkan kemadharatan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sistem diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan, diantaranya sebagai berikut :<sup>22</sup>

a. Haram dzatnya

Transaksi dilarang karena obyek terlarang. Misalnya: *khamar*, bangkat, babi dan lainnya. Dengan demikian jika terjadi jual beli barang-barang haram tersebut dengan akad *muwadla'ah* secara otomatis transaksi ini menjadi haram.

b. Haram selain dzatnya

Kata “tukar menukar” atau “peralihan pemilikan dengan penggantian” mengandung maksud yang sama bahwa kegiatan mengalihkan hak dan pemilikan itu berlangsung secara timbal balik atas

<sup>21</sup> Afibatus Afida dan M. Taufiq Zamzami, *Op. Cit*, h. 106

<sup>22</sup> *Loc. It*

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.

dasar kehendak dan keinginan bersama. Praktik-praktik yang melanggar prinsip tersebut diantaranya yaitu:<sup>23</sup>

#### 1. *Tadlis*

*Tadlis* adalah transaksi yang mengandung suatu hal yang tidak diketahui oleh salah satu pihak. Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara kedua belah pihak, mereka harus mempunyai informasi yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa di tipu/di curangi. Ada 4 (empat) hal dalam transaksi *tadlis*, yaitu:

- a. Kuantitas mengurangi takaran
- b. Kualitas, menyembunyikan kecacatan barang
- c. Harga, memanfaatkan ketidaktahuan pembeli akan harga pasar
- d. Waktu, menyanggupi waktu yang disadari tidak akan sanggup memenuhinya

#### 2. *Najasy*

*Najasy* dalam pengertian etimologis bermakna *al-itsarah*, yaitu menggerakkan. Sedang dalam pengertian terminologi adalah: (ketika) seseorang menambah harga pada suatu barang namun ia tidak membutuhkan barang tersebut dan tidak ingin membelinya ia hanya ingin harganya bertambah, dan akan menguntungkan pemilik barang.

<sup>23</sup> *Ibid*, h. 107

#### 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.

### 3. *Gharar*

Gharar mencakup dua bentuk. Yaitu keraguan dan kebimbangan, yakni keragu-raguan dan kebimbangan antara keberadaan dan keberhasilan objek jual beli dengan ketiadaannya. Kedua, ketidaktahuan, yakni sesuatu yang tidak diketahui sifat, ukuran, dan lain-lainnya.

Dalam sistem jual beli, gharar terdapat unsur memakan harta orang lain dengan cara bathil. Padahal Allah melarang memakan harta orang lain dengan cara batil. Seperti dalam firman Allah dalam Surah An-Nisa (4): 29 berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ  
 اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Loyalitas Pelanggan**
**1. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

*Lovelock dan Wright* menyatakan bahwa loyalitas adalah keputusan konsumen untuk secara sukarela terus berlangganan dengan perusahaan tertentu dalam jangka waktu yang lama. *Oliver* menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah sebuah perjanjian yang dibuat dengan sangat mendalam untuk membeli kembali atau untuk berlangganan suatu produk yang disukai secara konsisten dimasa yang akan datang.<sup>24</sup>

Fandy Tjipono dan Gregorius Candra menyatakan bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen konsumen terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian ulang yang dilakuka secara konsisten.<sup>25</sup>

Pengertian loyalitas pelanggan menurut Hasan bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang hanya tidak membeli ulang suatu barang dan jasa misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli. Sedangkan menurut *Griffin* yang dibahasakan oleh Dwi Kartini Yahya loyalitas pelanggan pembentukan sikap dan perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk dari pengalaman sebelumnya.<sup>26</sup>

Pada dasarnya suatu bisnis perusahaan selalu berupaya untuk mencari dan membina para pelanggannya, karena melalui pelangganlah bisnis suatu perusahaan akan dapat tumbuh laju dan berkembang. Pada awalnya pelangganlah yang pertama-tama memberikan informasi tentang

<sup>24</sup> Donni Juni Priansa, *Op. Cit*, h. 215

<sup>25</sup> *Ibid*, h. 216

<sup>26</sup> Marshelly Chandra dan Widodo, *Op. Cit*, h. 60

apa yang dibutuhkan kepada penjual, dan kemudian dari pandangan pelanggan tersebut, pemasar mengembangkan produk, berupa barang atau jasa, dengan tujuan memenuhi kebutuhan pelanggan.<sup>27</sup>

Loyalitas juga dapat dibentuk dari kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Dengan kata lain, konsumen akan puas apabila hasil yang didapatkan minimal mampu memenuhi harapannya, sedangkan mereka tidak puas apabila hasil yang didapat tidak mampu memenuhi harapannya. Kepuasan yang dirasakan seseorang akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas pelanggan.<sup>28</sup>

## 2. Indikator Loyalitas Pelanggan

Indikator loyalitas pelanggan menurut *Griffin* :<sup>29</sup>

- a. Melakukan pembelian secara teratur
- b. Pelanggan yang melakukan teratur, di mana pelanggan akan terus menggunakan produk ataupun jasa tersebut.
- c. Membeli antarlini produk dan jasa pada usaha yang sama.
- d. Merekomendasikan produk kepada orang lain (*refers other*).
- e. Pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang tidak dengan mudah dipengaruhi oleh produk atau jasa alternatif meskipun para pesaing mencoba memberikan berbagai kelebihan ataupun penawaran.

