

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *ECO-RACING* PT BEST MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

## **SKRIPSI**

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)  
Fakultas Syariah dan Hukum**



**OLEH**

**JAJU AGUSTINA**  
**NIM. 11820524959**

**PROGRAM S 1  
EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU**

**2024 M/1445 H**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

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



PENGESAHAN PERSETUJUAN PEMBIMBING  
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skrripsi dengan judul **Persepsi Masyarakat Desa Keritang Terhadap Multi Level Marketing Pada Member PT.BEST Eco-Racing Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**, yang

dibuat oleh:

Nama : Jaju Agustina

NIM : 11820524959

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 04 Juli - 2023

Pembimbing II

Hairul Amri, M.Ag

NIP: 19730823 2001 12 1 003

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

Pembimbing I

Dewi Rahmatillah, ME.Sy

NIP: 130 20 030

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

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.

## PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *ECO-RACING* PT BEST MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**”, yang ditulis oleh:

Nama : Jaju Agustina  
 NIM : 11820524959  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 14 November 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, 4 Januari 2024**

## TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr.hj. Sofia Hardiani, M.Ag**

Sekretaris  
**Zilal Afwa Ajidin, S.E., M.A**

Penguji I  
**Syamsurizal, S.E., M.Sc.Ak**

Penguji II  
**Wali Saputra, S.E., Ak., M.A**

Mengetahui:

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



**Dr. Zulkifli, M.Ag**

11/01/2024 06 200501 1/005





SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

: Jaju Agustina

: 11820524959

Tg. Lahir : Usul/ 11 Agsutus 2000

: Syariah dan Hukum

: Ekonomi Syariah

: “Persepsi Masyarakat Desa Keritang Terhadap *Multi Level*

*Marketing* Pada Member PT.BEST *Eco-Racing* Menurut Perspektif

Ekonomi Syariah”.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.

Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan-peraturan perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 06 - 11 - 2023

Yang membuat pernyataan

Materai



Jaju Agustina

NIM : 11820524959

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



## ABSTRAK

### Jaju Agustina, (2023) : Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST menurut perspektif ekonomi syariah. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengisian angket. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian sensus dimana jika populasi kurang dari 100 maka sebaiknya diambil seluruhnya sebagai sampel, dan sampel penelitian ini sebanyak 43 orang. Teknik analisa data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabelitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji determinasi, uji persial, uji regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk produk *Eco-Racing* PT BEST adalah baik, maka penulis menarik simpulan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah dengan hasil Variabel Y dipengaruhi sebesar 47,6 % oleh variabel X. Berdasarkan Uji Analisis T dari hasil Loyalitas Pelanggan berdasarkan  $T_{hitung} > T_{table}$  signifikan yaitu Interpretasi Hasil Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 9,077 + 0,664 X$ . Yang berarti antara variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST, Menurut Perspektif Ekonomi Syariah dalam hal ini kualitas produk *Eco-Racing* PT BEST sudah sesuai dengan kualitas produk ekonomi islam, karena setiap produk yang ditawarkan memiliki guna dan mafaat bagi pelanggan/konsumen mereka.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, dan Loyalitas Pelanggan*

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.

**KATA PENGANTAR**

***Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh***

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji hanya milik Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini, shalawat serta salam tidak lupa pula penulis doakan sehingga senantiasa Allah limpahkan kepada Nabiyullah, Muhammad SAW yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang benderang yang penuh pengetahuan seperti sekarang ini.

Skripsi ini berjudul ***“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Eco-Racing PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”*** hasil karya ilmiah yang disusun untuk memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil yang sangat berharga. Oleh karena itu, selayaknya penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Terutama dan teristimewa kedua orang tua, Kepada Ayahanda Jasman dan Ibunda Salmi yang tidak pernah berhenti mendoakan, memotivasi dan memberikan kasih sayang hingga saat ini. Hal yang sama penulis ucapkan kepada kedua saudara kandung penulis kak Rohma Asih, S.Pd dan adik Sasro





**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.

Mai Rija, serta keluarga besar Ayah dan Ibu yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor UIN Suska Riau, Bapak Prof. Dr. HJ. Helmiati, M.Ag, selaku Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, selaku Wakil Rektor II, Bapak Edi Erwan, S.Pt, M.Sc, Ph.D, selaku Wakil Rektor III UIN Suska Riau.
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, Bapak Dr. H. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, M.Si selaku Wakil Dekan II, Ibu Sofia Hardiani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc, Ak, CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah di fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
5. Ibu Madona Khairunisa, S.E.I., M.E.Sy. selaku Penasehat Akademis yang telah memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis dalam perkuliahan.
6. Bapak Deni Rahmatillah M.E.Sy, selaku Dosen Pembimbing I dan Bapak Hairul Amri, M.Ag, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan perbaikan dalam penyempurnaan materi dan sistematika penulisan skripsi ini.
7. Bapak/ Ibu Dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengetahui apa yang belum penulis ketahui.



#### 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
8. Bapak Nazarudin selaku Kepala Desa Keritang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian, Sekretaris Desa Keritang Bapak Desvera Dela Putra, SH serta masyarakat yang telah memberikan bantuan penulis dalam menulis skripsi ini.
  9. Perpustakaan UIN Suska Riau serta seluruh Karyawan dan Karyawati yang telah berjasa memberikan pinjaman buku-buku untuk referensi penulis.
  10. Terkhususnya Dandy Kurniawan terima kasih untuk semua waktunya, selalu ada dalam keadaan apapun, serta tidak pernah bosan dan menyerah untuk memberikan dukungan dan motivasi kepada penulis.
  11. Kepada kak Selvi Okty Reswanti, S.Pd yang banyak membantu penulis, Lesi Sasmita, SE., Nurul Anisa, SE., Wirdah Hasibuan, SE., Cintia Nurul Lita, Intan, SE., Cindy Aprila, Putri Sakinah, SE. serta teman-teman Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2018 lokal A yang memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.

Serta seluruh pihak yang telah banyak membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu oleh penulis. Do'a dan harapan penulis semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dengan kebaikan yang melimpah baik di dunia maupun di akhirat kelak. *Aamiin ya rabal'amin.*

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat kepada semua pembaca. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kelemahan penulis, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Semua itu didasarkan



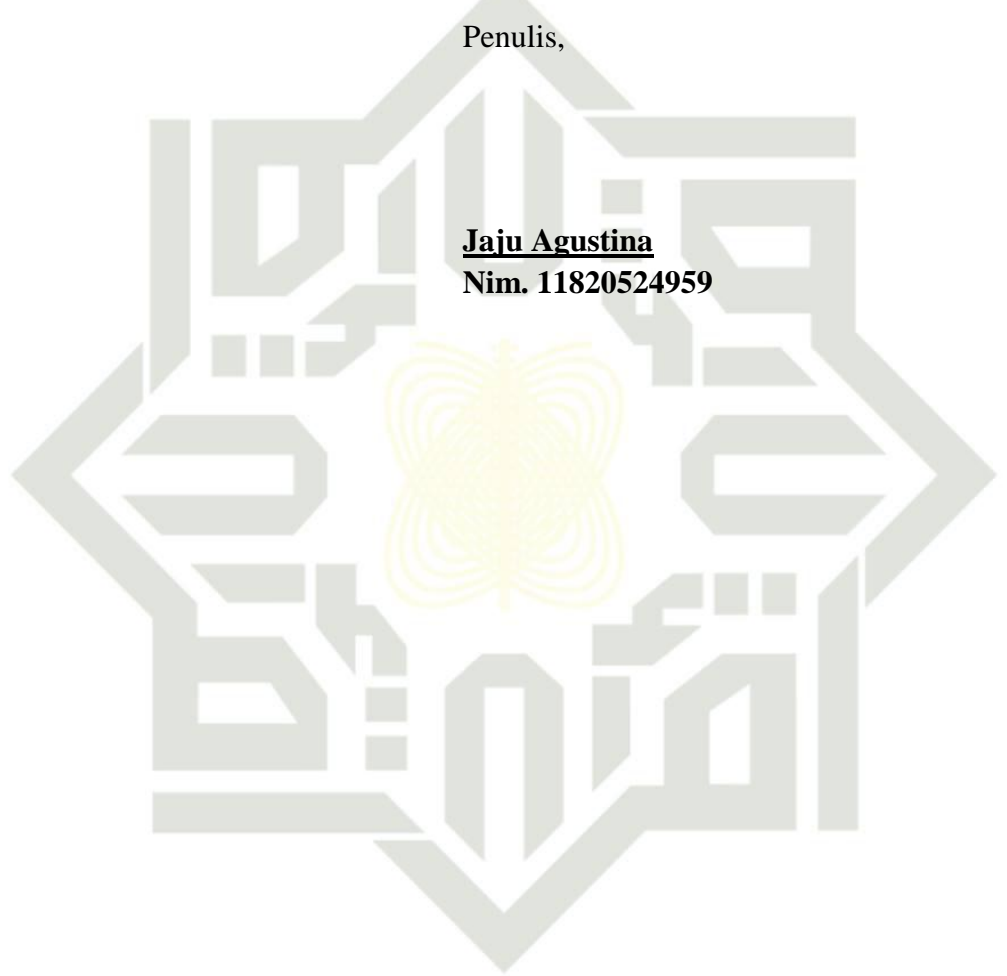
keberbatasan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, mohon kritik dan saran yang membangun sehingga kedepan jauh lebih baik.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pekanbaru, 3 November 2023

Penulis,

**Jaju Agustina**  
**Nim. 11820524959**



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.

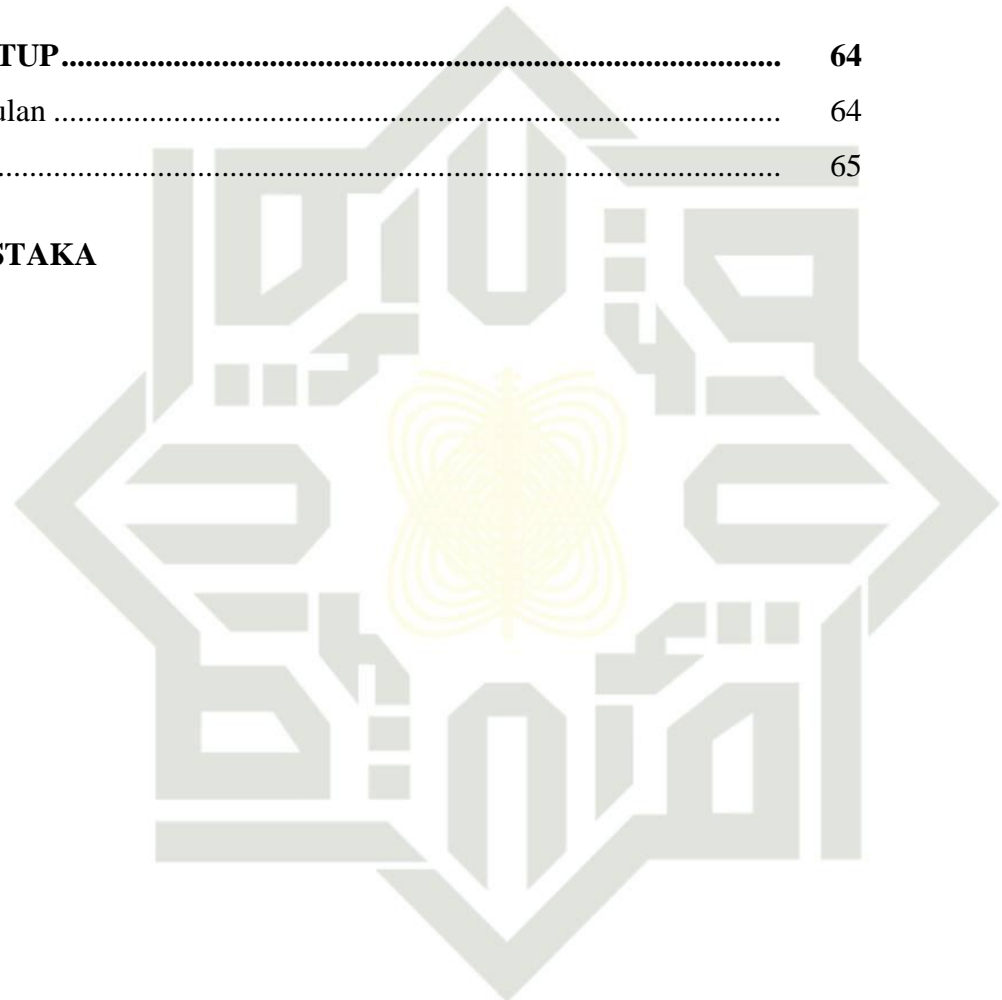
**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
E. Model kerangka Berfikir.....	6
F. Hipotesis Penelitian.....	7
G. Sistematika Punulisan .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>9</b>
A. Kerangka Teoritis.....	9
1. Kualitas Produk .....	9
2. Loyalitas Pelanggan .....	17
3. PT BEST .....	23
B. Penelitian Terdahulu .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	31
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Sumber Data.....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	34
G. Overasional Variabel.....	35
H. Metode Analisis Data.....	36
I. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	40

