

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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



**PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN NIBRAS RUMAH BUSANA SALSANAF A PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Syariah Dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

IFNI AWALLIYAH
NIM. 11920521956

UIN SUSKA RIAU

PRODI EKONOMI SYARIAH**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM****UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU****1445 H/2024 M**



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : Ifni Awalliyah
 NIM : 11920521956
 Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 07 Desember 2023

Pembimbing 1

Pembimbing 2

Haniyah Lubis, ME.Sy
 NIP. 19831107 201903 2 004

M. Abdi Al Maktsur, MA
 NIK. 19720701 199803 1 003

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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : Ifni Awalliyah
 NIM : 11920521956
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Jumat/ 29 Desember 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, 15 Januari 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Sofia Hardani, M.Ag

Sekretaris
Musnawati, M.Ak

Penguji I
Dr. Rustam, SE, ME.Sy

Penguji II
Nurhasanah, SE, MM

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIP. 19741006 200501 1 00



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

: Ifni Awalliyah
 : 11920521956
 Tgl Lahir : Pekanbaru, 30 Januari 2000
 : Syariah Dan Hukum
 : Ekonomi Syariah
 :

PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK NIBRAS DI RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAF PANAM PEKANBARU: PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan Disertai/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya * dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
 2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
 3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
 4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.
- Demiikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 7 Desember 2023
 Yang membuat pernyataan



IFNI AWALLIYAH
 NIM : 11920521956

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruhnya atau melakukan tindakan yang sama tanpa izin penulisan yang bersangkutan, terdapat pernyataan penulisan yang bersangkutan.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



ABSTRAK

Imi Awalliyah, (2023) : Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pelanggan loyalitas yang mempunyai kartu *member card* tapi tidak menggunakan kartu tersebut dalam berbelanja. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah diskon *member card* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada produk Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa. Bagaimana pemberian diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan pada produk Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa menurut ekonomi syariah.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, lokasi Jl. HR. Soebrantas, Tarai Bangun, Rumah Busana Muslim Salsanafa, dengan populasi 2.571 orang konsumen yang mempunyai *member Nibras*. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* yaitu metode *purposive sampling* dengan rumus slovin dengan hasil sebanyak 97 responden. Dengan metode pengumpulan data yaitu observasi, kuesioner dan teknik analisis datanya menggunakan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan Rumah Busana Salsanafa. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana sebagai berikut $Y = 10,006 + 0,549 X$, berdasarkan hasil uji hipotesis uji t diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 4,549 > t_{tabel} = 1,985$, koefisien determinasi sebesar 17,9% sisanya 82,1% yang berarti bahwa diskon *member card* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 17,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dan uji korelasi nilai R sebesar 42,3% yang berarti bahwa hubungan antara diskon *member card* dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat. Tinjauan Ekonomi Syariah pemberian diskon terhadap loyalitas pelanggan produk Nibras sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Syariah yaitu terhindar dari riba, *halumminannas*, transparan, masalah, sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

Kata kunci: Diskon *Member Card*, Loyalitas Pelanggan, Ekonomi Syariah

UIN SUSKA RIAU



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah bersyukur penulis kepada Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat rahmat, petunjuk dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Diskon *Member Card* Terhadap Loyalitas Penganggan Pada Produk Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad shalallahu alaihi wasallam yang merupakan inspirator terbesar dalam segala keteladanannya beserta keluarga, shaabat, dan para pengikutnya yang setia sampai akhir zaman.

Penulis sadar bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah memberikan bimbingan serta bantuan baik materil maupun non materil kepada penulis. Dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta ayahanda Raymon dan mama Nurlela yang selalu mendoakan, memberikan dukungan secara moril dan materil sehingga penulis dapat menyelesaikan semua proses perkuliahan dengan lancar. Cinta pertama saya ayahanda Apridoni (Alm) yang telah mengajarkan saya cinta untuk selalu mandiri dan kuat dimanapun berada. Skripsi ini penulis sembahkan kepada ayahanda tercinta.
2. Prof. Dr. Hairunas, M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S.Ag., M.Ag selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
 5. Ibu Haniah Lubis, ME.Sy dan Bapak M. Abdi Al Maktsur, MA selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam perbaikan-perbaikan skripsi, arahan dan masukan yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
 6. Bapak Dr. Amrul Muzan, MA selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
 7. Segenap dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama duduk di bangku perkuliahan.
 8. Segenap karyawan dan tata usaha Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah sabar dan ikhlas membantu penulis dalam segala hal urusan di kampus.
 9. Bapak Abdi Al Maktsur dan Bunda Mardiana selaku owner Rumah Busana Muslim Salsanafa.
 10. Kak Amtira Puspa Ningrum, S.Kom selaku Leader dan karyawan Rumah Busana Muslim Salsanafa khususnya Desni Nelawati, S.H yang memberikan motivasi dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.
 11. Adik-adik terhebat, Juanda Rifaldo, M.Afdhal Tri Melando, Arif Agusti Fernando, Khairun Alfi Syahri, Sabrina Kayla Putri dan Muhammad Yusuf



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.

Alfatih yang selalu menanyakan kapan saya wisuda dan membuat saya semakin semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Kepada keluarga di kampung halaman Nenek Darimi, Ibu Firdayeni, S.Pd.I dan keluarga yang lainnya yang selalu memberikan support, motivasi, serta selalu mendoakan untuk menyelesaikan skripsi dan perkuliahan ini.

13. Kepada sahabat saya Raudhatul Jannah, S.Sos dan Mela Sari Adha, S.H yang selalu menanyakan progres pada skripsi saya serta selalu memberikan saya semangat sekaligus membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

14. Semua teman-teman terdekat saya terima kasih atas hal baiknya dalam hal apapun.

Atas semua dukungan yang diberikan oleh semua pihak, penulis hanya bisa mengucapkan terima kasih dan mendoakan agar mendapatkan berkah dan balasan yang berlipat dari Allah Subhanahu Wata'ala. Aamiin allahumma aamiin.

Pekanbaru, 4 Desember 2023

Penulis

IFNI AWALLIYAH
NIM. 11920521956



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

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR GAMBAR..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang | 1 |
| B. Batasan Masalah..... | 8 |
| C. Rumusan Masalah | 8 |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian | 9 |
| E. Manfaat Penelitian | 9 |
| F. Sistematika Penulisan..... | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 12 |
| A. Kerangka Teori..... | 12 |
| 1. Strategi Pemasaran | 12 |
| 2. Loyalitas Pelanggan..... | 15 |
| 3. Diskon..... | 24 |
| 4. Member Card..... | 33 |
| B. Penelitian Terdahulu | 37 |
| C. Kerangka Pemikiran..... | 40 |
| D. Hipotesis Penelitian..... | 41 |
| E. Definisi Operasional..... | 41 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 43 |
| A. Jenis Penelitian..... | 43 |
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian | 43 |
| C. Subjek dan Objek Penelitian | 43 |
| D. Populasi dan Sampel | 44 |
| 1. Populasi | 44 |
| 2. Sampel | 44 |
| E. Sumber Data..... | 46 |



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

| | | |
|----------------------------------|--|-----------|
| © Hak cipta milik UIN Suska Riau | 1. Data Primer..... | 46 |
| | 2. Data Sekunder | 46 |
| | Teknik Pengumpulan Data..... | 48 |
| | 1. Observasi | 48 |
| | 3. Kuesioner (angket) | 48 |
| | 4. Dokumentasi..... | 49 |
| | Metode Analisis Data..... | 49 |
| | 1. Uji Instrumen Data | 51 |
| | 2. Uji Asumsi Klasik | 52 |
| | 3. Analisis Regresi Linear Sederhana..... | 53 |
| | 4. Pengujian Hipotesis | 54 |
| | 5. Koefisien Determinasi (R^2) | 55 |
| | H. Gambaran Umum Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa | 56 |
| | 1. Sejarah Berdirinya Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa | 56 |
| | 2. Struktur Organisasi..... | 57 |
| | BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 62 |
| | A. Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Nibras Di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru..... | 62 |
| | 1. Karakteritik Responden Dan Variabel..... | 62 |
| | 2. Uji Instrumen Penelitian..... | 67 |
| | 3. Uji Asumsi Klasik | 69 |
| | 4. Uji Hipotesis Penelitian | 72 |
| | Tinjauan Ekonomi Islam mengenai Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa..... | 76 |
| | BAB V PENUTUP..... | 82 |
| | A. Kesimpulan | 82 |
| | B. Saran..... | 82 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 84 |
| | LAMPIRAN..... | 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.