<sup>27</sup> Sofjan Asauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013) h. 15-16

<sup>28</sup> Asrul, *Op. Cit*, h.159

<sup>29</sup> Rini Sugiarsih Duki Saputri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang*, *Journal of Strategic Communication*, Vol. 10, No. 1, September 2019, h. 50

### 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.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Dalam membangun dan meningkatkan loyalitas pelanggan, perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut *Robinette* faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:<sup>30</sup>

#### a. Perhatian (*Caring*)

Perusahaan harus dapat melihat dan mengatasi segala kebutuhan, harapan, maupun permasalahan yang dihadapi oleh pelanggan. Dengan perhatian itu, pelanggan akan menjadi puas terhadap perusahaan dan melakukan transaksi ulang dengan perusahaan dan pada akhirnya mereka akan menjadi pelanggan perusahaan yang loyal.

#### b. Kepercayaan (*Trust*)

Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Apabila kepercayaan sudah terjalin di antara pelanggan dan perusahaan, maka usaha untuk membinanya akan lebih mudah. Apabila tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka hubungan perusahaan dengan pelanggan akan menjadi kuat.

#### c. Perlindungan (*Length of Patronage*)

Perusahaan harus dapat memberikan perlindungan kepada pelanggannya, baik berupa kualitas produk, pelayanan, komplain ataupun layanan purnajual. Dengan demikian, pelanggan tidak khawatir perusahaan dalam melakukan transaksi dan berhubungan dengan

<sup>30</sup> Tengku Putri Lindung Bulan, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Agen Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.2, November 2016, h. 597

#### 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.



perusahaan, karena pelanggan merasa perusahaan memberikan perlindungan yang mereka butuhkan.

d. Kepuasan Akumulatif (*Overall Satisfaction*)

Kepuasan akumulatif adalah keseluruhan penilaian berdasarkan total pembelian dan konsumsi atas barang dan jasa pada suatu periode tertentu. Kepuasan akumulatif ditentukan oleh berbagai komponen seperti kepuasan terhadap sikap agen (*service provider*) dan kepuasan terhadap perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan rasa puas kepada pelanggan dalam melakukan segala transaksi dengan perusahaan.

Menurut Swastha dan Handoko loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh beberapa hal diantaranya:<sup>31</sup>

- a. Kualitas Produk, kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas konsumen
- b. Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu kualitas pelayanan.

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.

<sup>31</sup> Sherly Hesti Erawati, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Vol.17, No.2, 2020, h. 309

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Emosional, emosional di sini lebih diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya
- d. Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing. Dengan harga yang lebih murah dari harga normal orang akan semakin tertarik.

**4. Strategi Mempertahankan Loyalitas Pelanggan**

*Zeithaml* dan *Bitner* mengemukakan bahwa untuk mewujudkan dan mempertahankan loyalitas pelanggan dibutuhkan langkah kunci yang saling terikat, yaitu:<sup>32</sup>

a. Komitmen Dan Keterlibatan Manajemen Puncak

Dalam setiap keputusan strategis organisasi, peranan penting manajemen puncak perlu dimainkan. Dukungan, komitmen, kepemimpinan, dan partisipasi aktif manajer puncak selalu dibutuhkan untuk melakukan transformasi budaya organisasi, struktur kerja, dan praktik manajemen SDM dari paradigma tradisional menuju paradigma pelanggan.

b. Tolak Ukur Internal (*Internal Benchmarking*)

Proses tolak ukur internal meliputi pengukuran dan penilaian atas manajemen, SDM, organisasi, sistem, alat, desain, pemasok, dan jasa pendukung perusahaan).

c. Penilaian Kapabilitas Persaingan

<sup>32</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 110-111

#### 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 era hiperkompetitif ini pemahaman mengenai aspek internal perusahaan dan pelanggan saja tidak memadai. Untuk memenangkan persaingan, kapabilitas pesaing (terutama yang terkuat) harus diidentifikasi dan dinilai secara cermat.

#### d. Pengukuran Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan

Kepuasan pelanggan menyangkut apa yang diungkapkan oleh pelanggan, sedangkan loyalitas pelanggan berkaitan dengan apa yang dilakukan pelanggan. Oleh sebab itu, parameter kepuasan pelanggan lebih subjektif, lebih sukar dikuantifikasi, dan lebih sulit diukur daripada loyalitas pelanggan.

#### e. Analisis Umpan Balik Dari Pelanggan, Mantan Pelanggan, Non Pelanggan, Dan Pesaing

Lingkup analisis perusahaan perlu diperluas dengan melibatkan mantan pelanggan dan nonpelanggan, tentunya selain pelanggan saat ini dan pesaing. Dengan demikian, perusahaan bisa memahami dengan lebih baik faktor-faktor yang menunjang kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta faktor negatif yang berpotensi menimbulkan pembelotan pelanggan (*customer defection*). Atas dasar pemahaman ini tindakan antisipatif dan kreatif bisa ditempuh secara cepat, akurat, dan efisien.

#### f. Perbaikan Berkesinambungan

Loyalitas pelanggan merupakan perjalanan tanpa akhir. Tidak ada jaminan bahwa bila sudah terwujud, lantas loyalitas bisa langgeng

#### 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.

dengan sendirinya. Pada prinsipnya perusahaan harus selalu aktif mencari berbagai inovasi dan terobosan untuk merespons setiap perubahan.