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
A. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk <i>Eco-Racing</i> PT BEST.....	45
B. Hasil Penelitian Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Menurut Tinjauan Ekonomi Syariah.....	59
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	







**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

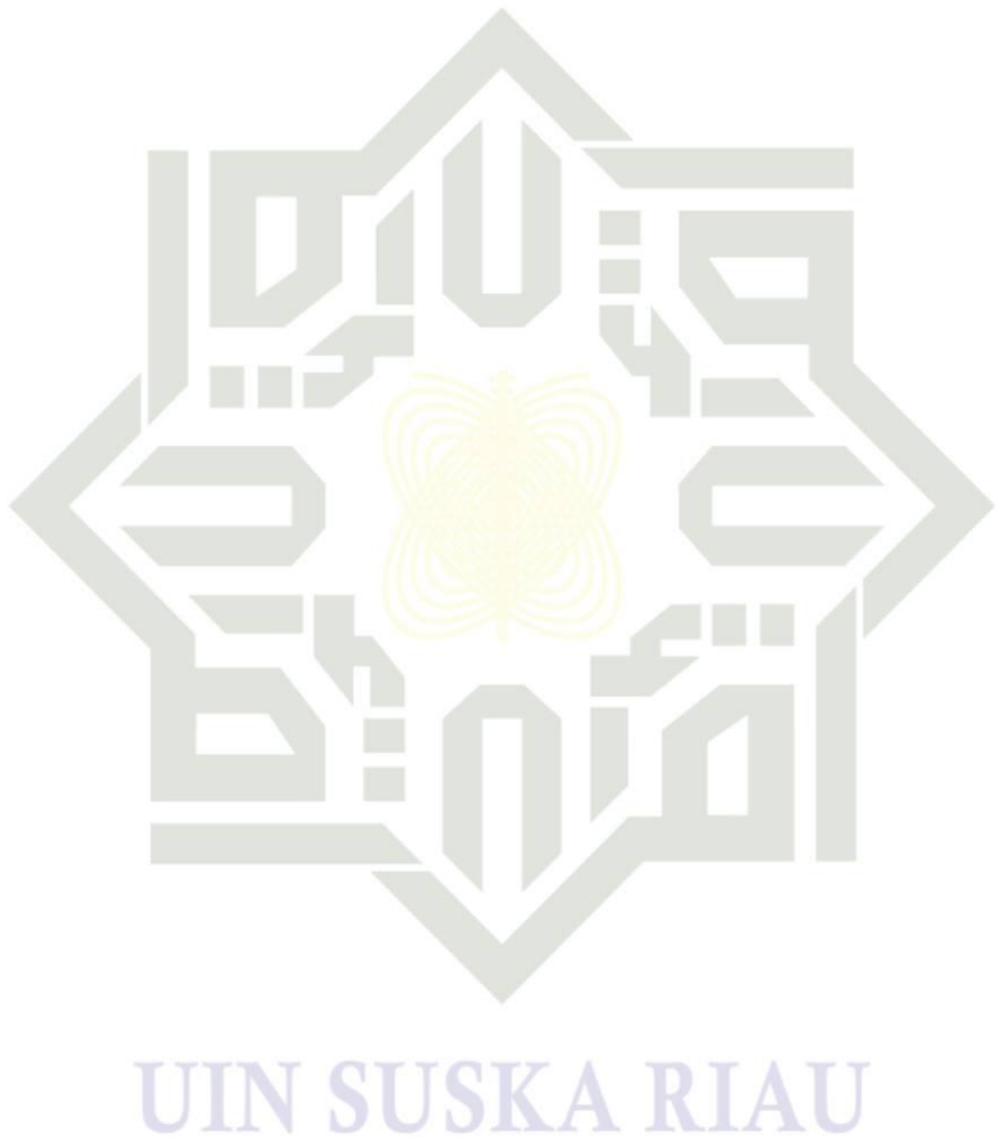
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel III.2	Overasional Variabel.....	32
Tabel III.3	Potensi Prasarana dan Sarana.....	38
Tabel III.4	Sarana Pendidikan.....	39
Tabel III.5	Prasarana Peribadatan.....	39
Tabel III.6	Prasarana Kesehatan.....	39
Tabel IV.7	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> sangat mudah digunakan ....	42
Tabel IV.8	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> nyaman untuk digunakan ...	43
Tabel IV.9	Saya merasa penampilan produk <i>Eco-Racing</i> sangat menarik	43
Tabel IV.10	Saya merasa harga produk <i>Eco-Racing</i> sesuai dengan kualitas	44
Table IV.11	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> lebih unggul daripada produk lain .....	45
Table IV.12	Saya merasa tidak ingin beralih ke produk lain selain produk <i>Eco-Racing</i> .....	45
Table IV.13	Saya sangat percaya bahwa produk <i>Eco-Racing</i> sangat membantu dalam menghemat bahan bakar kendaraan .....	46
Table IV.14	Saya membeli produk <i>Eco-Racing</i> secara berulang .....	47
Table IV.15	Saya tidak ragu merekomendasikan produk <i>Eco-Racing</i> kepada orang lain .....	47
Table IV.16	Saya merasa puas menggunakan produk <i>Eco-Racing</i> .....	48
Table IV.17	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan dalam menggunakan produk <i>Eco-Racing</i> .....	49
Tabel IV.18	Hasil uji validitas variabel kualitas produk (X) .....	49
Table IV.19	Hasil uji validitas variabel loyalitas pelanggan (Y) .....	50
Table IV.20	Hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk (X) .....	51
Table IV.21	Hasil uji reliabilitas variabel loyalitas pelanggan (Y) .....	51
Table IV.22	Hasil uji heteroskedasitas .....	53
Table IV.23	Hasil uji T persial .....	53
Table IV.24	Hasil uji Keofisien Determinasi .....	54
Table IV.25	Hasil uji regresi linier sederhana .....	55

## DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1	Struktur Organisasi Desa Keritang .....	40
Gambar IV.2	Hasil Uji Normalitas .....	52



- 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 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Hal ini dapat dilihat dengan munculnya pengusaha-pengusaha atau pelaku bisnis yang baru. Persaingan bisnis yang ketat seperti saat ini membuat pelaku bisnis selalu berusaha untuk mempertahankan usahanya dan bersaing untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Pertumbuhan yang selalu meningkat dari waktu ke waktu selalu diharapkan oleh pelaku bisnis. Berbagai cara dilakukan oleh pelaku bisnis agar usaha yang dijalankan tetap bertahan di tengah-tengah persaingan yang ada.<sup>1</sup>

Salah satu bagian penting dalam perusahaan adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggannya agar pelanggan tersebut mempunyai rasa loyal terhadap perusahaan, umumnya perusahaan harus dapat menjaga dan harus meningkatkan kualitas produk mereka dibandingkan dengan pesaing dan juga perusahaan harus terus memberikan pelayanan terbaik mereka agar pelanggan merasa hak mereka sebagai konsumen terpenuhi. Semua hal itu dilakukan dalam upaya untuk mendapatkan rasa setia dari pelanggan. Kualitas produk (*product quality*) menurut Kotler dan Armstrong adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil, kualitas produk juga merupakan senjata strategi potensial untuk mengalahkan pesaing.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Mancana Jaya Cemerlang, 2006), h.13.

<sup>2</sup> Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Marketing an Introducting Prentice Hall*. Edisi ke-12, 244.



**Hak Cipta Diindungi Undang-Undang**

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

Menjaga kualitas produk maka perusahaan akan data terus bersaing dan bahkan akan menungguli saingannya dibisnis yang sama. Menurut Kotler dan Keller kualitas produk adalah kemampuan suatu barang atau produk dari perusahaan untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai ekspektasi dan bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan.<sup>3</sup> Maka dari itu perusahaan dalam hal ini PT BEST harus konsisten dan menjaga kualitas produk-produknya untuk menarik konsumen baru dan menjaga agar pelanggan mereka tetap setia menggunakan produk PT BEST.

Kualitas produk adalah salah satu hal yang sangat penting. Pada dasarnya kualitas adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau yang memenuhi atau melampaui harapan para konsumen, dalam usaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.<sup>4</sup> Pada era globalisasi di saat kompetisi di bidang usaha semakin ketat, perusahaan-perusahaan harus mempunyai strategi pertahanan untuk mempertahankan konsumen melalui kualitas produk yaitu waktu penyerahan lebih cepat, layanan lebih baik daripada pesaingnya dan empati yang tinggi kepada pelanggan agar bisa ikut dalam persaingan.

Islam adalah salah satu agama yang dianut oleh penduduk dunia dimana di dalam ajarannya sangat mendorong kemajuan teknologi, termasuk berbagai jenis inovasi dalam sistem perdagangan. Namun demikian, berbagai jenis dan cara berdagang harus benar-benar dikaji kesesuaiannya dengan

<sup>3</sup> Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, jilid 2 terjemah bob Saban, MM, (Jakarta: Erlangga), h.143.

<sup>4</sup> Murdifi Hmaing dan Mahfud Nurnajamuddi, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, (Jakarta: Bumi Askara, 2007), h.103.

**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.

prinsip-prinsip syariah dalam bermuamalah seperti firman Allah SWT dalam QS. An-Nisa ayat 29:<sup>5</sup>

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ  
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*<sup>6</sup>

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah mengharamkan orang beriman untuk memakan, memanfaatkan, menggunakan, (dan segala bentuk transaksi lainnya) harta orang lain dalam bentuk batil, yaitu yang tidak dibenarkan oleh syariat islam. Kita boleh melakukan transaksi terhadap harta orang lain dengan jalan perdagangan dengan asas saling ridha, saling ikhlas. Dan dalam ayat ini Allah juga melarang untuk bunuh diri, baik membunuh diri sendiri maupun saling membunuh. Dan Allah menerangkan semua ini sebagai wujud dari kasih sayang-Nya, karena Allah Maha Kasih Sayang kepada hamba-Nya.