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---|----|
| Tabel 1.1 | Data Konsumen yang Mempunyai Member Card..... | 5 |
| Tabel 2.1 | Penelitian Terdahulu | 37 |
| Tabel 2.2 | Definisi Operasional | 41 |
| Tabel 3.1 | Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 56 |
| Tabel 3.2 | Struktur Organisasi | 57 |
| Tabel 4.1 | Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 62 |
| Tabel 4.2 | Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 63 |
| Tabel 4.3 | Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Lama Menggunakan Member Card | 64 |
| Tabel 4.4 | Frekuensi Diskon Member Card..... | 65 |
| Tabel 4.5 | Frekuensi Loyalitas Pelanggan | 66 |
| Tabel 4.6 | Hasil Uji Validitas | 68 |
| Tabel 4.7 | Hasil Uji Reliabilitas..... | 69 |
| Tabel 4.8 | Hasil Uji Normalitas | 70 |
| Tabel 4.9 | Regresi Linear Sederhana | 71 |
| Tabel 4.10 | Uji T..... | 73 |
| Tabel 4.11 | Koefisien Determinasi | 74 |
| Tabel 4.12 | Uji Korelasi..... | 75 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Empat dari bauran pemasaran..... | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran | 40 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 71 |



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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan.¹ Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Di sisi lain, seorang mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori *hablum minannas* ini, berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal yang berbau riba. Oleh karenanya, dalam beberapa firman-Nya, Allah mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam surat Ali-Imran ayat 28 sebagai berikut:²

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ
فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَنَّةً وَيُحَذِّرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ
وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

“Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan

¹ Cristopher Lovelock dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), h.76.

² Kementerian Agama RI, Al-Quran QS. Al-Imran/3:28



Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu)''.

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, Islam menganjurkan untuk menjaga hubungan dengan berbagai golongan (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan kualitas jasa yang baik. Penyedia jasa hendaklah memberikan kualitas jasa yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas pelanggan. Anjuran Islam mengajarkan bahwa penyedia jasa harus memberikan kualitas jasanya yang baik kepada pelanggan, agar pelanggan tetap setia menggunakan jasanya.

Loyalitas konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena loyalitas konsumen merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Salah satu hal yang perlu diperhatikan oleh perusahaan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual adalah dengan memahami kebutuhan konsumen, mengetahui keinginan konsumen dan selera dari pada konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai loyalitas konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang akan ditawarkan oleh pemasar. Menurut Dharmamesta, faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain kualitas produk, harga dan promosi.³ Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen yaitu promosi menurut Rosalina, yang dikutip oleh Nabila dan Putu dalam

³ Ridha Maisaroh, Maulida Nurhidayati, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2", *Jurnal of Economics and Business Research*. Vol. 1 No. 2, 2014, h. 198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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.

penelitiannya menyatakan promosi menekankan pentingnya loyalitas konsumen, karena jika promosi meningkat maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas produk atau jasa, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Promosi penjualan dapat dibedakan atas tiga bentuk menurut Sofyan yaitu:⁴ promosi yang diarahkan kepada pembeli, misalnya sample, kupon, pameran, demonstrasi/peragaan, dan lain-lainnya. Promosi yang diarahkan kepada pedagang, misalnya potongan (*discount*), dealer contest dan lain-lain. Promosi yang diarahkan kepada pramuniaga (*sales person*) misalnya, bonus dan lain-lain.

Diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Macam-macam diskon salah satunya adalah diskon khusus/fungsional yaitu diskon yang diadakan oleh pusat dan ditawarkan kepada perusahaan contohnya diskon *member card*.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Tingkat persaingan bisnis yang semakin ketat membuat banyak para ritel tidak lagi mengfokuskan aktifitas pemasarannya hanya pada pencarian pelanggan baru, namun juga berusaha untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan atau kesetiaan pelanggan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan membangun loyalitas pelanggan. Salah satu cara yang digunakan oleh

⁴ Rami Syah Putri dan Indra Safri, "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitshubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru", *Jurnal Valuta*. Vol. 1 No. 2, Oktober 2015, h. 304.



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

perusahaan adalah dengan memperkuat hubungan dengan pelanggan melalui program promosi seperti diskon *member card*, diskon musiman, hadiah dll. Dengan adanya diskon melalui *member card* maka akan terjalinlah hubungan yang baik dengan pelanggan sehingga pelanggan menjadi loyal.

Kartu member berfungsi untuk memberikan diskon atau potongan harga kepada pembeli agar lebih memudahkan pembeli dalam berbelanja. Selain itu kartu member juga dijadikan untuk mengikat pembeli agar tidak berpindah ke toko lain serta mendapatkan kesetiaan pelanggan dalam berbelanja terutama kaum wanita yang punya komitmen dengan pakaian barang muslim dan lainnya.⁵

Rumah Busana Muslim Salsanafa baru menerapkan adanya *member card* Nibras sekitar awal tahun 2019. Selain itu, ketika konsumen akan melakukan transaksi pembayaran khusus produk Nibras maka konsumen akan ditawarkan untuk membuat atau menggunakan kartu member, yang dimana apabila mempunyai kartu member akan mendapatkan potongan harga dari harga aslinya. Syarat untuk membuat member yaitu dengan cara mendaftar dan melakukan pembayaran Rp. 25.000 yang akan berlaku selamanya ketika masih mempunyai *member card* tersebut.

Rumah Busana Muslim Salsanafa merupakan sebuah toko atau usaha grosir dan ritel yang menjual berbagai macam pakaian muslim mulai dari sarimbit / seragaman keluarga, jilbab, gamis, tunik, rok, kulot, mukenah, tas, sepatu, sandal dan lain sebagainya. Ditinjau dari pengamatan penulis pada

⁵ Elga Lita, "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pemberlakuan Potongan Harga bagi Pemilik Kartu Member pada Ratu Paksi Pekanbaru", (Disertasi: UIN Suska Riau, 2013), h. 5.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

toko Rumah Busana Muslim Salsanafa yang berlokasi yaitu di Jl. HR. Soebrantas, Tarai Bangun, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar Riau ditemukan bahwa RBM Salsanafa buka setiap harinya dari pukul 08.00 sampai 18.00 WIB. Jumlah pengguna *member card* Nibras di toko Rumah Busana Muslim Salsanafa yaitu sekitar 2.571 orang yang sudah menggunakannya. Berikut data pelanggan yang mempunyai *member card* dari tahun 2019-2023.

Tabel 1.1

Data Konsumen yang Mempunyai Member Card

| Tahun | Jumlah Member Card |
|-------|--------------------|
| 2019 | 111 |
| 2020 | 130 |
| 2021 | 400 |
| 2022 | 850 |
| 2023 | 1.080 |

Sumber: Manajer Rumah Busana Muslim Salsanafa

Tabel di atas menunjukkan data jumlah konsumen yang mempunyai *member card*. Pada tahun 2019 konsumen yang mempunyai *member card* hanya sebanyak 111 orang. Pada tahun 2020 konsumen yang mempunyai *member card* bertambah sebanyak 130 orang. Pada tahun 2021 terjadi kenaikan lagi yaitu sebesar 400 orang. Pada tahun 2022 terjadi lagi kenaikan sebesar 850 orang konsumen yang mendaftar untuk mempunyai *member card*. Karena biasanya diskon yang diberikan Rumah Busana Muslim Salsanafa kepada konsumen yang mempunyai *member card* yaitu 10%, hal tersebut menjadi

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.