### 5. Loyalitas Pelanggan dalam Islam

Loyalitas dalam Islam disebut dengan *al-wala'*". Secara etimologi, *alwala'*" memiliki beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau *al-wala'* adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya.<sup>33</sup>

Pada dasarnya dalam bermuamalah mencontoh cara nabi dalam hadits dan mempelajari al-Qur'an sebagai pedoman. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang humoris, saling ridla, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. An-Nisaa' ayat 29:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلاَّ أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa (4): 29)*

<sup>33</sup> Mashuri, *Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol. 9 No. 1, Juni 2020, h. 56



#### 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.

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang yang angkuh. Kepuasan konsumen yang diperoleh dari pengalaman menyenangkan saat berbelanja, akan membuat konsumen loyal sehingga kembali berbelanja di tempat tersebut.<sup>34</sup>

Dalam bisnis, Rasulullah selalu menerapkan prinsip *customer oriented*, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan (Afzalur Rahman, 1996 :19). Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.<sup>35</sup>

Dampak dari prinsip yang diterapkan, para pelanggan Rasulullah SAW. tidak pernah merasa dirugikan. Tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi.<sup>36</sup>

Menurut fatwa DSN-MUI, jika dalam jual beli murabahah LKS mendapat diskon dari supplier, harga sebenarnya adalah harga setelah diskon; karena itu, diskon adalah hak nasabah. Jika pemberian diskon terjadi

<sup>34</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 185.

<sup>35</sup> Norvadewi, *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 01, No. 01, Desember 2015, h. 38

<sup>36</sup> *Loc. It*

setelah akad, pembagian diskon tersebut dilakukan berdasarkan perjanjian (per-setujuan) yang dimuat dalam akad. Dalam akad, pembagian diskon setelah akad hendaklah diperjanjikan dan ditandatangani.<sup>37</sup>



#### 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.

<sup>37</sup> Dewan Syariah Nasional MUI, *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*, (Jakarta: Erlangga, 2014), h. 118

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
**Penelitian Terdahulu**

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

NO	PENULIS	JUDUL SKRIPSI	VARIABEL	HASIL PENELITIAN	PERBEDAAN
1.	Nyosino (2020)	Pengaruh Diskon, Merek, Dan Strategi <i>Marketing</i> Terhadap Loyalitas Pelanggan Oli Daihatsu PT. Nusantara Autopart Persada	Pengaruh Diskon (X1), Merek (X2), Dan Strategi <i>Marketing</i> (X3), Loyalitas Pelanggan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskon, Merek dan Strategi <i>Marketing</i> secara serempak berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Pelanggan Pada PT. Nusantara Autopart Persada.	Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu Diskon, Merek, Strategi <i>Marketing</i> dan Loyalitas Pelanggan. Lokasi Penelitian di PT Nusantara Auto Persada
2	Niken Anisa Jayanti (2020)	Pengaruh Potongan Harga, Voucher Kupon dan Garansi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Toko Quds <i>Textille</i> Kota Malang)	Pengaruh Potongan Harga (X1), Voucher Kupon (X2), Dan Garansi (X3), Loyalitas Pelanggan (Y)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Potongan Harga berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan	Penelitian ini menggunakan 4 variabel yaitu Harga, Voucher Kupon, Garansi dan Loyalitas Pelanggan. Lokasi Penelitian ini di Toko Quds <i>Textille</i> Kota Malang
3	Afna Dea Maulita (2019)	Pengaruh Pemberian Potongan Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Salon Romeo <i>Barbershop</i> Kota Medan	Potongan Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Loyalitas Pelanggan (Y)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa potongan harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.	Penelitian ini menggunakan 3 variabel yaitu Potongan Harga, Kualitas Pelayanan dan Loyalitas Pelanggan. Lokasi Penelitian ini di Salon Romeo <i>Barbershop</i> Kota Medan

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diarangi 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. Diarangi mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## Indikator Penelitian

Tabel 2.2  
Indikator Penelitian

No.	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Potongan Harga ( <i>Price Discount</i> )	Potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual	a. Tingginya potongan harga b. Masa potongan harga c. Aneka macam produk yang mendapatkan potongan harga	Likert
2	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang	a. Melakukan pembelian secara teratur b. Membeli antar lini produk dan jasa pada usaha yang sama. c. Merekomendasikan produk kepada orang lain ( <i>refers other</i> ). d. Pelanggan yang tidak dengan mudah dipengaruhi oleh produk atau jasa alternatif meskipun para pesaing mencoba memberikan berbagai kelebihan ataupun penawaran.	Likert

### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

### BAB III

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan 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.<sup>38</sup>

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru. Adapun alasan memilih lokasi ini dikarenakan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru merupakan distributor *Frozen Food* terbesar di kota Pekanbaru

### B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
2. Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh harga diskon terhadap loyalitas pelanggan pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru perspektif ekonomi syariah.

<sup>38</sup> Bambang Sunggono, *Metodologi Penelitian Persada*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2001),hal

## © Hak cipta milik UIN Suska Riau

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>39</sup> Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru sebanyak 106 orang/agen.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penarikan sampel dilakukan dengan cara *Probability Sampling*. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.<sup>40</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi, yaitu konsumen CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan, sebanyak 5% atau 0,05

$$n = \frac{106}{1 + 115.0,05^2}$$

$$n = \frac{106}{1 + 106.0,0025}$$

<sup>39</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 80

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 81

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.

$$n = \frac{106}{1 + 0,265}$$

$$n = \frac{106}{1,265}$$

$$n = 83,79$$

Berdasarkan rumus di atas maka yang didapatkan adalah 83,79 atau 84 orang sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 84 orang.