Dengan keadaan lingkungan bisnis yang semakin turbulen, arus informasi yang tanpa batas yang membanjirinya produk sejenis di pasar, loyalitas pelanggan menjadi semakin bernilai. Bukan saja karena biaya mempertahankan pelanggan lama lebih murah daripada mengakuisi pelanggan baru sebagaimana telah dipahami selama ini namun juga karena reward yang

<sup>5</sup> Desy Astrid Anindya, Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wausaha Di Desa Delitu Kecamatan Delitua, Jurnal At-Tawassuth, 2017, Vol. II No. 2, h. 391

<sup>6</sup> Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, QS. 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.

dinikmati perusahaan secara kumulatif dari seorang pelanggan yang loyal sangat besar.<sup>7</sup>

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Pelanggan yang mempunyai loyalitas tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, dan tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain. Loyalitas pelanggan menurut Sheth dan Mittal dalam buku pemasaran jasa dan Tjiptono adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau perusahaan berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang atau langganan yang konsisten.

Salah satu upaya yang dilakukan PT BEST dalam menghadapi persaingan adalah dengan memasarkan produknya melalui member yang produknya langsung dari perusahaan tanpa perantara, dan memproduksi produksi kualitas produk dengan kualitas tinggi dan membuat seminar-seminar menjelaskan tentang produk dengan mengedepankan kualitas produk yang tinggi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. PT BEST menawarkan berbagai macam produk salah satu produknya yaitu produk *Eco-Racing*.

Dengan demikian seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan belum diketahui secara pasti untuk itu dari uraian penjelasan diatas, maka penulis tertarik ingin meneliti lebih dalam mengenai

***“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Eco-Racing PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.***

<sup>7</sup> Jacky Mussry, etc, *Markplus on Marketing*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007), h.133.





**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## B. Batasan Masalah

Pembatasan masalah bertujuan untuk lebih memfokuskan kajian yang akan dilaksanakan sehingga tujuan penelitian tercapai dalam waktu yang singkat dan terkontrol dengan baik. Adapun sebagai batasan masalah dalam penelitian Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Eco-Racing PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas dapat dirumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan pada skripsi ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap kualitas produk dan loyalitas pelanggan?

## D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST.
- b. Untuk Bagaimana tinjauan Ekonomi Syariah terhadap kualitas produk dan loyalitas pelanggan.

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

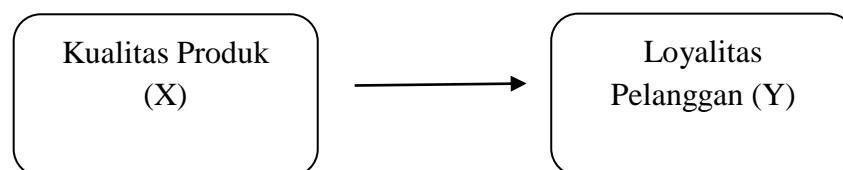
## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan bagi akademisi, memberikan sumbangsih pengetahuan dan penilaian terhadap Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Eco-Racing PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.
- c. Hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi member (pebisnis) serta masyarakat sebagai bahan masukan dan dapat memberikan informasi serta saran yang kiranya dapat meningkatkan sistem bisnis yang ada.

## E. Model Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir adalah kerangka yang dibuat secara ilmiah bertujuan memudahkan cara berfikir tentang masalah yang akan dibahas. Kerangka berfikir dihasilkan oleh variabel dependen atau variabel terikat dan variabel independen atau variabel bebas. Adapun kerangka berfikir yang terbentuk dari variabel dependen dan independen pada penelitian ini adalah seperti yang tertera pada gambar berikut:





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.<sup>8</sup> Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini berkaitan dengan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel X dan variabel Y, dimana variabel nol ( $H_0$ ) yaitu suatu hipotesa tentang tidak adanya hubungan, umumnya diformalisasikan untuk ditolak, sedangkan hipotesa alternatif ( $H_a$ ) merupakan hipotesa yang diajukan peneliti dalam penelitian ini, masing-masing hipotesa tersebut dijabarkan sebagai berikut:

$H_0$  : Kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

$H_a$  : Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan loyalitas pelanggan.

## G. Sistematika Penulisan

Rangkaian sistematika penelitian terdiri dari lima bab, masing-masing bab diperinci lagi menjadi beberapa sub-sub yang saling berhubungan antara satu dan lainnya. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

<sup>8</sup> Arfida, *Ekonomi Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), hlm.51.





Bab Satu Pendahuluan, terdiri dari: Latar Belakang Masalah, Batasan Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Dan Manfaat Penelitian, Model Kerangka Berfikir, Hipotesis Penelitian dan Sistematika Penulisan.

Bab Dua Kajian Teori, Menyajikan Kerangka Teoritis Mengenai Penelitian Pengertian Kualitas Produk, Loyalitas Pelanggan, PT BEST Dan Penelitian Terdahulu.

Bab Tiga Metode Penelitian, Mengemukakan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Subjek Dan Objek Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Operasional Variabel, Metode Analisis Data dan Deskripsi Lokasi Penelitian.

Bab Empat Hasil Penelitian Dan Pembahasan, Akan Diulas Rumusan Masalah, Yang Terdiri Dari pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST dan tinjauan Ekonomi Syariah terhadap kualitas produk dan loyalitas pelanggan.

Bab Lima Penutup, Bab Ini Adalah Bab Terakhir Yang Berisikan Tentang Kesimpulan dan 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.

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

### KAJIAN TEORI

#### A. Kerangka Teoritis

##### 1. Kualitas Produk

###### a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas adalah kemampuan untuk menghasilkan produk yang sempurna pada percobaan pertama serta keunggulan atas keseluruhan produk. Produk adalah segala sesuatu yang akan ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian pelanggan, dan pelanggan tersebut membelinya sehingga memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>9</sup> Kualitas produk adalah keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan yang didasarkan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan secara tersirat dalam memenuhi konsumen.<sup>10</sup> Sehingga kualitas produk adalah suatu bentuk untuk memenuhi harapan pembeli, dimana produk tersebut memiliki kualitas yang telah ditentukan, dan kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah karena selera dan harapan konsumen pada suatu produk tertentu.

Oleh karena itu agar suatu bisnis dapat memperoleh keberhasilan dalam operasi bisnis, kualitas dianggap suatu bagian terpenting dari setiap pesaing strategi pemasaran. Dalam suatu penelitian membuktikan bahwa perusahaan tidak fokus memberikan

<sup>9</sup> Philip Kotler dan Gray Armstrong, *Prinsi-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2001),

<sup>10</sup> Philip Kotler dan Kevin Killer, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009), h.

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

nilai kepada pelanggan dan terlambat menanggapi kebutuhan konsumen akibatnya sangat merugikan ketidakpuasan pelanggan dan menurunkan keuntungan.

Agar perusahaan dapat menghasilkan kualitas produk yang baik dan stabil setiap saat, maka perlu memiliki standar kualitas yang harus dicapainya.<sup>11</sup>

- 1) Mempertimbangkan persaingan dan kualitas produk pesaing. Untuk memperoleh gambaran tentang kualitas produk yang bagaimana harus dihasilkan, agar dapat laku dipasaran maka perusahaan perlu menitikberatkan perhatiannya pada kualitas produk pesaing yang sedang laku dipasaran pada saat itu, sebagai dasar pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan perencanaan standar kualitas.
- 2) Kualitas harus sesuai dengan harga jual. Dalam menetapkan harga jual produk, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk tersebut. Bila produk tersebut mempunyai kualitas yang baik, maka produk tersebut dapat dijual dengan harga yang mahal tersebut disebabkan dengan harga biaya produksi yang tinggi.
- 3) Mempertimbangkan kegunaan produk akhir. Pemakaian produk oleh para konsumen merupakan kegunaan terakhir, sehingga perusahaan perlu mempertimbangkan keinginan konsumen berdasarkan hal ini, maka produk akan dihasilkan adalah yang menurut selera konsumen dan dengan harga terjangkau.

<sup>11</sup> Petir Papilo, *Pengendalian Kualitas Produksi Dan Menurut Hukum Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2010), h.4.





#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Faktor-faktor yang Memengaruhi Kualitas Produk
  - 1) Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.
  - 2) Wujud luar, yaitu wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tapi warna dan pembungkusnya.
  - 3) Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli.<sup>12</sup>
- c. Manfaat Kualitas Produk
  - 1) Meningkatkan reputasi perusahaan. Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas. Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat.
  - 2) Menurunkan biaya. Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas, perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada *customer satisfactoin*, yaitu dengan mendasarkan jenis, tipe, waktu dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan kebutuhan konsumen.

<sup>12</sup> Didik Harjani & Iqbal Arraniri, *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, (Cirebon: Insania, 2021), h.35.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

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

- 3) Meningkatkan pangsa pasar. Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.
  - 4) Dampak internasional. Bila mampu menawarkan produk atau jasa berkualitas, maka selain dikenal dipasar lokal, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima dipasar tradisional.
  - 5) Adanya tanggung jawab produk. Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang dihasilkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan perindistribusian produk tersebut akan memenuhi kebutuhan konsumen.
  - 6) Untuk penampilan produk. Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.
  - 7) Mewujudkan kualitas yang dirasakan penting. Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.<sup>13</sup>
- d. Indikator Kualitas Produk
- 1) Kinerja (performance) merupakan karakteristik dan produk inti (core product) yang dibeli. Misalnya kecepatan, kemudahan dan

<sup>13</sup> Frans Sudirji, et.al., *Analisis Kualitas Produk*, (Padang: Get Press Indonesia), h.3.

#### 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.

kenyamanan dalam penggunaan.

- 2) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut atau ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli akan mempersiapkan kualitasnya dari aspek harga, merek dan iklan.
  - 3) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya pengawasan kualitas dan desain standar karakteristik operasional.
  - 4) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik skunder atau pelengkap.
  - 5) Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk.<sup>14</sup>
- e. Kualitas Produk dalam Pandangan Islam

Produk dan jasa halal dipilih oleh umat muslim sebagai bentuk ketaan terhadap hukum syariat Islam. Meskipun halal sangat berkaitan dengan umat Muslim, bukan berarti konsumen produk halal hanya berasal dari umat Islam saja. Kualitas produk halal, atau biasa dikenal dengan Halalan Thoyyiban menjadi alasan umat non muslim untuk menggunakan produk-produk halal. Karena terdapat jaminan

<sup>14</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Andi Ofset, 2007), h.16.



kenersihan, kemandirian dan kualitas produk untuk keseluruhan rantai produksi (From farm to plate). Ayat Al-Quran menjelaskan konsep halal dan haram.<sup>15</sup>

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu atau kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan agar tetap bermutu baik.<sup>16</sup>

Dalam QS. Al-Baqarah: 168 yang berbunyi

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”.<sup>17</sup>

Maksud ayat ini menurut ahli tafsir yaitu Al-Sa’id menjelaskan bahwa tunjukan (*khithab*) ayat ini sebagai seruan yang ditunjukkan kepada seluruh manusia, baik mukmin maupun kafir. Demikian Muhammad ‘Ali al-shabuni pun memahami ayat tersenut dengan pemahaman yang sama menjadi khithab ayat tersebut adalah umum. Yaitu untuk semua manusia agar mereka mengkonsumsi yang Allah telah halalkan bagi mereka. Sedangkan menurut Ahli Ekonomi, terbaca dengan jelas ayat diatas, perintah untuk mengambil hanya yang halal

<sup>15</sup> Arif Sabta Aji, et.al., *Ekonomi Islam dan Penguatan Keuangan Ekonomi Global*, (Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023), h.117.