Dayat tarik pembeli untuk selalu ingin mendapatkan diskon dalam berbelanja. Akhirnya pada tahun 2023, konsumen yang mempunyai *member card* bertambah sebanyak 1.080 orang. Tahun 2021 hingga saat ini mulai ada peningkatan yang daftar member Nibras dan tentunya sudah mulai banyak pengunjung berdatangan untuk berbelanja pakaian muslim di toko Rumah Busana Muslim Salsanafa.⁶

Namun, disisi lain masih banyak konsumen yang belum mempunyai dan tidak mengetahui tentang *member card*. Bahkan ada juga yang sudah berlangganan tapi tidak menggunakan kartu *member card* tersebut kemungkinan terjadi karena pelanggan buru-buru atau ada keperluan lain yang mendesak. Disisi lain juga ada pelanggan yang loyalitas tetapi tidak membuat member karena berpikir harus membayar member dan ada juga yang punya member tapi hanya sesekali belanja atau bisa jadi hanya karena untuk mendapatkan diskon ketika pertama kali belanja biasanya hal ini terjadi dikarenakan total belanjanya lebih besar daripada harga member. Padahal faktanya, mempunyai *member card* tentunya memiliki manfaat salah satunya mendapatkan banyak potongan harga atau diskon. Biasanya diskon yang diberikan kepada pembeli yang mempunyai *member card* yaitu 10%. Selain itu, Rumah Busana Muslim Salsanafa sering memberikan promosi seperti; diskon akhir tahun, diskon pada saat menjelang puasa dan setelah lebaran, diskon 20%-50%, dan diskon beli satu gratis satu. Untuk pembeli yang

⁶ Amtira Puspa Ningrum, S.Kom, manager/leader toko Rumah Busana Muslim Salsanafa, *Wawancara*, Pekanbaru Mei 2023.



mempunyai *member card* akan mendapatkan banyak diskon atau potongan harga.

Pelanggan yang sudah setia (*loyal*) bersedia membeli walaupun dengan harga yang sedikit mahal dan senantiasa melakukan pembelian yang berulang (*repeat purchase*) serta merekomendasikan produk atau jasa tersebut pada orang lain.⁷ Sikap pelanggan dalam melakukan pembelian dipengaruhi juga oleh tingkat kepuasan pelanggan. Artinya jika pelanggan merasa puas terhadap apa yang diharapkan maka dapat menciptakan sikap loyal terhadap sesuatu yang diperoleh. Bahwa penciptaan nilai pelanggan untuk memenuhi keinginan pelanggan diperlukan berbagai kombinasi dari strategi pemasaran yang ada. Ini bermakna kombinasi-kombinasi strategi merupakan bagian dari dimensi sikap loyalitas pelanggan terhadap sesuatu produk.

Salah satu penelitian terdahulu yang meneliti tentang diskon member card yaitu penelitian Viona Lestari, “Pengaruh Diskon *Member Card* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekan Baru Menurut Ekonomi Syariah”. Hasil dari penelitian ini yaitu diperoleh persamaan regresi bahwasannya variabel diskon member card berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen.⁸

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik meneliti lebih jauh tentang permasalahan tersebut dengan judul: “Pengaruh

⁷ Mulyaningsih, “Customer Relationship Management (CRM) Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pandu Siwi Sentosa Manado” *Customer Relationship Management*, Vol 1., No 4., (2013), h.1731.

⁸ Viona Lestari, “Pengaruh Diskon *Member Card* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah” (Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 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.



Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa Perspektif Ekonomi Syariah”.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian yang akan dilaksanakan lebih terarah dan sampai kepada yang dimaksud dan tujuan penelitian, maka penulis ingin membatasi permasalahan yang dalam penelitian ini adalah tentang pengaruh diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan pada produk nibras di Rumah Busana Salsanafa Panam Pekanbaru menurut Ekonomi Syariah.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah diskon *member card* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah tentang promosi melalui *member card* terhadap loyalitas pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan .
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah tentang diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan Nibras menurut ekonomi syariah.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dan diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan, ilmu dan informasi mengenai pengaruh *member card* dan promosi terhadap loyalitas pelanggan pada sebuah bisnis busana muslim di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai praktik penggunaan promosi melalui *member card* bagi pelanggan.

3. Manfaat Akademis

Sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum 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.

F. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dikemukakan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis akan menguraikan beberapa teori yang membahas tentang, pengertian strategi pemasaran, tujuan strategi pemasaran, konsep bauran pemasaran, pengertian diskon, indikator diskon, macam-macam diskon, faktor terjadinya diskon, diskon dalam pandangan Islam, pengertian *member card*, fungsi dan manfaat *member card*, macam-macam *member card*, pengertian loyalitas, karakteristik loyalitas, indikator loyalitas, jenis-jenis loyalitas, loyalitas dalam pandangan Islam serta berisi tentang penelitian terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel, serta teknik pengolahan data dan analisis data.

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.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh promosi melalui member card terhadap loyalitas pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa menurut ekonomi syariah.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan penelitian dan saran-saran berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya.

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 PUSTAKA

A. Kerangka Teori

1. Strategi Pemasaran

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberikan arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tingkatan dan acuan serta alokasinya, terutama sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah.⁹

b. Tujuan Strategi Pemasaran

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah:¹⁰

- 1) Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran
- 2) Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan
- 3) Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran
- 4) Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran

⁹ Augusti Gesta Nabila, Antje Tuasela, "Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika", *Jurnal Kritis*. Vol. 5 No. 2, 2021, hal. 27.

¹⁰ Marissa Grace Haque, et.al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Taggerang Selatan: Pascal Books, 2021), h. 9-12.



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.

c. Konsep Bauran Pemasaran

Konsep Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Manajemen pemasaran dikelompokkan dalam empat aspek yang sering dikenal dengan *marketing mix* atau bauran pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat P”, yaitu:¹¹

- 1) Product/Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, design, fitur, nama merek, kemasan, serta layanan.
- 2) Price/Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.
- 3) Place/Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran

¹¹ Ananda Isabella Dwi Aisya, Sofien Grastina Putri, “Upaya Strategi Pemasaran Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi PEngendalian Mutu di House Of Raminten Yogyakarta)”, *Jurnal Pariwisata*. Vol. 3 No. 2, hal. 9.

distribusi adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Saluran distribusi dapat didefinisikan sebagai himpunan perusahaan dan perorangan yang mengambil alih hak atau membantu dalam pengalihan hak atas barang atau jasa tertentu selama barang atau jasa tersebut berpindah dari produsen ke konsumen.

- 4) Promotion/Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Definisi promosi menurut Kotler adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengkomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk, dan mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut. Secara rinci tujuan promosi menurut Tjiptono adalah sebagai berikut:¹²
 - a) Menginformasikan
 - b) Membujuk pelanggan sasaran
 - c) Mengingat

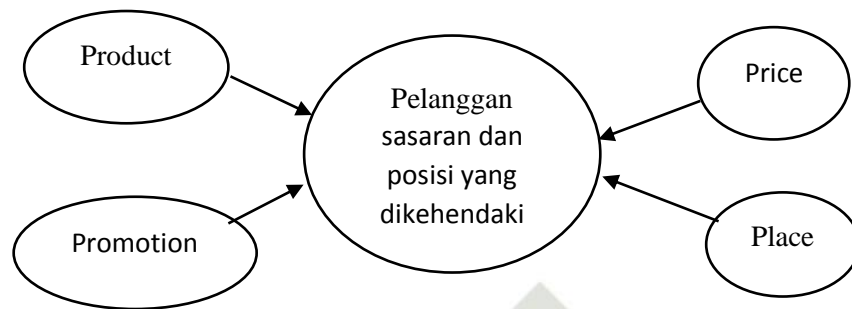
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

¹² Kasino Martowinangun, Devita Juniati Sri Lestari, Karyadi, "Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung" *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap...*, Vol.1 No. 2, (Juni 2019), h. 141.