**D. Sumber Data**

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperboleh dilokasi penelitian. Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber utamanya yaitu pelanggan di CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.
- b. Data Sekunder, yaitu data pendukung yang penulis dapatkan dari literature yang berhubungan langsung dengan masalah yang diteliti.

**E. Metode Pengumpulan Data**

Untuk mendapatkan data dari lapangan yang valid dan akurat dari subjek penelitian, penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

- 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. 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.

c. 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. Metode Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa kuantitatif. Metode Kuantitatif merupakan penelitian deskriptif dan data-data tersebut kemudian diuraikan antara satu data dengan data yang lainnya dihubungkan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yakni variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Variabel independen (bebas) disimbolkan dengan huruf (X), yaitu potongan harga, variabel dependen

### 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.

(terikat) disimbolkan dengan huruf (y), yaitu loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

#### a. Uji Instrument Penelitian

##### 1. Uji Validitas

Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variable, daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Dalam penelitian ini untuk mengetahui data valid atau tidak valid akan diuji dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22 dengan melihat angka-angka yang terletak pada kolom *corrected item total correlation*. Uji validitas ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk tingkat signifikansi 5% dari *degree of freedom* (df) = n-2, dalam hal ini (n) merupakan jumlah sampel. Jika r hitung > r tabel maka pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid, demikian sebaliknya.<sup>41</sup>

Data yang di perlukan dalam rumus sebagai berikut :

$$r \text{ hitung} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

$\sum X$  = Jumlah skor dalam distribusi X

<sup>41</sup> Danang Sunyoto, *Metode Penelitian Ekonomi*, (Jakarta: CAPS, 2011), h. 166

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

$\sum Y$  = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum Y^2$  = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

N = Banyak responden

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui instrumen penelitian yang dipakai dapat digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah hasil dari jawaban kuesioner oleh responden benar-benar stabil dan dapat dipercaya dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Dalam pengukuran ini, pengukuran reliabilitas menggunakan uji *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ). Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik atau reliable jika memiliki *cronbach's alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reability statistic* (*Cronbach's Alpha*) yang diolah dengan program SPSS.<sup>42</sup>

### b. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.<sup>43</sup> Pengujian menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov dalam SPSS.

<sup>42</sup> Duwi Priyatno, *Paham Analisis Statistic Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: MediaKom, 2010), h. 97.

<sup>43</sup> Nawari, *Analisis Regresi*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 134

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Diararang 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. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari nilai residual pada suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah bebas dari masalah heteroskedastisitas.<sup>44</sup>

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah di mana terdapat kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas. Model yang baik didapatkan jika tidak terdapat pola tertentu pada grafik, seperti mengumpul di tengah, menyempit kemudian melebar atau sebaliknya melebar kemudian menyempit.

Uji heteroskedastisitas dengan melihat pola pada grafik scatterplot antara *standardized predicted value* (SPRED) dengan *studendized residual* (SRESID) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika terdapat titik-titik yang membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka disimpulkan bahwa terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y, maka disimpulkan

<sup>44</sup> Duwi Priyatno, *Cara Kilat Analisis Data Dengan SPSS 20*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h. 158

#### 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, 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.

bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut.<sup>45</sup>

### 3. Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durbin-Watson (DW-Test). Kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a) Jika  $Dw < dL$  atau  $Dw > 4-dL$ , maka terjadi autokorelasi.
- b) Jika  $dL < Dw < dU$  atau  $4-dU < Dw < 4-dL$ , maka status autokorelasi tidak dapat dijelaskan.
- c) Jika  $dU < Dw < 4-dU$ , maka tidak terjadi autokorelasi.

### c. Uji Hipotesis Penelitian

#### 1. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana merupakan analisis ini untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya.<sup>47</sup> Dimana variabel independen (X) adalah pengaruh harga diskon sedangkan variabel dependen (Y) adalah loyalitas pelanggan. Persamaan regresi untuk regresi linier sederhana adalah sebagai berikut:

<sup>45</sup> *Ibid*, h. 165

<sup>46</sup> Nawari, *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm. 225

<sup>47</sup> Iqbal Hasan, *Analisis data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h. 23



$$Y = a + bX$$

Keterangan: Y = Variabel terikat (Loyalitas Pelanggan)

X = Variabel bebas (Harga Diskon)

a = Konstanta regresi

b = Koefisien regresi

## 2. Uji T (Parsial)

Uji t ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (bebas) yaitu harga diskon (X) memiliki hubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (terikat) yaitu loyalitas pelanggan (Y) dengan tingkat kepercayaan atau moe yaitu 0,05 atau 5%. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.<sup>48</sup> Nilai  $t_{hitung}$  dapat ditentukan dengan formula:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:  $t_{hitung}$  = Nilai t

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah sampel

## 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

R Square ( $R^2$ ) atau kuadrat R menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah berbentuk persen, artinya

<sup>48</sup> Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 198.

### 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.

persentase sumbangan pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*.

### G Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang harus diuji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya. Berdasarkan identifikasi fenomena dan rumusan masalah sebagaimana telah diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Penjualan dengan Loyalitas Konsumen Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru.