<sup>16</sup> Indriyono Gritosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), h.139.

<sup>17</sup> Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, QS. Al-Baqarah (2) : 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.

saja dan larangan mengikuti langkah-langkah setan. Implementasinya mengambil yang tidak halal, artinya mengambil langkah setan.

Kualitas produk merupakan sejumlah perangkat atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk (barang atau jasa) serta bertujuan digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Produk yang baik adalah produk yang diciptakan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang memiliki karakter produk itu sendiri. Hal ini telah di jelaskan melalui firman Allah SWT dalam Qs. An-Naml : 88

وَتَرَى الْجِبَالَ تَحْسَبُهَا جَامِدَةً وَهِيَ تَمُرُّ مَرَّ السَّحَابِ ۗ صُنْعَ اللَّهِ الَّذِي أَتَقَنَ كُلَّ شَيْءٍ ۗ إِنَّهُ خَبِيرٌ بِمَا تَفْعَلُونَ

Artinya : “ Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap ditempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. (Begitulah) perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu, sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”<sup>18</sup>

Maksud dari ayat di atas adalah dalam memproduksi suatu barang harus benar-benar diselesaikan secara teliti sehingga mencapai kualitas yang sempurna. Serta sebaik-baiknya Allah telah menciptakan segala sesuatu langit dan bumi seisinya dengan kualitas sempurna, suatu produk akan dikatakan produk yang baik apabila memiliki kualitas sempurna. Sehingga sebagai produsen kita harus benar-benar memperhatikan produk yang akan kita ciptakan nantinya telah sesuai

<sup>18</sup> Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, QS. An-Naml (27) : 88

#### 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.



atau tidak dengan kebutuhan konsumen. Kembali menelaah kekurangan-kekurangan apa yang ada di dalam produk sebelum di pasarkan kepada konsumen, agar kepuasan konsumen juga terpenuhi terhadap pembelian produk yang kita ciptakan. Hal ini juga di jelaskan dalam hadist dalam sabda Rasulullah SAW yaitu :

*“Sesungguhnya yang halal itu jelas, dan yang haram itu jelas, dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (samar-samar, belum jelas) yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang.”*  
(Hadits Riwayat al-Bukhari dan Muslim).

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa bisnis dalam Islam adalah bisnis yang memiliki tujuan mendapatkan hasil yang halal dan berkah, yang dimaksud dalam penjelasan diatas yaitu bisnis yang tidak menipu yang nantinya akan mengecewakan konsumen. Dalam Ekonomi Syariah barang berkualitas dalam Islam yaitu barang yang berbilang, dalam artian halal, baik (berdaya guna) dan kualitasnya terpercaya. Selain bernilai barang tersebut bermanfaat, karena dalam ekonomi syariah produk yang berkualitas tidak hanya menghasilkan keuntungan secara utilitas saja namun juga memberikan kemaslahatan. Secara filosofis produk dinyatakan dalam dua istilah yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *al-tayyibat* merujuk pada sesuatu yang baik, sesuatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi oleh Allah SWT. Memproduksi barang kita

#### 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 Diindungi Undang-Undang

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

harus memperhatikan kualitas produk tersebut sehingga nantinya produk tersebut dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya dan diberkahi oleh Allah SWT. Pada akhirnya kualitas produk dalam pandangan ekonomi syariah ialah untuk kemanfaatan mencapai Falah yang memang merupakan tujuan dari ekonomi syariah yaitu mewujudkan kesejahteraan umat manusia.<sup>19</sup>

Pengukuran produk yang berkualitas menurut Islam adalah mencakup beberapa hal sebagai berikut:<sup>20</sup>

- 1) Bernilai, dalam artian memproduksi dalam batasan-batasan yang halal.
- 2) Manfaat, membuat produk yang berkualitas demi kepentingan dan kebutuhan orang banyak, bukan hanya semata-mata untuk memperkaya diri sendiri.

## 2. Loyalitas Pelanggan

### a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan merupakan suatu yang sangat diperlukan oleh perusahaan. Dari kacamata para ahli terjadi perbedaan pandangan tentang konsep loyalitas tersebut. walaupun terjadi perbedaan pandangan, intinya tetap mengarah pada sikap pelanggan yang lebih mengutamakan produk tertentu dibandingkan dengan produk lainnya atau yang dikenal dengan perilaku untuk berniat membeli pada produk

<sup>19</sup> Wahyu Akbar, Jefry Tarantang, dan Elda Mirnawati, *Tinjauan Ekonomi Syariah atas Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal di Kota Palangka Raya*, jurnal JAEM, 2021, Vol. 1 No. 1. h. 97.

<sup>20</sup> M. Syakir Sula, *Syariah Marketing*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2006), h.201.

#### 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.

yang bersangkutan (*behavior intention*). Perbedaan pandangan tersebut justru memperkaya tentang *performance* loyalitas karena mereka memandang dari berbagai sisi yang berbeda.<sup>21</sup>

Loyalitas pelanggan mencerminkan niat berperilaku konsumen atas produk atau jasa, dan perilaku tersebut kemungkinan menghasilkan pembelian ulang dimasa yang akan datang atau perubahan kontrak jasa atau sebaliknya, perilaku ini juga menggambarkan seberapa mungkin pelanggan akan beralih ke penyedia layanan atau merek lainnya, serta seberapa mungkin pelanggan akan memberikan informasi yang positif kepada pihak lain<sup>22</sup>

#### b. Tahapan Loyalitas Pelanggan

- 1) The *Courtship*, pada tahapan ini hubungan yang terjalin antara perusahaan dengan pelanggan terbatas pada transaksi, pelanggan masih mempertimbangkan produk dan harga. Apabila penawaran produk dan harga yang dilakukan pesaing lebih baik maka mereka akan berpindah.
- 2) The *Relationship*, pada tahapan ini tercipta hubungan yang erat antara perusahaan dengan pelanggan. loyalitas yang terbentuk tidak lagi didasarkan pada pertimbangan harga dan produk, walaupun tidak ada jaminan konsumen akan melihat produk pesaing.
- 3) The *Marriage*, pada tahapan ini hubungan jangka panjang telah

<sup>21</sup> I Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja Kusuma, *Konstruksi Kepuasan untuk Loyalitas Pelanggan: Konsep, Skala dan Aplikasi*, (Bali: Intelektual Manifes Media: 2023), h.201.

<sup>22</sup> Astrid Puspaningrum, *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, (Malang: Media Nusa Kreatif, 2017), h.76.

#### 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.

tercipta dan keduanya tidak dapat dipisahkan. Pelanggan akan terlibat secara pribadi dengan perusahaan dan loyalitas tercipta seiring dengan kepuasan pelanggan perusahaan dan ketergantungan pelanggan. Tahapan marriage yang sempurna diterjemahkan kedalam Advote customer yaitu pelanggan yang merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain dan memberikan masukan kepada perusahaan apabila terjadi ketidakpuasan.<sup>23</sup>

#### c. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan

##### 1) Tanpa Loyalitas (*No Loyalty*)

Berdasarkan alasan tertentu pelanggan, mungkin tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Perusahaan harus menghindari membidik para pembeli jenis ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan loyal, mereka hanya memberikan kontribusi terhadap keuangan perusahaan.

##### 2) Loyalitas yang Lemah (*Spurious Loyalty*)

Pelanggan yang memiliki loyalitas yang lemah terhadap perusahaan maka mereka akan membeli karena kebiasaan. Ketertarikan yang rendah dikombinasikan dengan pembelian berulang yang tinggi akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Pembeli jenis ini merasa tingkat kepuasan tertentu dengan

<sup>23</sup> Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h.90.



#### 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 atau minimal tiada kepuasan yang nyata. Loyalitas ini paling umum terjadi pada produk yang sering dibeli.

#### 3) Loyalitas Tersembunyi (*Latent Loyalty*)

Tingkat preferensi yang tinggi dihubungkan dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas yang tersembunyi maka menentukan pembelian berulang adalah pengaruh situasi bukan sikap. Dengan memahami factor situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi, maka perusahaan dapat menggunakan strategi untuk mengatasinya.

#### 4) Loyalitas Premium (*Premium Loyalty*)

Loyalitas yang paling dapat ditingkatkan. Loyalitas ini terjadi bila ada tingkat ketertarikan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Ini merupakan loyalitas yang disukai untuk semua pelanggan disetiap perusahaan. Pada tingkat preferensi yang paling tinggi tersebut membuat orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk tertentu dan senang berbagi pengetahuan mereka dengan rekan dan keluarga.<sup>24</sup>

#### d. Indikator Loyalitas Pelanggan

- 1) Retention (kekuatan produk) yaitu ketahanan atau kekuatan pendirian terhadap produk kompetitor, kekurangan, isu negatif ataupun hal lain yang berkaitan dengan produk atau jasa.
- 2) Trust (kepercayaan) pelanggan memiliki kepercayaan yang tinggi

<sup>24</sup> La Ode Almana, etc., *Tingkat Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*, (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018), h.37.

**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.

terhadap suatu produk atau jasa.

- 3) Repeat purchase (membeli secara berkali-kali) pelanggan sangat setia dan terus melakukan pembelian secara berulang-ulang.
  - 4) Referrals (mengajak orang lain untuk membeli) pelanggan tidak ragu untuk merekomendasikan dan mempromosikan produk atau jasa ke orang lain secara sukarela.
  - 5) Satisfaction tingkat kepuasan pelanggan sangat tinggi setiap kali menggunakan produk atau jasa.
  - 6) History of experience sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut.<sup>25</sup>
- e. Loyalitas Pelanggan dalam Pandangan Islam

Loyalitas islam dalam perspektif islam adalah perasaan setia pelanggan kepada perusahaan yang didasarkan atas perasaan setia kepada Allah dan Rasulullah. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dalam perspektif islam, selain tidak sekedar hanya memiliki perasaan setia dengan perusahaan tanpa suatu alasan apapun, akan tetapi lebih didasarkan karena perusahaan setia kepada Allah dan Rasulullah.<sup>26</sup>

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya.

<sup>25</sup> Vanessa Gaffar, *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h.56.

<sup>26</sup> Moh Nasuka, *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, (Jepara: UINSU Press, 2021), h. 12.

#### 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.

Begitu juga dalam hal muamalah, setiap muslim harus qana'ah mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak sesuai dengan syariah, walaupun dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak dan untuk menghidupi keluarga. Dalam QS. At-Taubah: 59 dijelaskan bahwa:

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولُهُ إِنَّا إِلَى اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya: *“Jikalau mereka sungguh-sungguh ridha dengan apa yang diberikan Allah dan Rasul-Nya kepada mereka, dan berkata: “Cukuplah Allah bagi kami, Allah akan memberikan sebagian dari karuniaNya dan demikian (pula) Rasul-Nya, Sesungguhnya kami adalah orang-orang yang berharap kepada Allah”, (tentulah yang demikian itu lebih baik bagi mereka).”<sup>27</sup>*

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan barang ataupun jasa, Islam juga telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan suatu barang yang berkualitas, serta harga yang adil. Pencapaian kualitas yang terbaik pada perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga dengan “Total Islam Quality (TIQ).”