Gambar 2.1 “Empat dari bauran pemasaran”¹³

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. Loyalitas Pelanggan

a. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan satu kata lama yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan.¹⁴ Loyalitas berasal dari kata dasar “Loyal” yang berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Loyalitas konsumen memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka.

Menurut Kotler & Keller, loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan seseorang yang terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar suatu produk atau jasa tersebut.

¹³ Iqbal Arraini, Darnilawati dkk, “*Manajemen Pemasaran*”, Batam, Yayasan Cendikia Media Mandiri, 2023, h. 18.

¹⁴ Cristopher Lovelock dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), 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.

Dan usaha pemasaran yang berpotensi menyebabkan peralihan perilaku.¹⁵

Loyalitas pelanggan adalah terciptanya kepuasan pelanggan sehingga dapat memberikan dasar bagi pembelian ulang sehingga terciptalah loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut. Loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi menyebabkan perubahan perilaku.¹⁶

Berdasarkan pengertian diatas, dapat dijelaskan bahwa loyalitas lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengembalian keputusan.

b. Karakteristik Loyalitas

Menurut Adam, loyalitas pelanggan lebih mengarah kepada perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin yang didasarkan pada unit pengembalian Keputusan. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karektersitik sebagai berikut:¹⁷

- 1) Melakukan pembelian yang berulang-ulang.
- 2) Hanya membeli produk dari perusahaan tersebut.

¹⁵ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), h. 75.

¹⁶ Aji Pratama dkk, "Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat loyalitas konsumen Pada Distro Bloods Industry Kota Bandung", *Prosiding Manajemen*. Vol. 5 No. 1, 2019, h. 738.

¹⁷ Wilson Linardy, Ferry Hidayat, "Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Global Mitra Prima Medan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening" *Cermin : Jurnal Penelitian*, Vol.6, No. 1 (Desember 2022), h. 33.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Menolak produk lain.
- 4) Menunjukkan kekebalan (tidak terpengaruh) oleh daya tarik produk sejenis dari perusahaan pesaing.
- 5) Melakukan penciptaan prospek.

Sedangkan menurut Tjiptono mengemukakan beberapa karakteristik konsumen yang loyal, diantaranya adalah:¹⁸

- 1) Melakukan pembelian yang konsisten.

Konsumen membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.

- 2) Merekomendasikan produk perusahaan kepada orang lain.

Konsumen melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain.

- 3) Konsumen tidak akan beralih ke produk pesaing.

Konsumen tidak tertarik terhadap produk sejenis dari perusahaan lain.

c. Jenis-jenis Loyalitas Pelanggan

Ada empat jenis loyalitas Konsumen yaitu:¹⁹

- 1) *No Loyalty*

Konsumen seperti ini jarang membeli produk/jasa pada tempat yang sama untuk yang ke dua kalinya. Umumnya mereka selalu berganti-ganti tempat.

¹⁸ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2000), h. 100-108.

¹⁹ Tandjung, *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, (Bakumedia: Malang, 2004), h. 119-120.

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) *Inertia Loyalty*

Konsumen jenis ini membeli sesuatu karena faktor kebiasaan. Biasanya, menggunakan produk tertentu atau karena sudah merasa cocok. Untuk meningkatkan loyalitas konsumen seperti ini pemasar harus meningkatkan diferensiasi produk atau dipersepsi produk tersebut cukup berkualitas.

3) *Latent Loyalty*

Konsumen seperti ini mempunyai tingkat pembelian ulang yang rendah. Faktor situasi menyebabkan seseorang akan melakukan pembelian atau tidak sama sekali. Konsumen yang masuk dalam kategori ini menjadi loyal karena situasi atau keadaan yang memaksanya membeli atau menggunakan barang atau jasa.

4) *Premium Loyalty*

Konsumen sangat bangga terhadap produk yang digunakan. Bahkan, mereka mereferensikan kepada teman dan keluarganya. Konsumen seperti ini merupakan alat promosi gratis bagi perusahaan. Tingkat loyalitasnya sudah tidak perlu diragukan lagi.

d. Indikator Loyalitas

Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan adalah:²⁰

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes regular repeat purchases*)

²⁰ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2019), 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.

Makes regular repeat purchases yaitu: Pelanggan membeli kembali produk yang sama dengan yang ditawarkan oleh perusahaan.

- 2) Melakukan pembelian diluar lini produk/ jasa (*Purchases across product and service lines*).

Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk / jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

- 3) Merekomendasikan produk (*Refers other*).

Refers other yaitu: Pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut tentang produk tersebut kepada orang lain.

- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*).

Demonstrates an immunity to the full of the competition yaitu: Pelanggan tidak tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

e. Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Menurut Dharmamesta, faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen antara lain:²¹

- 1) Harga

Menurut Tjiptono, harga dapat didefinisikan sebagai sejumlah uang (satuan mata uang) dan/atau aspek lain (non-moneter) yang

²¹ Ridha Maisaroh, *Op. Cit*, h.199.

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.

mencakup kegunaan/penggunaan tertentu yang diperlukan untuk memperoleh barang atau jasa.

2) Promosi

Promosi merupakan mekanisme pemasaran yang berfokus pada komunikasi kegiatan pemasaran secara persuasif menargetkan pelanggan untuk memfasilitasi transaksi atau pengiriman antara perusahaan dan konsumen untuk membeli kegiatan yang diperlukan. Menurut Rosalina, yang dikutip oleh Nabila dan Putu dalam penelitiannya menyatakan promosi menekankan pentingnya loyalitas konsumen, karena jika promosi meningkat maka perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas produk atau jasa, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Promosi penjualan dapat dibedakan atas tiga bentuk menurut Sofyan yaitu:²² promosi yang diarahkan kepada pembeli, misalnya sample, kupon, pameran, demonstrasi/peragaan, dan lain-lainnya. Promosi yang diarahkan kepada pedagang, misalnya potongan (*discount*), dealer contest dan lain-lain. Promosi yang diarahkan kepada pramuniaga (*sales person*) misalnya, bonus dan lain-lain.

3) Kualitas Pelayanan

²² Rami Syah Putri dan Indra Safri, "Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitshubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru", *Jurnal Valuta*. Vol. 1 No. 2, Oktober 2015, h. 304.



Kualitas pelayanan merupakan pernyataan sikap, hubungan antara harapan (expectations) dan kinerja (results). Definisi kualitas layanan adalah untuk mengukur sejauh mana layanan yang dapat diberikan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, serta ketepatan dalam penyampaiannya yang seimbang sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Sinurat, yang dikutip oleh Nabila dan Putu dalam penelitiannya, kualitas pelayanan berdampak pada pelanggan khususnya loyalitas pelanggan, jika perusahaan dapat menunjukkan kualitas pelayanan yang lebih baik, maka pelanggan akan puas dan loyal terhadap produk dan jasa Perusahaan.

f. Loyalitas Pelanggan dalam Islam

Islam merupakan agama yang mengatur segala dimensi kehidupan. Al-Qur'an diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Oleh karena itu, setiap aktivitas hidup selalu berhubungan dengan aturan secara Islam. Demikian halnya dalam penyampaian jasa, setiap aktivitas yang terkait harus didasari oleh kepatuhan terhadap syariah yang penuh dengan nilai moral dan etika.