$H_1$  = Terdapat pengaruh yang signifikan antara Promosi Penjualan dengan Loyalitas Konsumen 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, 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. Diarangi 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 yang telah dilakukan maka akan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. *Price discount* berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan, hal ini dapat dilihat dari hasil analisis persamaan regresi diperoleh  $Y = 1,082 + 0,777X$  artinya nilai konstanta  $a = 1,082$ , mengandung arti bahwa ketika variabel *Price Discount* (X) dianggap sama dengan 0, maka nilai variabel Loyalitas Pelanggan (Y) 1,082 dan nilai *Price discount* (X) = 0,777 hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Price Discount*, maka nilai Loyalitas Pelanggan bertambah sebesar 0,777. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif. Hasil uji t adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikan  $< 0,05$ .  $t_{hitung}$  sebesar  $9,285 > t_{tabel} 1,988$ . Dengan nilai sebesar  $0,000 < 0,05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *Price Discount* terhadap Loyalitas pelanggan. Dari nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,513 artinya nilai tersebut menggambarkan bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*Price Discount*) terhadap naik turunnya variabel dependen (Loyalitas Pelanggan) adalah sebesar 51,3% dan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model yang diajukan dalam penelitian ini.

2. Tinjauan ekonomi syariah mengenai *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan pada usaha distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru adalah kegiatan usaha disributor yang mampu menjadikan *Price Discount* untuk menunjang penjualan menjadi lebih baik, serta memberikan pernyataan kepada pelanggan tentang *Price Discount* dengan kejujuran dan keadilan dari produk yang dijual oleh distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru yang sesuai dengan syariat Islam. Hal tersebut akan menjadikan Loyalitas Pelanggan lebih meningkat, dikarenakan tidak ada keterpaksaan atau berlaku suka sama suka.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka penulis memberikan saran mengenai pengaruh *Price Discount* terhadap Loyalitas Pelanggan 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 *Price Discount* yang diberikan.
2. Bagi peneliti yang akan datang disarankan untuk meneliti faktor-faktor selain *Price Discount* yang berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. Hal ini disebabkan penelitian ini belum memasukkan variabel lain yang dapat mempengaruhi hasil penelitian.

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.



## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU

- Abdurrahman, Nana Herdiana. *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia, 2015.
- Asauri, Sofjan. *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime Customer Value*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Dewan Syariah Nasional MUI. *Himpunan Fatwa Keuangan Syariah*. Jakarta: Erlangga, 2014.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. *Manajemen Pemasaran*, Bandung: CV. Yrama Widia, 2011.
- Hasan, Iqbal. *Analisis data Penelitian dengan Statistic*. Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jakarta: Erlangga, 2008.
- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Nawari. *Analisis Regresi*. Jakarta: Gramedia, 2010.
- \_\_\_\_\_. *Analisis Regresi dengan MS Excel 2007 dan SPSS 17*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010.
- Oentoro, Deliyanti. *Manajemen Pemasaran Modern*. (Yogyakarta: Laksbang PRESSindo, 2012.
- Peter, J. Paul dan Jerry. C Olson. *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi 9 Buku 2. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Prawirosentono, Suryadi. *Operation Management*. Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Priyatno, Duwi. *Paham Analisis Statistic Data dengan SPSS*. Yogyakarta: MediaKom, 2010.

### 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

\_\_\_\_\_. *Cara Kilat Analisis Data Dengan SPSS 20*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.

Rivai, Veithzal. *Islamic Marketing: Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.

Rivai, Veithzal dkk. *Islamic Marketing Manajement*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2017.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset, 2013.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta

Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI, 2009.

Sunggono, Bambang, *Metodologi Penelitian Persada*. Jakarta: Raja Grafindo, 2001.

Sunyoto, Danang. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: CAPS, 2011.

Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2012.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.

**B. JURNAL**

Afibus dan M. Taufiq Zamzami, *Perspektif Hukum Islam Terhadap Praktik Jual Beli Menggunakan Potongan Harga (Diskon) Dengan Berjangka Waktu di Pusat Perbelanjaan Ramayana Kota Salatiga*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 04 No. 02, 2020.

Aryatinigrum, Salsabila Wulandari. *Pengaruh Pemberian Price Discount Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Online Marketplace*, Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 8 No. 3, 2020.

Asrul. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Toko Pakaian Lima R Di Pariaman*, Jurnal Ensiklopediaku, Vol. 3 No. 2 Edisi 1 Januari 2021.

Bulan, Tengku Putri Lindung. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir*

**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**

*Agan Kota Langsa*, Jurnal Manajemen dan Keuangan, Vol.5, No.2, November 2016.

Chandra, Marshelly dan Widodo. *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Alumunium*, Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, Vol.7, No. 2 Mei-Agustus 2019.

Mashuri. *Analisis Dimensi Loyalitas Pelangan Berdasarkan Perspektif Islam*, Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita, Vol. 9 No. 1, Juni 2020.

Norvadewi. *Bisnis Dalam Perspektif Islam (Telaah Konsep, Prinsip Dan Landasan Normatif)*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 01, No. 01, Desember 2015.

Nurmasarie, Rachma dan Sri Setyo Iriani. *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Penjualan Perseorangan Terhadap Keputusan Belanja Tidak Terencana*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No. 2, Maret 2013.

Saputri, Rini Sugiarsih Duki. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang*, Journal of Strategic Communication, Vol. 10, No. 1, September 2019

Septian Wahyudi, *Pengaruh Price Discount Terhadap Impulse Buying*, Jurnal Valuta Vol. 3 No 2, Oktober 2017.

Sherly Hesti Erawati, *Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Bisnis E-Commerce*, Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Vol.17, No.2, 2020.