<sup>27</sup> Kemenag RI, Al-Quran dan Terjemah, QS. At-Taubah (9) : 59



Dari ayat diatas dapat diambil intisari bahwa loyalitas perlu dibangun dari diri seorang muslim. Allah pun menyukai orang-orang yang bisa qanaah terhadap semua pilihan yang telah dipilih dan di dapatkannya. Oleh karena itu, pelanggan yang loyal adalah pelanggan yang puas terhadap produk, harga dan lokasi strategis yang diberikan oleh perusahaan yang dikunjungi seorang pelanggan itu, sehingga pelanggan tersebut tetap qana'ah memilih serta menggunakan jasa maupun produk yang disediakan perusahaan yang dipilihnya. Dengan sikap loyal seorang konsumen ataupun pelanggan tersebut akan membentuk sikap pelanggan untuk merekomendasikan sebuah produk ataupun jasa dari perusahaan yang pernah dikunjungnya kepada orang lain.

### 3. PT BEST

PT Bandung Eco Sinergi Teknologi (PT BEST) adalah perusahaan penjualan langsung (*Direct Selling*) yang memasarkan produk-produk berkualitas dan sangat dibutuhkan oleh masyarakat. PT BEST Eco Racing berdiri pada tanggal 17 Mei 2017, perusahaan ini dikenal sebagai *Multi Level Marketing* (MLM). PT BEST ini memiliki legalitas yang lengkap dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia sejak Desember 2019 dengan NIB 8120001761974 serta telah terdaftar sebagai anggota Asosiasi Perusahaan Penjualan Langsung Indonesia (AP2LI).<sup>28</sup>

<sup>28</sup> <https://best-world.id/tentangperusahaan/>, diakses pada 21 Juli 2023

#### 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.

Perusahaan ini dikenal karena menjual obat penghemat BBM dengan merek Eco Racing. Maka tidak mengherankan jika perusahaan ini lebih dikenal dengan nama PT BEST Eco Racing. PT BEST berkomitmen untuk menjalankan program pemasaran dengan sistem Syariah sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah.

Sekarang, PT BEST Eco Racing telah memiliki banyak produk yang dapat dibedakan ke dalam kategori pupuk, suplemen, kosmetik & skincare, serta aditif bahan bakar.<sup>29</sup> Produk-produk dari PT Bandung Eco Sinergy Teknologi ini telah mendapatkan label Halal dari MUI Jawa barat.

Salah satu produk dari perusahaan ini adalah produk *Eco-Racing*. *Eco-Racing* adalah sebuah produk inovasi terbaru yang ditemukan oleh lulusan alumni ITB Bandung karya anak bangsa dan di teliti sudah lebih dari 10 tahun lebih lamanya. Bahkan produk *Eco-Racing* ini sudah lulus uji dari berbagai laboratorium seperti Petrolab dan Lemigas. Dengan berbagai manfaat yaitu bias menghemat penggunaan bahan bakar pada kendaraan. Bias membersihkan mesin dan juga menjaga performa dari kendaraan sekaligus sebagai *Support System* yang membantu mitra-mitra usahanya berkembang.

Manfaat dari produk *Eco-Racing*:

- 1) Eco racing terbuat dari 100% bahan organik.

<sup>29</sup> <https://www.otonesia.com/barita/read/5166865/profil-pt-best-eco-racing-perusahaan-yang-dikenal-jual-obat-penghemat-bbm>, diakses pada 21 Juli 2023

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

- 2) Hasil penelitian oleh seorang sarjana ITB selama 10 tahun.
- 3) Uji dynotest oleh Tabloid MotorPlus. d. Telah melalui uji emisi di Dishub kota Bandung dan Dishub kotakota besar lainnya di Indonesia, terbukti mengurangi emisi kendaraan hingga 100%.
- 4) Telah melalui uji coba lab:
  - a) ASTM D 2699 (Octane Number Test)
  - b) ASTM D 5185 (Lead Content Test)
  - c) ASTM D 2622 (Sulphur Content Test)
  - d) ASTM D 130 (Copper Strip Corrosion Test)

Kinerja dan manfaat dari Eco Racing:

- 1) Meningkatkan kualitas BBM
  - a) Meningkatkan 5 – 10 RON (bensin)
  - b) Meningkatkan 2 – 5 CN (solar)
- 2) Memberikan perawatan mesin
  - a) Membersihkan kerak Busi, tangki, ruang bakar bersih
  - b) Melindungi mesin dari gesekan (dengan nano teknologi)
- 3) Menyempurnakan pembakaran
  - a) Menghilangkan Knocking (nglitik)
  - b) Menambah tenaga dan akselerasi
- 4) Menghemat biaya pengeluaran
  - a) Menghemat BBM hingga 50%
  - b) Memperpanjang usia pakai oli hingga 3x lipat
- 5) Ramah lingkungan



- a) Menghilangkan polusi gas CO hingga 100%
- b) Menghilangkan polusi gas sulfur (SO<sub>2</sub>) hingga 99%



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau kajian pustaka merupakan hal yang sangat bermanfaat untuk menjadi perbandingan dan acuan yang memberikan gambaran terhadap hasil-hasil penelitian terdahulu menyangkut Penjualan Berjenjang ini disadari untuk melakukan penelitian perlu ada suatu bentuk hasil penelitian terdahulu yang dijadikan referensi pembanding dalam penelitian, untuk itu pada bagian ini akan diberikan penjelasan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan rencana penelitian ini :

**Tabel II.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Diyah Anggraeni, 2021 “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian <i>Smartphone</i> Oppo dan Samsung di Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam”.	Kuantitatif	Deain dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian <i>Smartphone</i> Oppo dan Samsung di Kota Bandar lampung serta secara keseluruhan baik desain, kualitas produk dan keputusan pembelian telah sesuai dengan konsep ekonomi Islam. <sup>30</sup>
2.	Noorrohmah, 2019 “Pengaruh Kualitas	Kuantitatif	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan

<sup>30</sup> Diyah Anggraeni, “Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo dan Samsung di Kota Bandar Lampung dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2021)

## 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.

	Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen di Pand's Muslim Departement Store Cabang Semarang”.		terhadap loyalitas konsumen dengan besar pengaruhnya adalah 42,2%, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan besar pengaruhnya adalah 10,2%, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan besar pengaruhnya 5,2%. <sup>31</sup>
3.	Dedek Wirda Fonna, 2019 “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dikaji dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Survei pada Pelanggan Produk Busana Muslim Toko Ija Kroeng di Banda Aceh)”.	Kuantitatif	Kinerja, pelayanan, keistimewaan, keandalan, estetika, kesan kualitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dalam membeli ptdok busana muslim toko <i>Ija Kroeng</i> di Banda Aceh <sup>32</sup>
4.	Arief Arrohman, 2018 “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk <i>Fan Elektrik</i> terhadap	Kuantitatif	Harga (X1) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sedangkan kualitas produk (X2) tidak berpengaruh

<sup>31</sup> Boorohmah, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen di Pand's Muslim Departement Store Cabang Semarang”, (Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019)

<sup>32</sup> Dedek Wirda Fonna, “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dikaji dalam Perspektif Ekonomi Syariah: Survei pada Pelanggan Produk Busana Muslim Toko *Ija Kroeng* di Banda Aceh”, (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, 2019)



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam”.		terhadap loyalitas pelanggan dan F hitung sebesar 6,426 > F tabel sebesar 3,15 yang berarti terdapat pengaruh simultan antara harga dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan. Besarnya koefisien determinasi $R^2$ dari kedua variabel tersebut adalah 17,4% variasi dependen. <sup>33</sup>
5. Alif Khansa Putri, 2017 “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam”.		Semua variabel yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan nilai t hitung sebesar 2,015 dengan sig. t sebesar 0,047 ( $p < 0,05$ ) kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 2,002 dengan sig. t terbesar 0,049 ( $p < 0,05$ ), dan harga dengan nilai t hitung sebesar 2,892 dengan sig. t sebesar 0,005 ( $p < 0,05$ ). <sup>34</sup>

<sup>33</sup> Arief Arrohman, “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Fan Elektrik terhadap Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018)

<sup>34</sup> Alif Khansa Putri, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Bangun Drajat Warga Yogyakarta Perspektif Ekonomi Islam”. (Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2017)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah di tetapkan.<sup>35</sup>

#### B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini beralamat di Desa Keritang, Kecamatan Kemuning, Kabupaten Indragiri Hilir. Alasan penulis memilih tempat ini adalah karena karena banyaknya member-member yang bergabung pada bisnis PT BEST di Desa Keritang sehingga banyak yang mengetahui tentang bisnis ini dan menggunakan produknya.

<sup>35</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif R&D dan Penelitian Pendidikan*. Edisi ke-3, Cetakan ke-1, (Bandung: Alfabeta,2013), h.23



**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

### C. Subjek dan Objek Penelitian

#### 1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau sesuatu yang mengenainya ingin diperoleh keterangan atau pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi penelitian.<sup>36</sup> atau pihak-pihak yang dijadikan sampel. Subjek penelitian juga membahas karakteristik subjek yang digunakan dalam penelitian, termasuk penjelasan mengenai populasi, sampel dan teknik sampling yang digunakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah member Desa Keritang yang dapat memberikan informasi yang diperlukan penulis.

#### 2. Objek Penelitian

Menurut Husein Umar objek penelitian adalah “objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal yang dianggap perlu”. Menurut supriati pengertian objek penelitian adalah “variabel yang diteliti oleh peneliti ditempat penelitian yang dilakukan”.<sup>37</sup>

Dari pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa objek penelitian adalah suatu gambaran sasaran ilmiah yang akan dijelaskan untuk mendapatkan informasi dan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Adapun objek dalam penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas

<sup>36</sup> Muh.fitrah dan luthfiyah, *metodologi penelitian(penelitian kualitatif,tindakan kelas & studi kasus)*, (jawa barat:CV Jejak,2017) h.152

<sup>37</sup> Ibid, h.156





Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Eco-Racing PT Best Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

#### D. Populasi dan Sampel

Untuk memperoleh data dan keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

##### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila peneliti ingin meneliti semua elemen yang ada di wilayah penelitian, maka penelitiannya dinamakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya disebut studi populasi atau studi sensus.<sup>38</sup> Dalam penelitian ini adalah member Desa Keritang Kecamatan Kemuning berjumlah 43 orang.

##### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi.

Jika jumlah populasi kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya besar dari 100orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya.

<sup>38</sup> Arikunto S. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakte", Edisi Revisi VI, (Jakarta : Penerbit PT Rineka Cipta, 2006), h.130

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 100 orang responden, maka peneliti mengambil 100% jumlah populasi yang ada di Desa Keritang sebagai member yaitu sebanyak 43 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

#### E. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga data baru yang memiliki sifat *up to date*. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung.

##### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti Biro Pusat Statistik (BPS) buku, laporan, jurnal, dan lain-lain.

Pemahaman terhadap kedua jenis data di atas diperlukan sebagai landasan dalam menentukan teknik serta langkah-langkah pengumpulan data penelitian.<sup>39</sup>

<sup>39</sup>Sandu Siyoto dan M. ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 68

## F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Kuesioner (Angket)

Angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.<sup>40</sup>

Dalam penelitian ini metode pengumpulan datanya dengan memberikan angket kepada masyarakat yang ada di Desa Keritang.