Loyalitas dalam Islam disebut dengan *al-wala'*. Secara etimologi, *alwala'* memiliki beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Konsep loyalitas

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dalam Islam atau *alwala'* adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.²³

Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya yang memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntut oleh agama Islam. Perhatikan firman Allah dalam surat Al-Maidah ayat 54.²⁴

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا مَنْ يَّرْتَدَّ مِنْكُمْ عَن دِيْنِهٖۙ فَسَوْفَ يٰۤاتِي اللّٰهُ بِقَوْمٍۭ٭٭٭ حَسْبُهُمْ
 وَنُحِبُّوْنَہٗۙ اٰذِلَّةًۭ٭٭٭ عَلٰى الْمُؤْمِنِيْنَ اَعِزَّةًۭ٭٭٭ عَلٰى الْكٰفِرِيْنَ يُجٰهَدُوْنَۙ فِى سَبِيْلِ اللّٰهِ وَلَا
 تَخٰۤافُوْنَ لَوْمَةَ لَّاۤيْمٍۭ٭٭٭ ذٰلِكَ فَضْلُ اللّٰهِ يُؤْتِيْهِۙ مَن يَّشَآءُ ۗ وَاللّٰهُ وَاسِعٌ عَلِيْمٌ ﴿٥٤﴾

“Hai orang-orang yang beriman barang siapa diantara kamu yang murtad (keluar) dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintainya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang yang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah mahaluas (pemberian-Nya), lagi maha mengetahui”.

Di sisi lain, seorang mukmin tidak boleh loyal dan cinta terhadap musuh-musuh Islam. Dalam kategori *hablum minannas* ini,

²³ Fitria Salahika Salma, “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya” *JESTT*, Vol.2 No. 4, (April 2015), h.37.

²⁴ Mashuri *Op. Cit.* h. 57.

berarti kita tidak diperbolehkan bekerjasama apalagi menjual loyalitas muslim kepada hal yang berbau riba. Oleh karenanya, dalam beberapa firman-Nya, Allah mengingatkan orang-orang beriman tentang hal ini dalam surat Ali-Imran ayat 28 sebagai berikut:²⁵

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَنَّةً وَيُحَذِّرْكُمْ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

“Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti dari mereka. Dan Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali(mu)”.

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, Islam menganjurkan untuk menjaga hubungan dengan berbagai golongan (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan kualitas jasa yang baik. Penyedia jasa hendaklah memberikan kualitas jasa yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas pelanggan. Anjuran Islam mengajarkan bahwa penyedia jasa harus memberikan kualitas jasanya yang baik kepada pelanggan, agar pelanggan tetap setia menggunakan jasanya. Sedangkan keseimbangan dalam hidup akan menciptakan jiwa yang memiliki loyalitas yang merasakan ketenangan lahir dan batin. Jiwa loyalitas mencerminkan sikap konsisten dan teguh pendirian untuk menggunakan sebuah jasa agar pelanggan menuju

²⁵ Kementerian Agama RI, *Op. Cit. Al-Imran/3:28*

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.

keadaan yang lebih baik. Loyalitas pelanggan dalam Islam akan kokoh kalau dibangun dari kepuasan Islam.²⁶

3. Diskon

a. Pengertian Diskon

Diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon juga merupakan potongan harga yang diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual.²⁷ Sedangkan potongan – potongan harga diberikan kepada konsumen disebabkan oleh beberapa hal seperti ini:²⁸

- 1) Konsumen membayar lebih cepat dari waktu yang telah ditentukan.
- 2) Pembelian dalam partai besar.
- 3) Adanya perbedaan pertimbangan
- 4) Dari pihak produsen sendiri kemungkinan merupakan suatu program.

Diskon adalah pengurangan harga daftar yang diberikan oleh penjual kepada pembeli yang juga mengorbankan fungsi pemasaran atau menyediakan fungsi tersebut untuk dirinya sendiri. Potongan harga dapat menjadi alat yang bermanfaat dalam perencanaan strategi pemasaran. Potongan harga merupakan pengurangan terhadap harga

²⁶ Mashuri Op. Cit. h. 58.

²⁷ Muhammad Rino Rahmansyah, Wahdiyati Moko, “Pengaruh Pemberian Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Brands Reputation dan Brand Image (Studi Pada Konsumen Shopee)”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol. 9 No. 2. 2021, h. 3.

²⁸ Novita Sari Nainggolan, “Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan”, *Jurnal Ekonomi USI* Vol. 2 No. 1. 2020, h. 56.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

yang telah ditetapkan, hal tersebut karena pembeli memenuhi syarat yang telah ditetapkan.

Sistem diskon sering digunakan oleh produsen atau penjual dalam meningkatkan penjualannya, karena bisa menarik minat pembeli untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan. Sistem diskon biasanya dilakukan dengan cara memotong beberapa persen dari harga asli dari penawaran produk.

b. Indikator Diskon

Menurut Sutisna potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Yang menjadi dimensi diskon adalah :²⁹

1) **Besarnya potongan harga**

Besarnya ukuran potongan harga yang diberikan pada saat produk di diskon.

2) **Masa potongan harga**

Jangka waktu yang diberikan pada saat terjadinya *discount*.

3) **Jenis produk yang mendapatkan potongan harga.**

Keanekaragaman pilihan pada produk yang di diskon.

Menurut Kotler indikator atau dimensi diskon adalah :³⁰

c. Faktor Terjadinya Diskon

²⁹ Nimas Wulandari, *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru, 2020) h. 34.

³⁰ Sisi Oktaviani Diah Ayu Eka Lestari, Abdul Yusuf, "Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ruang Guru di Kota Karawang" *Kinerja*, Vol. 18., No. 1., (2021), h. 134-140

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Anne Ahira, dalam penerapannya strategi diskon tidak dilakukan secara serampangan atau pada sembarang kondisi. Langkah atau kebijakan ini menyangkut beberapa kondisi, yaitu:³¹

1) Produk melimpah

Strategi diskon diterapkan ketika jumlah produk cukup melimpah atau jauh melebihi jumlah permintaan yang ada. Untuk itu diperlukan langkah agar stok produk yang besar tidak macet atau justru malah menumpuk memenuhi gudang. Apalagi hukum ekonomi menyebutkan bahwa besarnya *supply* yang tidak diberi peningkatan *demand* akan mendorong terjadinya penurunan harga.

2) Rendahnya permintaan pasar

Kondisi ini bisa berupa rendahnya tingkat konsumsi masyarakat akibat rendahnya pendapatan atau terjadinya krisis ekonomi sehingga menyebabkan lesunya sector riil. Seperti halnya hukum ekonomi, rendahnya demand atau permintaan pasar terhadap suatu produk akan mendorong terjadinya penurunan harga. Pada kondisi semacam ini penurunan harga merupakan konsekuensi logis dari harga pasar yang ada. Sehingga pengertian diskon sebagai langkah menurunkan harga merupakan keharusan yang dilakukan pengusaha agar tetap bertahan bukan sebagai strategi bisnis. Ketika diskon diberikan melalui trik promosi yang memikat sehingga berhasil mengkondisikan pasar sekaligus

³¹ *Ibid.* hal 31.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

merangsang masyarakat untuk membeli, baru disebut sebagai strategi bisnis.

3) Persaingan Harga

Suatu bisnis pasti tidak terlepas dari masalah persaingan. Berkumpulnya sejumlah usaha sejenis di suatu wilayah akan mendorong meningkatnya persaingan yang terjadi. Indikator yang paling mudah untuk memenangkan pertarungan adalah dengan menerapkan harga yang lebih rendah di banding pesaing lain. Apabila ada suatu usaha yang memulai dengan menurunkan harga produk, maka akan memancing pengusaha lainnya untuk berlaku sama, yaitu dengan, menurunkan harga atau memberikan diskon yang lebih besar.

d. Macam-Macam Diskon

Menurut Kotler ada beberapa macam bentuk dari diskon³² yaitu: Diskon tunai, Diskon kuantitas, Diskon fungsional, Diskon Musiman dan Potongan (*allowance*).

1) Diskon Tunai

Diskon tunai adalah pengurangan harga untuk pembeli yang segera membayar tagihannya atau membayar tagihan tepat pada waktunya.