Warnerin, Gita dan Renny Dwijayanti. *Pengaruh Diskon Dan In-Store Display Terhadap Impulse Buying Konsumen Matahari Department Store Gress Mall Gresik*, Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), Vol. 8 No. 2, Tahun 2020.

## LAMPIRAN HASIL UJI SPSS

### Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.507	4.04161	2.016

a. Predictors: (Constant), PRICE DISCOUNT

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

### Hasil Uji Regresi Sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.082	3.746		.289	.773
	PRICE DISCOUNT	.777	.084	.716	9.285	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

### Hasil Uji Hipotesis Parsial (uji-t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.082	3.746		.289	.773
	PRICE DISCOUNT	.777	.084	.716	9.285	.000

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. Diarangi 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.

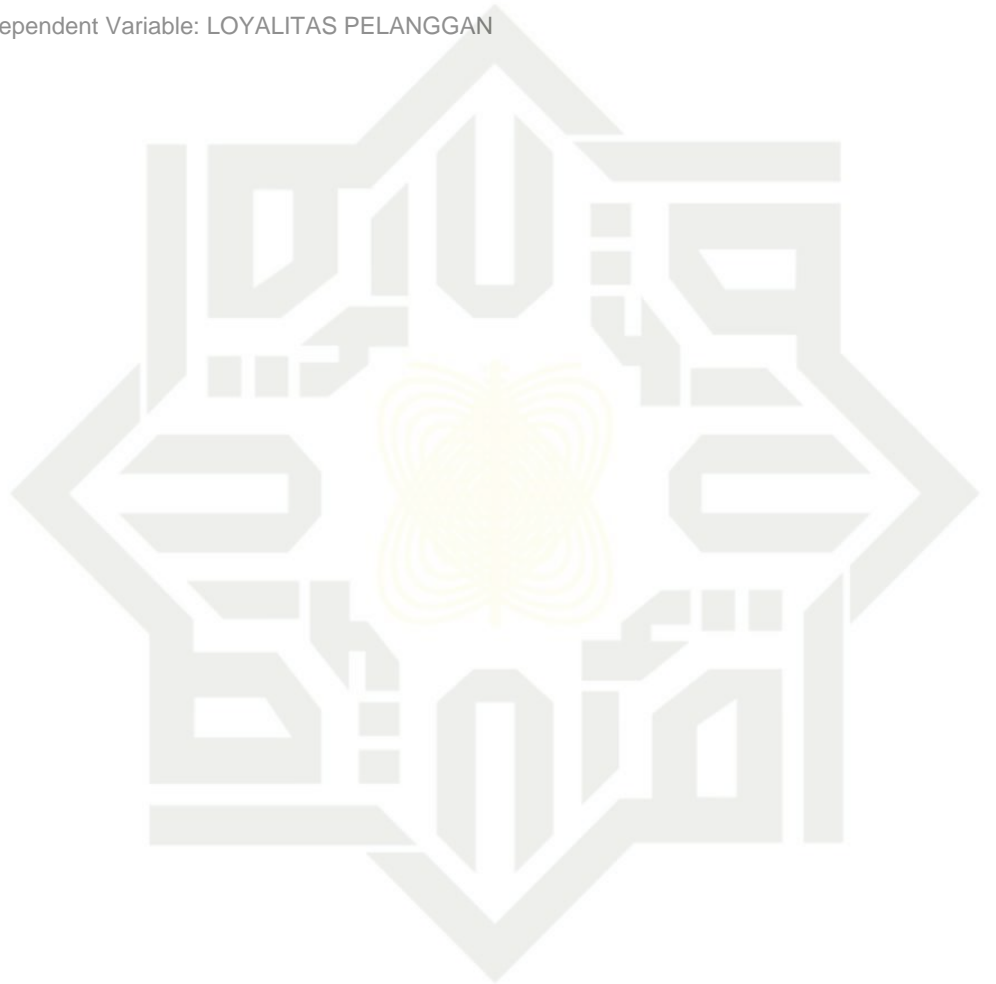
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 <sup>a</sup>	.513	.507	4.04161

a. Predictors: (Constant), PRICE DISCOUNT

b. Dependent Variable: 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.

**KUISIONER**

Assalamu’alaikum Wr Wb

*Responden yang terhormat*

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan bapak/ibu sdr/i pelanggan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru 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 Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul **“Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”**

Angket ini ditujukan kepada pelanggan 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)         |                              |



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi 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. PRICE DISCOUNT (POTONGAN HARGA)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih suka membeli produk dengan potongan harga yang berlaku sekali saja					
2	Saya lebih suka membeli produk dengan potongan harga yang <i>double</i> , meskipun saya tidak menyukai produk tersebut					
3	Saya suka membeli semua varian produk yang mempunyai potongan harga					
4	Saya hanya suka membeli produk tertentu yang mempunyai potongan harga					
5	Saya akan membeli produk berkelipatan yang mempunyai potongan harga					
6	Saya selalu membeli semua varian produk dengan jumlah yang banyak					
7	Saya selalu membeli produk tertentu dengan jumlah yang banyak					
8	Saya akan membeli semua varian produk di musim tertentu saja					
9	Saya akan membeli produk yang saya sukai di musim tertentu saja					
10	Saya selalu membeli produk tambahan tanpa direncanakan					
11	Saya membeli produk karena terpengaruh promosi					
12	Saya membeli produk tanpa pertimbangan harga					

2. 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					
3	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki nama yang mudah di ingat					

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

4	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki nama yang unik					
5	Produk Frozen Food yang ditawarkan di perusahaan CV. Cita Rasa Baru memiliki kualitas yang baik (sesuai expired, tidak mudah cacat)					
6	Walaupun ada merek baru saya tetap memilih produk Frozen Food yang lama untuk tetap di konsumsi					
7	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru menawarkan produk Frozen Food yang sesuai kebutuhan					
8	Perusahaan CV. Cita Rasa Baru menyediakan produk Frozen Food yang lengkap					
9	Setelah saya mencoba produk Frozen Food saya sangat menyukainya, mulai dari rasa nya begitu juga kemasannya yang sangat bagus					
10	Karena saya tau produk Frozen Food-nya bagus jadi saya menawarkan kepada orang lain untuk mengkonsumsi produk Frozen Food tersebut					

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. Diarangi 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.