### 2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik data mengenai hal-hal berupa catatan, transkrip, atau agenda dan sebagainya. Pengambilan data melalui dokumen yang diperlukan penulis berupa gambar terkait dengan penelitian pada masyarakat dan member PT.BEST *Eco-Racing* di Desa Keritang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

<sup>40</sup> Marwan Salahuddin, *Statistik Pendidikan Islam: Metode Analisis Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Q-Media, 2016), h.8



**G. Operasional Variabel**

**Table III.2**

Variabel	Indikator	No. Pernyataan
Kualitas Produk	1. Kinerja (performance)	produk <i>Eco-Racing</i> sangat mudah digunakan
	2. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality)	produk <i>Eco-Racing</i> nyaman untuk digunakan
	3. Kesesuaian dengan Spesifikasi (conformance to spesification)	penampilan produk <i>Eco-Racing</i> sangat menarik
	4. Keistimewaan tambahan (features)	harga produk <i>Eco-Racing</i> sesuai dengan kualitas
	5. Aesthetics (estetika)	produk <i>Eco-Racing</i> lebih unggul daripada produk lain
Loyalitas Pelanggan	6. Retention (kekuatan produk)	tidak ingin beralih ke produk lain selain produk <i>Eco-Racing</i>
	7. Trust (kepercayaan)	percaya bahwa produk <i>Eco-Racing</i> sangat membantu dalam menghemat bahan bakam kendaraan
	8. Repeat purchase	membeli produk <i>Eco-Racing</i> secara berulang
	9. Referrals	tidak ragu merekomendasikan produk <i>Eco-Racing</i> kepada orang lain
	10. Satisfaction	puas menggunakan produk <i>Eco-Racing</i>
	11. History of experience	memiliki pengalaman yang menyenangkan dalam menggunakan produk <i>Eco-Racing</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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



## H. Metode Analisis Data

Setelah keseluruhan data terkumpul, maka langkah selanjutnya penulis menganalisa data tersebut sehingga dapat ditarik kesimpulan. Metode analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan penelitian studi kasus yang dipergunakan untuk mengumpulkan, mengolah, dan kemudian menyajikan data observasi agar pihak lain dapat dengan mudah mendapat gambaran mengenai objek dari penelitian tersebut.

Setelah data terkumpul tahap selanjutnya adalah tahap analisis. Dalam tahap analisis penulis menggunakan sebuah aplikasi untuk mengolah data yaitu SPSS. Namun sebelum tahap analisis data dilakukan maka penulis perlu menguji apakah data tersebut valid dan reable. Uji ini dilakukan untuk meninjau seberapa valid suatu butir-butir pertanyaan yang diajukan kepada responden atau yang dikenal uji validitas, serta mengukur tingkat reabilitas suatu jawaban responden dari suatu instrument pertanyaan dengan metode uji reabilitas. Adapun untuk lebih jelasnya penulis akan memaparkan beberapa hal yang akan dilakukan :

1. Uji instrumen penelitian
  - a. Uji Validitas Data

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid mempunyai validitas tinggi, begitu juga sebaliknya, jika instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas itu sendiri dibagi menjadi dua, yaitu validitas logis dan validitas empiris.

### 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.

Dikatakan suatu validitas logis karena validitas itu diperoleh dengan suatu usaha hati-hati melalui cara-cara yang benar sehingga logika akan dicapai suatu validitas yang dikehendaki. Sedangkan validitas empiris itu sendiri adalah validitas yang berdasarkan pengalaman.

#### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah instrument untuk mengukur ketepatan, keterandalan, consistency, stability atau dependability terhadap alat ukur yang digunakan.<sup>41</sup> Suatu alat ukur dikatakan reliabilitas atau dapat dipercaya, apabila alat ukur yang digunakan stabil, dapat diandalkan, dan dapat digunakan dalam peramalan. Artinya data yang dikatakan reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan bisa memberikan hasil yang sama walaupun digunakan berkali-kali oleh peneliti yang berbeda.

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas akan menggunakan program SPSS 24. Untuk pengujian ini peneliti menggunakan dari koefisien Alpha Cronbach's harus diatas 0,60 maka hasil tersebut reabel.

#### 2. Uji Asumsi Klasik

##### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel –variabel dalam penelitian apakah mempunyai sebaran distribusi

<sup>41</sup> Husaini Usman dan R. Purmono Setiady Akbar, Pengantar Statistik, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2000), h. 287.



#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

normal atau tidak. Dalam analisis menggunakan SPSS menggunakan dua cara yaitu histogram dan uji Jarque-Bera.<sup>42</sup> Dalam uji normalitas untuk melihat apakah variabel mempunyai sebaran distribusi yang normal atau tidak adalah dengan melihat nilai probabiliti jarque-bera yang harus lebih besar dibandingkan dengan nilai alpha yaitu 0.05 atau 5%.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas.<sup>43</sup>

Untuk menentukan heteroskedastisitas dapat menggunakan uji Glejser dasar pengambilan keputusan uji ini adalah jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, namun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan terjadi masalah heteroskedastisitas.

#### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau

<sup>42</sup> Wing Wahyu Winarno, Analisis Ekonometrika dan statistika dengan Eviews Edisi Ke-3 (Yogyakarta : STIM YKPN Yogyakarta ,2011) , h.5.37

<sup>43</sup> Amrie Firmansyah dan Riska Septiana Estutik, *Kajian Akuntansi Keuangan: peran tata kelola perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi.* (Indramayu:2021) h.47

#### 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.

tidak. Uji t bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel independen Kualitas Produk (X) dengan variabel dependen Loyalitas Pelanggan (Y) secara parsial, apakah hasilnya signifikan atau tidak. Dengan asumsi sebagai berikut:

- a. Jika probability (signifikan)  $> 0,05$  ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
  - b. Jika probability (signifikan)  $< 0,05$  ( $\alpha$ ), maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependent. Hasil pengujian secara parsial dapat dilihat pada tabel Coeffisientss *a*.
4. Uji regresi linier sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk memprediksikan nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif.

Persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Dimana:

Y = Loyalitas Pelanggan

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Kualitas Produk

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

## 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) berkisar 0 – 1. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) sangat terbatas.

Sebaliknya, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang besar mendekati 1 menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas (independen) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat (dependen).

## I. Deskripsi Lokasi Penelitian

### 1. Keadaan Penduduk Desa Keritang

Jumlah penduduk Desa Keritang Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir pada saat dibentuk 3.065 jiwa. Berdasarkan data pada tahun 2018 jumlah penduduk Desa Keritang Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir adalah 13.081 jiwa. Ekonomi Desa Keritang sangat tergantung kepada hasil perkebunan karet, kelapa sawit, dan pinang. Dengan mata pencaharian penduduk 40% sebagai petani karet, 20% petani kelapa sawit, 10% petani sawit, 10% sebagai pedagang, 20% lainnya bekerja sebagai PNS dan bekerja serabutan.

Penduduk asli Desa Keritang adalah suku melayu sebagaimana halnya suku-suku melayu yang ada di daerah Indragiri Hilir lainnya,



disamping itu selain suku melayu terdapat juga berbagai macam suku yaitu jawa, minang, batak dan terdapat suku lainnya. Suku melayu di daerah ini juga memiliki sistem kekerabatan yang bersifat parental dan beragama islam, hal tersebut terlihat datangnya dan menetapnya suku-suku lain dari daerah asalnya ke daerah ini yang merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain yang berlangsung terus menerus dan diikuti dengan pembauran atau asimilasi antara suku melayu dengan suku-suku pendatang tersebut.

Batas-batas wilayah Desa Keritang yaitu:

Sebelah Utara : Sekara

Sebelah Selatan : Taman Nasional (TNBT)

Sebelah Timur : Batu Ampar

Sebelah Barat : Sungai Akar

Desa Keritang mempunyai beberapa prasarana dan sarana, diantaranya:

- a. Potensi Prasarana dan Sarana

**Tabel III.3**

**Prasarana dan Sarana**

No	Jenis Sarana dan Prasarana	Jumlah
1.	Ojek	18
2.	Warnet	2
3.	Kantor pos	3
4.	Lapangan sepak bola	1
5.	Lapangan bulu tangkis	1
6.	Lapangan voli	14
Jumlah		39

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

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

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

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

## b. Sarana Pendidikan

**Tabel III.4**  
**Sarana Pendidikan**

No	Jenjang	Jumlah
1.	Sekolah dasar (SD)	5
2.	Sekolah menengah Pertama (SMP)	3
3.	Sekolah menengah Atas (SMA) (SMK)	2
4.	MI	1
5.	MTS	2
6.	MA	1
	Jumlah	15

## c. Prasarana Peribadatan

**Tabel III.4**  
**Prasarana Peribadatan**

No	Sarana Ibadah	Jumlah
1.	Masjid	11
2.	Mushola	20
3.	Gereja Kristen Protestan	4
4.	Gereja Katholik	2
	Jumlah	37

## d. Prasarana kesehatan

**Tabel III.5**  
**Prasarana Kesehatan**

No	Sarana Ibadah	Jumlah
1.	Puskesmas	1
2.	Apotik	1
3.	Posyandu	1
4.	Toko obat	3
5.	Bidan	10
	Jumlah	16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

## 2. Struktur Organisasi Desa Keritang

Gambar III.1



## 3. Visi dan Misi Desa Keritang

a. Visi

**“Terwujudnya Masyarakat Desa keritang Yang Berakhlak Mulia, Sehat, Cerdas dan Sejahtera”** Rumusan Visi tersebut merupakan suatu ungkapan dari suatu niat yang luhur untuk memperbaiki dalam Penyelenggaraan Pemerintahan dan Pelaksanaan Pembangunan di Desa Keritang baik secara individu maupun kelembagaan sehingga 6 (enam) tahun ke depan Desa Keritang mengalami suatu perubahan yang lebih baik dan peningkatan kesejahteraan masyarakat dilihat dari segi ekonomi dengan dilandasi semangat gotong royong dalam Penyelenggaraan Pemerintahan dan Pelaksanaan Pembangunan.





b. Misi

- 1) Penempatan agama sebagai sumber motivasi dan inspirasi;
- 2) Peningkatan profesionalisme perangkat desa sebagai pelayan masyarakat;
- 3) Meningkatkan komunikasi dengan segenap komponen masyarakat;
- 4) Meningkatkan pemberdayaan masyarakat dari seluruh kekuatan ekonomi, sosial budaya, pertahanan dan keamanan;
- 5) Meningkatkan pelayanan kesehatan melalui sadar kebersihan, cepat tanggap untuk berobat dan peningkatan pendidikan dengan tuntas wajib belajar;
- 6) Meningkatkan potensi pertanian sebagai sumber pendapatan utama masyarakat;
- 7) Meningkatkan pembangunan guna percepatan pertumbuhan ekonomi melalui perbaikan sarana dan prasarana umum.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST, maka penulis menarik simpulan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah dengan hasil Variabel Y dipengaruhi sebesar 47,6 % oleh variabel X. Berdasarkan Uji Analisis T dari hasil Loyalitas Pelanggan berdasarkan  $T_{hitung} > T_{table}$  signifikan yaitu Interpretasi Hasil Persamaan regresi yang diperoleh adalah  $Y = 9,077 + 0,664 X$  Dari regresi di atas maka dapat diinterpretasikan hasil penelitian Nilai koefisien konstanta sebesar 9,077, artinya jika variabel X dianggap konstan maka variabel Y akan meningkat sebesar 9,077.

Yang berarti antara variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan pada produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Serta melalui perhitungan heteroskedastisitas memiliki nilai  $Prob\ 0,817 > 0,005$  sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dalam model. Kualitas produk *Eco-Racing* PT BEST sudah sesuai dengan kualitas produk ekonomi islam, karena setiap produk yang ditawarkan memiliki guna dan manfaat bagi pelanggan/konsumen mereka.