2) Diskon Kuantitas

³² Philip Kotler, *Manajemen, Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi B. Indonesia Alih Bahasa: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta. PT Pradiphalindo 1997. hal. 195.

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.

Diskon kuantitas merupakan pengurangan harga bagi pembeli yang membeli dalam jumlah besar.

3) Diskon Fungsional

Diskon fungsional juga disebut diskon perdagangan (*trade discount*) ditawarkan oleh produsen pada para anggota saluran perdagangan jika mereka melakukan fungsi-fungsi tertentu seperti menjual, menyimpan dan melakukan pencatatan.

4) Diskon Musiman

Diskon musiman merupakan pengurangan harga untuk pembeli yang membeli barang atau jasa diluar musimnya.

5) Potongan (*allowance*)

Potongan merupakan pengurangan dari daftar harga, misalnya: potongan tukar tambah (*trade-in allowance*) dan potongan promosi (*propotional allowance*). Potongan tukar tambah adalah pengurangan harga yang diberikan untuk menyerahkan barang lama ketika membeli yang baru.

Pada jenis diskon yang berlaku pada Nibras di Rumah Busana Salsanafa ini adalah diskon jenis khusus, dimana diskon ini termasuk dalam diskon fungsional. Karena diskon ini terbentuk sesuai dengan fungsi tertentu. Jadi para pelanggan yang memiliki kartu VIP atau kartu member Nibras berbelanja di seluruh produk nibras yang terdapat di Rumah Busana Salsanafa mendapatkan diskon atau potongan harga, dan pada saat pembayaran pembeli

menunjukkan kartu member atau dengan menyebutkan kode atau nama pemilik member tersebut. Pada pemotongan harga yang terjadi untuk pengguna kartu member Nibras mempunyai ketentuan 10% potongan harga dalam setiap transaksinya. Selain diskon fungsional di Rumah Busana Salsanafa juga mengadakan diskon musiman, seperti sebelum menjelang hari raya idul fitri ataupun hari raya idul adha atau hari-hari besar lainnya, Rumah Busana Salsanafa telah melakukan diskon terlebih dahulu, diskon ini dilakukan agar konsumen tetap berbelanja di Rumah Busana Salsanafa, walaupun pembelian dilakukan di luar musim atau barang-barang tersebut sebenarnya baru akan dibutuhkan di waktu mendatang.

e. Diskon dalam Pandangan Islam

Manusia merupakan makhluk sosial yaitu makhluk yang hidup dalam masyarakat yang tidak bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri. Manusia pada hakikatnya saling membutuhkan antara yang satu dengan yang lainnya merupakan ciri dari konsep muamalah yang tidak bisa lepas dari kehidupan. Konsep muamalah merupakan suatu konsep yang mengatur hubungan baik seluruh manusia. Yang bertujuan untuk menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan dari segala kemudharatan. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa dalam syariat di dalamnya terdapat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah dan makruh.

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.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia melakukan hubungan interaksi dengan yang lainnya dalam sebuah kegiatan bisnis. Kegiatan bisnis ini merupakan sebuah kegiatan yang sangat penting dilakukan agar dapat memenuhi semua kebutuhan manusia akan barang dan jasa, rohani maupun jasmani. Kebutuhan manusia bersifat tidak terbatas dan keinginannya pun terus berkembang. Dalam memenuhi kebutuhannya, ajaran Islam pun telah mengatur seluruh bidang bidang dalam kehidupan manusia. Salah satunya yaitu jual beli. Firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah: 275.³³

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ...

... Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”...

Dalam masalah jual beli, Islam juga telah memberikan aturan secara jelas mengenai rukun dan syaratnya. Baik yang berhubungan dengan pihak penjual, pembeli, ataupun objek akad dari jual beli yang dilakukan. Adapun jual beli yang sesuai dengan syariah adalah jual beli yang didalamnya terdapat kejujuran, terpenuhi syarat dan rukun akad dari jual beli tersebut. Allah SWT., melarang manusia untuk berlaku curang dan menanjurkan manusia untuk bertransaksi atas dasar suka sama suka.

Seperti yang dijelaskan dalam Q.S An-Nisa ayat 29:

³³ Kementrian Agama RI, *Op.Cit, Al-Baqarah/2: 275*

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

*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*³⁴

Konsep jual beli dalam Islam memiliki prinsip masalah, keuntungan atau masalah bagi pedagang atau yang melakukan transaksi. Dalam hal jual beli, tentu sebagai pembeli harus cermat dalam memilih harga barang yang akan dibeli. Membandingkan harga barang dari suatu tempat perbelanjaan, tentunya pembeli harus mengetahui harga umum barang tersebut yang dijual di pasaran sebelum diberlakukan potongan harga atau diskon.

Potongan harga atau diskon dalam terminologi Fikih Muamalah, sebagaimana yang disebutkan menurut Syabbul Bachri dikenal dalam istilah fuqaha “dengan sebutan *al-naqis min al-tsaman* (pengurangan harga). Diskon juga disebut dengan istilah *khasm*. Diskon dalam jual beli Islam terdapat pada akad *muwadla'ah* adalah jual beli di mana penjual melakukan penjualan dengan harga yang lebih rendah daripada harga pasar atau dengan potongan (*discount*). Penjualan semacam ini biasanya hanya dilakukan untuk barang-barang atau aktiva tetap yang nilai bukunya sudah sangat rendah. Rukun dan

³⁴ Kementerian Agama RI, *Op.Cit, An-Nisa/4:29*.

syarat jual beli pada *bay' al-muwadla'ah* sama seperti yang terdapat pada *bay' murabahah* dengan tambahan yang terdapat pada keumuman jual beli. Mengenai harga awal dari barang yang akan dikenai diskon tidak boleh bertentangan dengan kondisi barang yang ada. Karena apabila bertentangan maka termasuk ke dalam kategori riba.

Hukum jual beli dengan menggunakan sistem potongan harga (diskon) itu diperbolehkan selama tidak membawa kepada hal yang diharamkan seperti halnya penipuan kepada konsumen, merugikan konsumen, menimbulkan kemudharatan, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sistem diskon harus terlepas dari beberapa faktor yang diharamkan.

Prinsip ekonomi islam yang dipakai dalam diskon member card yaitu transparansi. Penyelenggaraan diskon member card harus transparan dan jujur. Informasi mengenai diskon, syarat, dan ketentuan yang terkait harus disampaikan dengan jelas kepada pelanggan agar tidak ada unsur penipuan atau ketidakjelasan.

Hadis Riwayat Bukhari:

حَدَّثَنَا رَوْحٌ، حَدَّثَنَا هِشَامٌ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ وَاسِعٍ، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ الْمُنْكَدِرِ، عَنْ أَبِي صَالِحٍ، عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: " مَنْ نَفَسَ عَنْ أَخِيهِ الْمُسْلِمِ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الدُّنْيَا، نَفَسَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبِ الْآخِرَةِ، وَمَنْ سَتَرَ عَلَى أَخِيهِ الْمُسْلِمِ، سَتَرَهُ اللَّهُ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ، وَاللَّهُ فِي عَوْنِ الْعَبْدِ مَا كَانَ الْعَبْدُ فِي عَوْنِ أَخِيهِ

"Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda: 'Jika dua pihak yang bertransaksi jujur dan terbuka (transparan), berkah transaksi mereka

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.

akan terjamin. Tetapi jika mereka berdusta dan menyembunyikan sesuatu, berkah transaksi mereka akan dihapus."

Hadis ini juga menegaskan bahwa berkah dalam transaksi tergantung pada kejujuran dan keterbukaan antara kedua pihak yang bertransaksi. Dengan demikian, prinsip transparansi adalah nilai yang sangat dihargai dalam Islam, dan umat Islam dianjurkan untuk berlaku jujur dan terbuka dalam segala bentuk transaksi atau urusan keuangan.