No	PRICE DISCOUNT												X
	X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	X.7	X.8	X.9	X.10	X.11	X.12	
1	4	4	3	3	3	5	5	4	3	4	3	4	45
2	4	3	3	3	4	5	5	3	3	3	4	3	43
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	40
4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	4	3	3	45
5	3	4	4	3	3	5	5	4	4	3	2	4	44
6	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	3	3	51
7	4	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	45
8	4	4	3	3	3	5	5	3	4	4	5	3	46
9	4	3	3	2	2	5	5	4	4	3	5	4	44
10	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	2	4	44
11	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	44
12	5	4	3	3	2	5	4	3	3	2	5	3	42
13	5	5	5	4	2	4	4	1	4	4	5	1	44
14	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	52
15	5	5	5	3	3	5	2	3	5	3	3	3	45
16	5	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	50
17	5	4	4	2	2	5	5	3	5	2	4	3	44
18	5	5	5	4	3	4	3	3	4	2	3	3	44
19	5	5	5	4	3	4	4	3	5	2	4	3	47
20	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	2	41
21	3	3	2	3	4	5	5	3	3	2	5	3	41
22	4	4	4	3	2	5	4	2	3	3	3	2	39
23	4	3	4	3	3	5	5	4	4	3	4	4	46
24	4	3	4	4	3	5	5	3	3	3	3	3	43
25	4	4	3	3	2	5	5	4	4	3	3	4	44
26	4	4	3	2	2	5	5	2	4	4	2	2	39
27	4	3	3	3	3	5	5	3	4	2	3	3	41
28	5	4	4	3	3	5	5	4	3	3	3	4	46
29	5	4	5	3	3	5	5	4	3	2	3	4	46
30	5	5	3	5	3	5	5	3	3	2	2	3	44
31	4	4	3	2	2	5	5	3	3	2	3	3	39
32	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	5	3	44
33	5	4	3	2	2	5	4	5	4	3	4	5	46
34	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	5	2	33
35	4	3	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	36
36	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	43
37	4	3	4	3	4	5	5	5	4	3	3	5	48

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

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, 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	3	3	4	4	3	43
78	5	4	4	3	3	5	3	4	4	3	3	4	45
79	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	45
80	5	4	3	3	3	5	4	3	5	4	3	3	45
81	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	53
82	5	5	5	3	3	5	3	5	5	4	3	5	51
83	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	2	5	53
84	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	51

No	LOYALITAS PELANGGAN										Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
35	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	35
33	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	33
35	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	35
36	4	3	4	5	4	3	3	4	3	3	36
39	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	39
28	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	28
32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
32	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	32
34	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
34	4	2	4	4	4	2	4	3	3	4	34
42	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	42
34	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	34
25	4	3	3	4	3	3	1	2	1	1	25
46	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	46
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	2	4	5	3	2	3	3	3	3	32
28	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28
33	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	33
23	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	23
35	3	3	4	5	3	3	3	4	4	3	35
28	3	3	2	3	4	3	2	2	4	2	28
39	3	4	4	5	5	4	4	3	3	4	39
33	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
34	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	34
31	3	4	3	4	4	4	2	2	3	2	31
33	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	33



**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.

28	4	3	3	5	4	3	4	4	3	4	37
29	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	42
30	4	3	4	5	5	3	3	3	3	3	36
31	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	35
32	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	36
33	3	4	5	5	4	4	5	4	3	5	42
34	3	2	3	4	4	2	2	2	2	2	26
35	3	3	4	4	4	3	3	5	2	3	34
36	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
37	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	46
38	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	35
39	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	41
40	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
41	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	33
42	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	35
43	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	33
44	4	3	3	5	3	3	3	4	4	3	35
45	4	2	3	4	4	2	3	4	3	3	32
46	4	3	3	4	4	3	3	2	2	3	31
47	4	5	3	4	5	5	3	5	3	3	40
48	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	34
49	4	3	4	3	3	3	5	4	3	5	37
50	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	42
51	4	3	4	5	4	3	3	3	4	3	36
52	4	3	5	3	4	3	3	4	4	3	36
53	3	3	4	5	5	3	3	3	4	3	36
54	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	33
55	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	35
56	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	45
57	5	5	4	5	4	5	4	3	2	4	41
58	4	3	5	5	5	3	3	3	3	3	37
59	1	1	3	5	5	1	1	5	1	1	24
60	2	2	3	3	3	2	4	4	3	4	30
61	3	3	3	4	4	3	3	5	4	3	35
62	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	44
63	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	25
64	4	2	2	4	4	2	2	3	4	2	29
65	4	3	2	3	3	3	2	4	3	2	29
66	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	28



© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

67	4	2	2	4	4	2	3	4	4	3	32
68	3	2	3	4	4	2	2	3	2	2	27
69	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	45
70	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
71	4	5	5	5	4	5	5	4	3	5	45
72	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
73	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	43
74	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	44
75	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	41
76	4	3	4	5	5	3	4	3	5	4	40
77	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
78	4	3	3	4	5	3	4	3	3	4	36
79	3	2	2	3	4	2	4	4	4	4	32
80	4	4	5	5	5	4	3	5	5	3	43
81	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	39
82	4	4	4	5	3	4	5	5	4	5	43
83	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
84	5	5	4	4	5	5	3	4	5	3	43

## LAMPIRAN DOKUMENTASI



© 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.