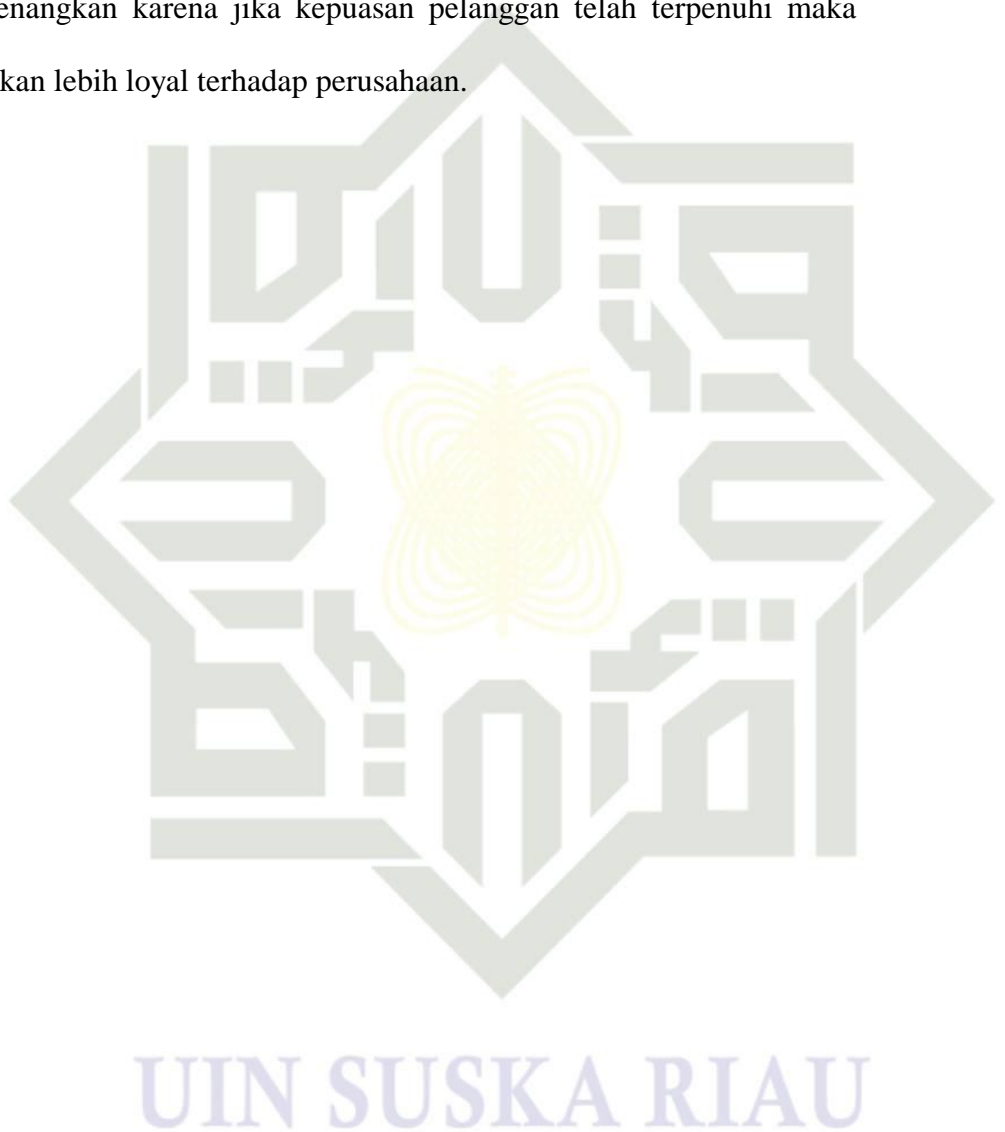
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dari Pembahasan dan kesimpulan diatas, penulis memberikan saran. Bagi perusahaan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan maka harus memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan karena jika kepuasan pelanggan telah terpenuhi maka pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan.

### 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

Aji, Arif Sabta, et.al., *Ekonomi Islam dan Penguatan Keuangan Ekonomi Global*, Yogyakarta: Jejak Pustaka, 2023.

Arikunto S. "*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*", Edisi Revisi VI, Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta, 2006.

Astrid, Puspaningrum. *Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*, Malang: Media Nusa Kreatif, 2017.

Fandy, Tjiptono. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset, 2007

Firmansyah, Amrie dan Riska Septiana Estutik. *Kajian Akuntansi Keuangan: peran tata kelola perusahaan Dalam Penghindaran Pajak, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Pengungkapan Risiko, Efisiensi Investasi*, Indramayu: 2021. Harjani, Didik & Iqbal Arraniri. *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*, Cirebon: Insania, 2021.

Fitrah, Muh. dan Luthfiyah. *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, Jawa Barat: CV Jejak, 2017.

Gaffar, Vanessa. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*, Bandung: Alfabeta, 2007.

Gritosudarmo, Indriyono. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE, 2000.

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung, Alfabeta, 2010.

Kotler, Philip and Gary Armstrong. *Marketing an Introducing Prentice Hall*, Edisi ke-12

Kotler, Philip dan Gray Armstrong. *Prinsi-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2001.

Kotler, Philip dan Kevin Killer. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2009. Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddi. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, Jakarta: Bumi Askara, 2007.

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**

Kusuma, I Gusti Ngurah Agung Gede Eka Teja. *Konstruksi Kepuasan untuk Loyalitas Pelanggan: Konsep, Skala dan Aplikasi*, Bali: Intelektual Manifes Media: 2023.

Mussry, Jacky, etc, *Markplus on Marketing*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007.

Nasuka, Moh. *Etika Pemasaran Dalam Perspektif Islam*, Jepara: UINSU Press, 2021.

Ode, La Alman, etc. *Tingkat Kelola Perguruan Tinggi Berbasis Akreditasi*, Yogyakarta: CV Budi Utama, 2018.

Papilo, Petir. *Pengendalian Kualitas Produksi Dan Menurut Hukum Islam*, Pekanbaru: Suska Press, 2010.

Salahuddin, Marwan. *Statistik Pendidikan Islam: Metode Analisis Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Q-Media, 2016.

Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.

Sudirjo, Frans, et.al. *Analisis Kualitas Produk*, Padang: Get Press Indonesia, 2023.

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif R&D dan Penelitian Pendidikan*. Edisi ke-3, Cetakan ke-1, Bandung: Alfabeta, 2013.

Tantri. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Mancana Jaya Cemerlang, 2006.

Usman, Husaini dan R. Purmono Setiady Akbar. *Pengantar Statistik*, ( Jakarta: Bumi Aksara, 2000.

Winarno, Wing Wahyu. *Analisis Ekonometrika dan statistika dengan Eviews Edisi Ke-3* Yogyakarta: STIM YKPN Yogyakarta, 2011.

Zainal. *Islamic Marketing Managemen*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017.

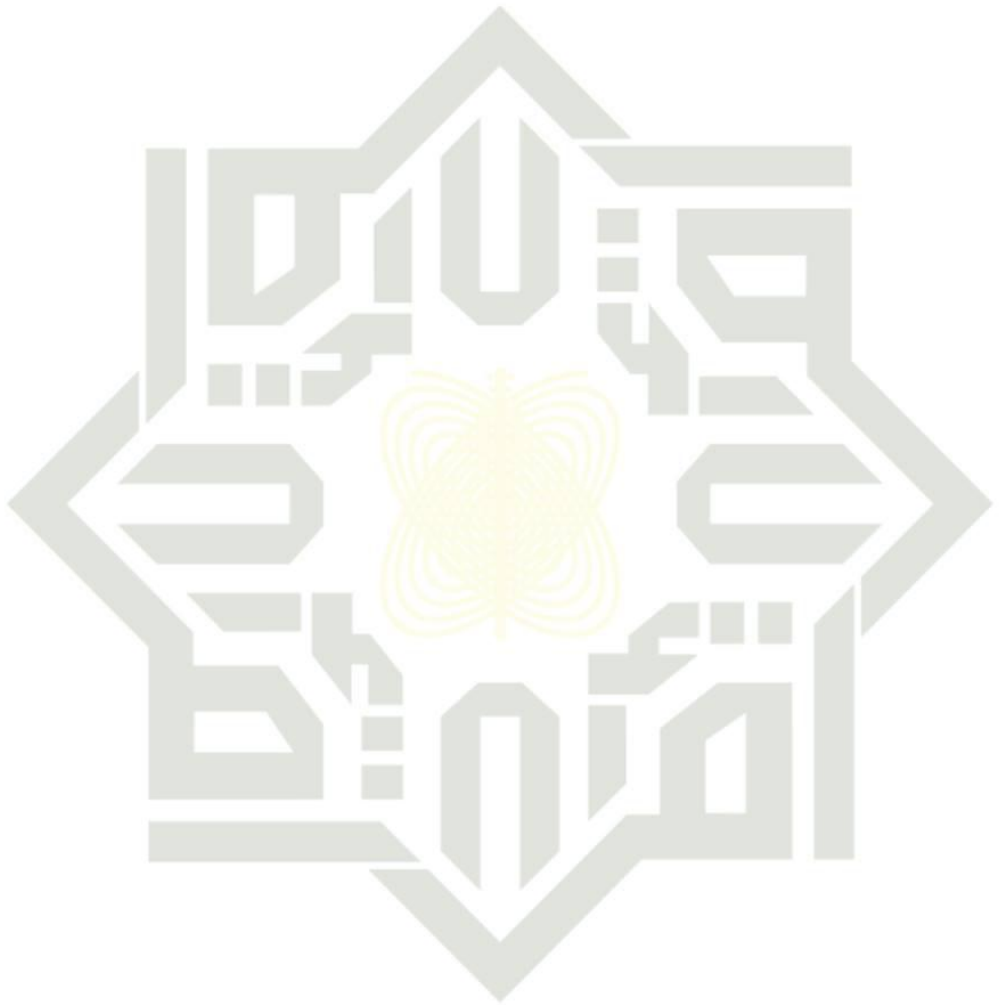
**B. JURNAL/SKRIPSI**

Desy Astrid Anindya. *Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Keuntungan Usaha Pada Wirausaha Di Desa Delitu Kecamatan Delitua, Jurnal At-Tawassuth*, 2017, Vol. II No. 2.

Noorohmah. *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Loyalitas Konsumen di Pand’s Muslim Departemen Store Cabang*

Semarang”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2019.

Wahyu Akbar, Jefry Tarantang, dan Elda Mirnawati. *Tinjauan Ekonomi Syariah atas Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal di Kota Palangka Raya*, jurnal JAEM, 2021, Vol. 1 No. 1.



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.





## ANGKET PENELITIAN

### KATA PENGANTAR

Pertanyaan yang diajukan dalam angket ini bertujuan untuk memperoleh data tentang “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

### DATA RESPONDEN

Nama :  
 Umur :  
 Jenis Kelamin :  
 Pekerjaan :

### PETUNJUK PENGISIAN

Mohon kesediaan bapak/ibu / saudara/i untuk dapat mengisi angket ini sesuai dengan keadaan sebenarnya dengan cara memberi tanda centang (√) pada jawaban yang dianggap sesuai.

Keterangan angket:

**STS** = Sangat Tidak Setuju

**TS** = Tidak Setuju

**N** = Netral

**S** = Setuju

**SS** = Sangat Setuju

### 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.

**DAFTAR PERTANYAAN**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
<b>Kualitas Produk</b>						
1.	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> sangat mudah digunakan					
2.	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> nyaman untuk digunakan					
3.	Saya merasa penampilan produk <i>Eco-Racing</i> sangat menarik					
4.	Saya merasa harga produk <i>Eco-Racing</i> sesuai dengan kualitas					
5.	Saya merasa produk <i>Eco-Racing</i> lebih unggul daripada produk lain					
<b>Kepuasan Pelanggan</b>						
6.	Saya merasa tidak ingin beralih ke produk lain selain produk <i>Eco-Racing</i>					
7.	Saya sangat percaya bahwa produk <i>Eco-Racing</i> sangat membantu dalam menghemat bahan bakam kendaraan					
8.	Saya membeli produk <i>Eco-Racing</i> secara					

	berulang					
9.	Saya tidak ragu merekomendasikan produk <i>Eco-Racing</i> kepada orang lain					
10.	Saya merasa puas menggunakan produk <i>Eco-Racing</i>					
11.	Saya memiliki pengalaman yang menyenangkan dalam menggunakan produk <i>Eco-Racing</i>					

© 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.