4. Member Card

a. Pengertian Member Card

Member Card (Kartu Anggota) dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kartu yang memuat jati diri seseorang sebagai tanda keanggotaan suatu perkumpulan (perusahaan dan sebagainya).³⁵

Member Card dalam bahasa Arab disebut *Bithaqatu at Takhfidh* adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu.

Adapun *Member Card* atau kartu diskon secara etimologi adalah sebuah kertas tebal yang tidak seberapa, biasanya persegi panjang (untuk berbagai keperluan). Kartu diskon menurut terminologi yaitu kartu yang pemegangnya mendapat potongan harga khusus pada saat berbelanja di beberapa toko yang telah menyepakati sebelumnya untuk memberikan potongan harga. Tujuan diadakannya diskon

³⁵ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 628.

menurut Nitisemito yaitu: pertama, mendorong pembeli untuk membeli dalam jumlah yang besar sehingga volume penjualan diharapkan akan bisa naik; kedua, Pembelian dapat dipusatkan perhatiannya pada penjual tersebut, sehingga hal ini dapat menambah atau mempertahankan langganan penjual yang bersangkutan; ketiga, merupakan *sales service* yang dapat menarik terjadinya transaksi pembelian.³⁶

Member Card atau kartu loyalitas merupakan salah satu bentuk upaya pemasaran yang bisa mendorong perilaku pembelian loyal dari para pemegang kartu tersebut. Menurut Magatef dan Tomalieh menyatakan bahwa program Loyalty Card atau kartu member adalah rencana insentif yang memungkinkan bisnis ritel untuk mengumpulkan informasi tentang pelanggannya. Konsumen yang memegang kartu member ini akan ditawari potongan harga, kupon atau poin terhadap barang atau jasa yang ditawarkan atas hadiah atau imbalan atas partisipasi mereka dalam program loyalitas ini. Tujuan lain dari kartu member ini adalah untuk membangun perilaku pembelian ulang kepada konsumen dengan menawarkan keuntungan-keuntungan yang tidak bisa diperoleh oleh konsumen yang bukan member. Biasanya, kartu member tersedia dalam bentuk fisik seperti kartu ATM atau kartu kredit. Agar dapat dikenali siapa pemilik dari kartu member tersebut,

³⁶ Isty Yuliani, Safitri Mukarromah, "Transaksi Jual Beli dengan Menggunakan Sistem Member Card di warung Makan Sambel Layah Purwokerto", *Transaksi Jual Beli*. Vol. 3 No. 2, Oktober 2020, hal. 98.

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.

setiap kartu dilengkapi dengan *barcode*, *chip* atau *strip magnet* yang berfungsi untuk proses pemindaan.³⁷

b. Fungsi dan Manfaat *Member Card*

1) Fungsi *Member Card*

a) Meningkatkan loyalitas pelanggan

Para pemilik *Member Card* mempunyai peluang besar untuk mendapatkan diskon dari perusahaan penyedia barang atau jasa. Syarat dan ketentuan diskon tergantung dari kebijakan masing-masing perusahaan. Karena mendapatkan diskon tersebut, para pelanggan yang memiliki kartu member akan memilih tetap berbelanja disana, tidak berpaling ke toko lain.

b) Sebagai media promosi secara gratis dan tidak langsung

Para pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan pihak toko pasti akan menyarankan lingkungan pertemanan maupun keluarganya untuk menjadi member di toko yang menggunakan sistem *Member Card*.³⁸

2) Manfaat *Member Card*

Manfaat memiliki *Member Card* sangat dirasakan oleh pelaku usaha di berbagai bidang mulai dari retail, butik, makanan, pusat kebugaran, dan lain sebagainya. Karena dengan begitu

³⁷ Chika Monika, Farah Oktafiani, "Pengaruh Program Membership Terhadap Loyalitas Pelanggan di Chatime Bandung The Effect Of Membership Program On Customer's Loyalty At Chatime Bandung" e-Proceeding of Management, Vol. 8, No. 1 (Februari 2021), h. 431-436

³⁸ Khalid bin Ali Al Musyaiqih, *Fiqh Muamalat Masa kini*, Cet 1 (Surabaya: 2018), 97.

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.

mereka bisa memanfaatkan *Member Card* tersebut sebagai media untuk menjalin komitmen dengan pelanggan dalam waktu yang jangka panjang. Adapun manfaat yang dapat diperoleh konsumen ketika menggunakan *Member Card* adalah sebagai berikut:

- a) Pelayanan yang selalu prima, siap sedia, professional serta ramah.
- b) Memberikan perhatian penuh dan tak terbagi setiap kali pelanggan melakukan transaksi bisnis dengan perusahaan.
- c) Memberikan produk dan layanan yang berkualitas kepada konsumennya.
- d) Mendapatkan perhatian pada semua detail setiap kali konsumen mengakses system layanan perusahaan.

Manfaat menggunakan *Member Card* sangat diuntungkan bagi para pemiliknya terutama dalam pelayanan serta memberikan perhatian penuh setiap melakukan transaksi para konsumen akan mendapatkan layanan produk yang berkualitas.³⁹

c. Macam-macam Member Card

Member card (kartu anggota) adalah kartu yang mana pemiliknya akan mendapatkan diskon dari harga barang-barang atau beberapa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan tertentu. *Member card* terdiri atas 3 macam, yaitu sebagai berikut.

1) Free Member Card

³⁹ *Ibid*, h. 97.

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.

Free member card, yaitu kartu keanggotaan yang didapatkan secara gratis, atau sekedar membayar uang biaya pembuatan kartu.

2) *Special Member Card*

Special member card, yaitu kartu keanggotaan yang mana transaksi *terjadi* dari dua pihak saja: penyelenggara yang mengeluarkan kartu dan anggota atau peserta yang membeli kartu.

3) *Common Member Card*

Common member card, yaitu kartu keanggotaan yang mana transaksi *terjadi* dari tiga pihak : penyedia barang dan jasa, penyelenggara yang mengeluarkan kartu, serta anggota atau peserta yang membeli kartu.

Kedua macam member card tersebut didapat dengan cara membayar.⁴⁰

B. Penelitian Terdahulu

Dalam beberapa literatur yang sudah ada, penulis melihat terhadap penelitian tentang *Member card* dan promosi, tetaapi belum ada secara khusus meneliti tentang Pengaruh Member Card dan Promosi Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Nama | Judul | Persamaan | Hasil Penelitian |
|-----|------|-------|-----------|------------------|
|-----|------|-------|-----------|------------------|

⁴⁰ Hesti Permata Sari, "Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga dengan Menggunakan Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli" (Studi Kasus Rabbani Palembang), (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Raden Fatah: Palembang, 2016) h.24.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

| | Peneliti | Penelitian | dan Perbedaan | |
|----|-----------------------------|---|--|--|
| 1. | Fahriansyah Fachriel (2014) | “Pengaruh Diskon dan Kartu Member Terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus pada Matahari Departement Store Jayapura)” | Persamaan: Variabel X yaitu sama-sama pengaruh diskon dan member card. Perbedaan: Variabel Y yaitu niat beli konsumen. | Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara penawaran diskon dengan niat beli konsumen, dan juga tidak adanya pengaruh yang signifikan antara penawaran member card dengan niat beli konsumen. ⁴¹ |
| 2. | Riky Alfredo (2021) | “Pengaruh Pemberian Diskon Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelanggan yang Memiliki Kartu VIP Chandra Tanjung Karang Bandar Lampung)” | Persamaan: Variabel Y sama-sama Loyalitas konsumen Perbedaan: Variabel X Pengaruh pemberian potongan harga melalui member card. | Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara diskon melalui member card (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) pada pelanggan Chandra Superstore Tanjung Karang Bandar Lampung. ⁴² |
| 3. | Muhammad Zen (2013) | “Pengaruh Kualitas | Persamaan: Variabel X ₂ | Hasil Penelitian menunjukkan |

⁴¹ Fahriansyah Fachriel, “Pengaruh Diskon dan Kartu Member Terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus pada Matahari Departement Store Jayapura)” (Disertasi: Universitas Yapis Papua, 2014), h. 134.