© 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.



## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul Skripsi dengan judul “**Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah**” yang ditulis oleh:

Nama : Rahmad Setiawan  
NIM : 11625103946  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah di munaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin, 10 Juli 2023  
Waktu : 08.00 WIB  
Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 13 Juli 2023

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

**Dr. Jenita, SE, MM**

Sekretaris

**Devra Devrika Devra, SHL., M.Si**

Penguji I

**Dr. Rozi Andrini, S.E.Sy., M.E**

Penguji II

**Dr. Amrul Muzan, M.Ag**

UIN SUSKA RIAU  
Mengetahui:  
Kabag T.U  
Fakultas Syariah dan Hukum



**Azmiati, S.Ag., M.Si**  
NIP. 19721210 200003 2 003

- 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuah Madani - Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. /Fax 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 19 Juni 2023

: UIN/04/F.I/PP.00.9/4943/2023  
: Bahasa  
: 1 (Satu) Proposal  
: **Mohon Izin Riset**

Kepada Yth.  
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : RAHMAD SETIAWAN  
NIM : 11625103946  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : XIV (Empat Belas)  
Lokasi : CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru, Jl. Soekarno - Hatta No.105,  
RW.15, Sidomulyo Timur, Kec. Marpoyan Damai,  
Kota Pekanbaru, Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :Pengaruh Price Discount Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah.

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan memberikan izin guna terlaksananya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor  
Dekan



Dr. Zulkifli, M. Agf  
NIP.19741006 200501 1 005

Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
Statel 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. Pengutipannya 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.



**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 : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/57435  
 TENTANG



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

1.04.02.01

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perintah Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 100/PP.019/4943/2023 Tanggal 19 Juni 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:


- 1. Nama : **RAHMAD SETIAWAN**
- 2. NIK / KTP : **11625103946**
- 3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
- 4. Jurusan : **S1**
- 5. Alamat : **PEKANBARU**
- 6. Judul Penelitian : **PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU PERSEKUTIF EKONOMI SYARIAH**
- 7. Lokasi Penelitian : **CV. CITA RASA BARU PEKANBARU, JL. SOEKARNO - HATTA NO.105, RW.15 SIDOMULYO TIMUR KEC. MARPOYAN DAMAI KOTA PEKANBARU, RIAU**

dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
 Pada Tanggal : 21 Juni 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

**DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
 PROVINSI RIAU**

UIN SUSKA RIAU

**Lampiran :**

**Ditampilkan kepada Yth :**

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Pimpinan CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang bersangkutan

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

- 1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





**DISTRIBUTOR**

**CV. CITA RASA BARU PEKANBARU**

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

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : 0054/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/57435 tertanggal 23 Juni 2023, maka direktur Distributor CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru dengan ini menerangkan nama dibawah ini:

- 1. Nama : RAHMAD SETIAWAN
- 2. NPM : 11625103946
- 3. MATA KULIAH : EKONOMI SYARIAH
- 4. JURUSAN : SI

Telah kami setuju untuk melakukan pengambilan data dan penelitian dengan judul **"PENGARUH PRICE DISCOUNT TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA CV. CITA RASA BARU PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH"**

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

Pekanbaru, 23 Juni 2023

Direktur

Jumangin



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Diarangi 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 atau hasil penelitian, atau seluruh artikel atau laporan tanpa izin dari UIN Suska Riau.
- 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 KETERANGAN

Journal of Sharia and Law, dengan ini menerangkan bahwa;

Author : Rahmad Setiawan

: [rahmadsetia1@gmail.com](mailto:rahmadsetia1@gmail.com)

Artikel : Pengaruh *Price Discount* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada CV. Cita Rasa Baru Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah

Bimbingan 1 : Ahmad Hamdalah, ME. Sy

Bimbingan 2 : Desi Devrika Devra, SHI., M.Si

submit Artikel ilmiah dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

Surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 23 Juni 2023

An. Pimpinan Redaksi

Hanjah Lubis, ME.Sy

NIP. 198311072019032004

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.

## BIODATA PENULIS



Penulis bernama Rahmad Setiawan, lahir di Rambah Utama pada hari Senin tanggal 1 September 1997. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, putra pertama dari Bapak Sujarni dan Ibu Mujiati.

Adapun riwayat pendidikan yaitu Penulis menamatkan pendidikan dasarnya di SDN 007 Rambah Samo lulus pada tahun ajaran 2009/2010, kemudian penulis melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMPN 1 Rambah Samo lulus pada tahun ajaran 2012/2013, kemudian melanjutkan pendidikan menengah atas di SMAN 2 Rambah Hilir lulus pada tahun ajaran 2015/2016. Setelah menamatkan pendidikan menengah atas, Penulis melanjutkan pendidikannya di UIN SUSKA RIAU program Strata-1 mengambil Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum pada tahun 2016.