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.





Hak Cipta  
1. Dilara

TABULASI

©alk

- a. Perhitungan hanya untuk kepentingan penjurusan, penempatan, penunisian karya ilmiah, penyusunan laporan, penunisian kritik atau jawaban 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.

Xa	Xb	Xc	Xd	Xe	Ya	Yb	Yc	Yd	Ye	Yf	X	Y
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	24
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	19	24
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	30
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	25	27
4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	3	20	18
4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	20	20
4	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	19	20
4	4	4	3	4	2	2	4	5	4	4	19	21
4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	19	21
2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	12	13
4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	19	22
4	4	4	3	4	3	3	2	4	4	4	19	20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	24
1	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	9	15
4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	20	22
4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	5	19	22
2	1	1	1	1	2	2	1	4	3	3	6	15
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	25	30
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	24
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	24
4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	19	20
4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	20	20
3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	16	23
2	2	1	1	3	3	3	1	4	2	4	9	17
4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	19	22
4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	4	20	18
4	4	3	3	4	4	2	4	4	3	2	18	19
4	2	3	4	4	3	3	2	4	3	4	17	19
4	2	3	4	4	4	2	3	4	3	3	17	19
4	2	4	4	4	3	1	1	4	3	3	18	15
4	1	4	3	4	3	2	3	5	3	4	16	20
4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	17	21
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	15	18
3	2	2	2	2	3	4	3	3	4	4	11	21
4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	17	19
4	3	2	2	3	4	4	4	5	4	4	14	25
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	22	26
5	3	4	4	5	4	4	3	4	3	2	21	20
3	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	20	23
4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	19	22
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	20	24
3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	15	14
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	20	24

f 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 PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK *ECO-RACING* PT BEST MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

Nama : Jaju Agustina  
NIM : 11820524959  
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

**Pekanbaru, 4 Januari 2024**

### TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua  
**Dr.hj. Sofia Hardiani, M.Ag**

Sekretaris  
**Zilal Afwa Ajidin, S.E., M.A**

Penguji I  
**Syamsurizal, S.E., M.Sc.Ak**

Penguji II  
**Wali Saputra, S.E., Ak., M.A**

Mengetahui:  
Kabag T.U  
Fakultas Syariah dan Hukum

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



# Journal of Sharia and Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau  
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052  
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>  
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

Journal of Sharia and Law

## SURAT KETERANGAN

Journal of Sharia and Law, dengan ini menerangkan bahwa;

: Jaju Agustina  
 : [jajuagustina@gmail.com](mailto:jajuagustina@gmail.com)  
 : Persepsi Masyarakat Desa Keritang terhadap *Multi Level Marketing* pada Member PT.Best *Eco-Racing* menurut Perspektif Ekonomi Syariah

: Deni Rahmatillah M.E.Sy,  
 : Hairul Amri, M.Ag,

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 Sultani Sultan Syarif Kasim Riau.

Surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 10 Oktober 2023  
 An. Pimpinan Redaksi

Madona khairunisa, ME.Sy  
 NIP/NIK. 130217028





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

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

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nomor: Un/04/F.I/PP.01.1/4334/2022

Pekanbaru, 30 Mei 2022

Penting

**Pembimbing Skripsi**

Kepada

Yth. 1. Deni Rahmatillah, ME.Sy, Pemb. I Materi

2. Hairul Amri, M.Ag, Pemb. II Metodologi

Dosen Fakultas Syari'ah dan Hukum

UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Dengan Hormat,

Bersama ini kami minta kesediaan Saudara untuk membimbing mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dalam menyusun Skripsi sebagai berikut :

Nama	JAJU AGUSTINA
NIM	11820524959
Jurusan	Ekonomi Syariah S1
Judul Skripsi	Persepsi Masyarakat Desa Keritang Terhadap Multi Level Marketing Pada Member PT.BEST Eco-Racing Menurut Perspektif Ekonomi Syariah
Lama Membimbing	Maksimal 6 bulan (30 Mei 2022 s.d 30 November 2022)

Kepada Saudara diharapkan membimbing metodologi dan materi, sebagaimana proposal terlampir. Demikian disampaikan atas kerjasama Saudara, terima kasih.

UIN SUSKA RIAU



a.n. Dekan  
Wakil Dekan I

Dr. H. Erman, M.Ag  
NIP. 19751217 200112 1 003

Tembusan:

Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum





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

Un.04/F.I/PP.00.9/7090/2022

Pekanbaru,05 Agustus 2022

Biasa

(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	: JAJU AGUSTINA
NIM	: 11820524959
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: IX (Sembilan)
Lokasi	: Desa Keritang

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:Persepsi Masyarakat Desa Keritang Terhadap Multi Level Marketing Pada Member PT.  
BEST Eco-Racing Menurut 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.Ag

NIP. 19741006 200501 1 005

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. 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.

Tembusan  
Rektor UIN Suska Riau



PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR  
 KECAMATAN KEMUNING  
**DESA KERITANG**

Jalan Lintas Timur KM.272 Kode Pos 29276

**SURAT KETERANGAN**  
 NO: 187/SK/KRT/IX/2022

Kepala Desa Keritang, Kecamatan Kemuning Kabupaten Indragiri Hilir, dengan ini

Menyatakan bahwa :

Nama : JAJU AGUSTINA  
 NIM : 11820524959  
 Jurusan : EKONOMI SYARIAH (SI)  
 Semester : IX (Sembilan)  
 Lokasi : DESA KERITANG

Benar Nama di atas telah menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul **Persepsi**

Masyarakat Desa Keritang Terhadap Multi Level Marketing Pada Member PT. Best

Eco-Racing Menurut Perspektif Ekonomi Syariah yang berlangsung selama 3 (Tiga)

Bulan.

Demikianlah surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan seperlunya.

DIKELUARKAN : DI KERITANG  
 PADA TANGGAL : 05-09-2022

Kepala Desa Keritang



**DESYERA DELA PUTRA, SH**

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

ipta milik UIN Suska Riau  
 UIN Suska Riau  
 Stage Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau





PEMERINTAH KABUPATEN INDRAGIRI HILIR  
**BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Gedung Eks Multiyears (Lantai 4) Jl. Swarna Bumi Tembilahan  
 Telephone (0768) 22904, Faximile (0768) 21383

**REKOMENDASI PENELITIAN  
 DAN PENGUMPULAN DATA (SURVEY)**

Nomor : 070/BKBP-EKOSOSBUD/2022/191

KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK KABUPATEN INDRAGIRI HILIR, berdasarkan Surat Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Nomor : 0037/DPM/2022/IZIN-RISET/49683 Tanggal 8 Agustus 2022, Tentang Pelaksanaan Kegiatan Riset/Pra Riset dan Pengumpulan Data Untuk Bahan **Skripsi**, dengan ini memberikan Rekomendasi kepada :

Nama : **JAJU AGUSTINA**  
 NIDN : 11820524959  
 Program studi/Jenjang : Ekonomi Syariah / S1  
 Alamat : Jl. Raya Usul RT.008 RW.004 Kel. Usul Kec. Batang Gansal Kab. Indragiri Hulu  
 Judul Penelitian : **PERSEPSI MASYARAKAT DESA KERITANG TERHADAP MULTI LEVEL MARKETING PADA MEMBER PT.BRST ECO-RACING MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**  
 Lokasi Penelitian : **DESA KERITANG KEC. KEMUNING KAB. INHIL**

Untuk melakukan penelitian dan pengumpulan data dengan ketentuan :

- 1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang tidak ada hubungannya dengan penelitian dan pengumpulan data ini.
- 2. Pelaksanaan penelitian selama 3 (Tiga) bulan terhitung mulai tanggal 12 Agustus s/d 12 November 2022.

Demikian rekomendasi ini diberikan, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini.

Tembilahan, 12 Agustus 2022

a.n **KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK  
 KABUPATEN INDRAGIRI HILIR**

Kabid Ketahanan Ekososbud, Agama dan Ormas,

**U.b**

**Analisis Kebijakan Ahli Muda**



**ZAMRI, S.Pd**

Pembina (IV a)

NIP. 196412031986091001

**Tembusan : Disampaikan kepada Yth;**

Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru.

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

© Hak cipta dilindungi Undang-Undang  
 UIN Suska Riau  
 Sa'ade Ismail  
 University of Sultan Syarif Kasim 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/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/49683  
TENTANG



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

1.04.02.01

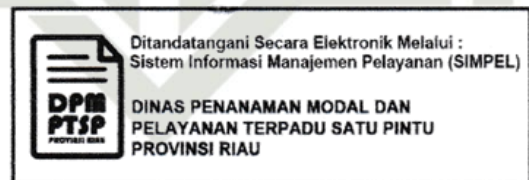
Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UIN/04-F.PPP.00.9/7090/2022 Tanggal 5 Agustus 2022**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

- |                      |   |   |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama              | : | <b>JAJU AGUSTINA</b>  |
| 2. NIM / KTP         | : | 11820524959   |
| 3. Program Studi     | : | EKONOMI SYARIAH   |
| 4. Jenjang           | : | S1  |
| 5. Alamat            | : | PEKANBARU   |
| 6. Judul Penelitian  | : | <b>PERSEPSI MASYARAKAT DESA KERITANG TERHADAP MULTI LEVEL MARKETING PADA MEMBER PT.BRST ECO-RACING MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH</b> |
| 7. Lokasi Penelitian | : | DESA KERITANG   |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 8 Agustus 2022



UIN SUSKA RIAU

**Tambahan :**

**Ditampilkan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Indragiri Hilir
3. Up. Kaban Kesbangpol dan Linmas di Tembilahan
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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

Cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber:

Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan sebagian atau seluruh isi dari dokumen ini tanpa izin dari 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.

## RIWAYAT HIDUP PENULIS

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*



Penulis bernama Jaju Agustina, lahir di Desa Usul, pada tanggal 11 Agustus 2000. Penulis merupakan anak ke dua dari tiga bersaudara. Penulis merupakan anak dari Bapak Jasman dan Ibu Salmi. Adapun jenjang pendidikan yang penulis peroleh selama ini yaitu memulai pendidikan di bangku Sekolah Dasar (SD) di SDN 002 Usul pada tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan pendidikan tingkat SMP di MTSS Al-Furqon Bukit Tiga Puluh pada tahun 2012-2015. Lalu melanjutkan pendidikan tingkat SMA di SMK N 1 Batang Gansal dengan jurusan Administrasi Perkantoran pada tahun 2015-2018. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2018, di Fakultas Syariah dan Hukum.pada program studi Ekonomi Syariah.

Penulis banyak mendapat pengetahuan serta pengalaman berharga. Pada bulan Februari-Maret 2020 penulis mengikuti program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Lazismu Pekanbaru. Selain itu, pada bulan Juli-Agustus 2021 penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Buluh Rampai Kecamatan Seberida. Kemudian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir kuliah, penulis melakukan penelitian dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk *Eco-Racing* PT BEST Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.