⁴² Riky Alfredo, “Pengaruh Pemberian Diskon Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi pada Pelanggan yang Memiliki Kartu VIP Chandra Tanjung Karang Bandar Lampung)”, (Disertasi: 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.

| | | | | |
|----|-----------------------------|--|--|---|
| | | Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru” | Yaitu pengaruh membership card dan Variabel Y sama-sama Loyalitas Konsumen. Perbedaan: Variabel X_1 yaitu pengaruh kualitas pelayanan. | bahwa program membership card berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. ⁴³ |
| 4. | Viona Lestari (2023) | “Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah” | Persamaan: Variabel X yaitu diskon member card. Perbedaan: Variabel Y keputusan pembelian. | Hasil penelitiannya yaitu diperoleh persamaan regresi bahwasannya variabel diskon member card berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian konsumen. ⁴⁴ |
| 5. | Muhammad Ary Pranata (2022) | “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Seno Babershop | Persamaan: Variabel X_3 sama-sama Membership Card dan variabel Y sama-sama Loyalitas Konsumen. Perbedaan: Variabel X_1 yaitu harga | Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh |

⁴³ Muhammad Zen, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru” (Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013)

⁴⁴ Viona Lestari, “Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah” (Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2023)

| | | | | |
|--|--|-------------|------------------------------------|---|
| | | Perbaungan” | X ₂ Kualitas Pelayanan. | negatif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara parsial program membership card berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan bahwa harga, kualitas pelayanan, dan program membership card memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan seno barbershop perbaungan. ⁴⁵ |
|--|--|-------------|------------------------------------|---|

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Kerangka Pemikiran

Menurut Sapto Haryoko, kerangka berpikir adalah suatu penelitian yang menggunakan dua variabel atau lebih dalam prakteknya. Sehingga kerangka berpikir itu berisi mengenai variabel-variabel yang akan dibahas di dalam penelitian. Variabel itu lantas dijelaskan di dalam tulisan.⁴⁶ Untuk itu, kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

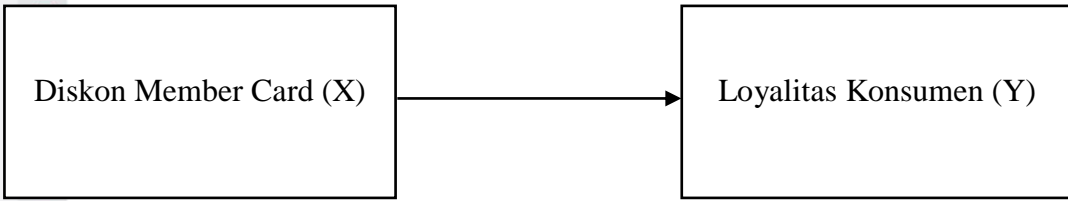
Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran

⁴⁵ Muhammad Ary Pranata, “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Seno Babershop Perbaungan” (Disertasi: Universitas Muhammadiyah, 2022)

⁴⁶ Sapto Haryoko dalam “Kerangka Berpikir: Pengertian, Macam, Dan Cara Membuatnya,” 2022, <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/contoh-kerangka-berpikir/>., diakses pada 01 Maret 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis atau hipotesa adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Penggunaan hipotesis dalam suatu penelitian didasarkan pada masalah atau tujuan penelitian.

Hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ho: Diduga Variabel Diskon member card tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa.

Ha: Diduga Variabel Diskon member card berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa.

E. Definisi Operasional

Tabel 2.2

| Variabel | Definisi | Indikator |
|----------|---|---|
| Diskon | Diskon atau potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon juga merupakan potongan harga | <ul style="list-style-type: none"> • Besarnya potongan harga. • Masa potongan harga • Jenis produk yang mendapatkan potongan harga.⁴⁸ |

⁴⁸ Nimas Wulandari, *Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Ilmiah Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru, 2020) h. 34.

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 diberikan oleh penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual. ⁴⁷ | |
| Loyalitas Pelanggan | Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. ⁴⁹ | <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan pembelian ulang secara teratur. • Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa • Merekomendasikan produk. • Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing.⁵⁰ |

Sumber : Data Olahan 2023

⁴⁷ Muhammad Rino Rahmansyah, Wahdiyot Moko, "Pengaruh Pemberian Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Brands Reputation dan Brand Image (Studi Pada Konsumen Shopee)" *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*. Vol. 9 No. 2. 2021, h.3.

⁴⁹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007), h. 75.

⁵⁰ Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 130.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian merupakan suatu tempat atau wilayah dimana peneliti melakukan penelitian. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini, yaitu Rumah Busana Muslim Salsanafa, Jl. HR. Soebrantas, Tarai Bangun, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, Indonesia. Seberang gerbang UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Alasan mengambil lokasi ini adalah karena di Rumah Busana Muslim Salsanafa Ada produk Nibras yang menggunakan *member card*. Sedangkan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Juni 2023 hingga selesai.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek adalah orang, tempat atau benda yang diamati dalam penelitian sebagai sasaran. Sedangkan objek adalah hal yang menjadi pokok persoalan untuk kemudian diamati dan diteliti. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang mempunyai member Nibras, sedangkan objek penelitian adalah Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Nibras

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.

di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.⁵¹ Pada penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh konsumen Rumah Busana Muslim Salsanafa yang mempunyai member nibras berjumlah sekitar 2.571 orang dari April 2019–Mei 2023.⁵²

2. Sampel

Dalam praktik penelitian, seorang peneliti jarang sekali melakukan penelitian terhadap keseluruhan kumpulan elemen (populasi). Peneliti biasanya melakukan seleksi terhadap bagian elemen-elemen populasi dengan harapan hasil seleksi tersebut dapat merefleksikan seluruh karakteristik yang ada. Elemen adalah subyek dimana pengukuran dilakukan, elemen-elemen populasi yang terpilih ini disebut sampel, cara memilih atau menyeleksiya disebut teknik sampling. Sampel yang baik adalah sampel yang benar-benar dapat digunakan untuk menggambarkan karakteristik populasinya. Dengan demikian maka sampel adalah wakil

⁵¹ Iwan hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*, (Jakarta: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hal. 61.

⁵² Amtira Puspa Ningrum, S.Kom, Manager / leader toko rumah busana muslim Salsanafa, *Wawancara*, Pekanbaru, Mei 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.

semua unit strata yang ada dalam populasi.⁵³ Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus yang digunakan Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Di mana:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Toleransi ketidak telitian dalam persen (%)

Diketahui: jumlah populasi 2.571 (data terbaru Mei 2023). Sementara itu, ketidaktelitian yang diperkirakan 10%. Jadi jumlah ukuran sampelnya adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.571}{1 + 2.571(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.571}{1 + 2.571(0,01)}$$

$$n = \frac{2.571}{1+25,71}$$

$$n = \frac{2.571}{26,71} = 96,25$$

n = 96,25 dibulatkan menjadi 97 orang responden.

⁵³ Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2015), h.20.

Setelah melihat hasil perhitungan dari pengambilan sampel, penulis mendapatkan jumlah sampel 97 responden. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil perhitungan yang lebih spesifik.

Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling purposive, adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁵⁴ Karakteristik responden yang dapat dijadikan sampel adalah konsumen yang mempunyai member card, konsumen yang belanja lebih dari tiga kali dan konsumen yang merekomendasikan produk.

E. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber datanya. Data primer disebut juga sebagai data asli atau data baru yang memiliki sifat up to date. Untuk mendapatkan data primer, peneliti harus mengumpulkannya secara langsung. Teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data primer yaitu observasi, wawancara, diskusi terfokus dan penyebaran kuisisioner.⁵⁵

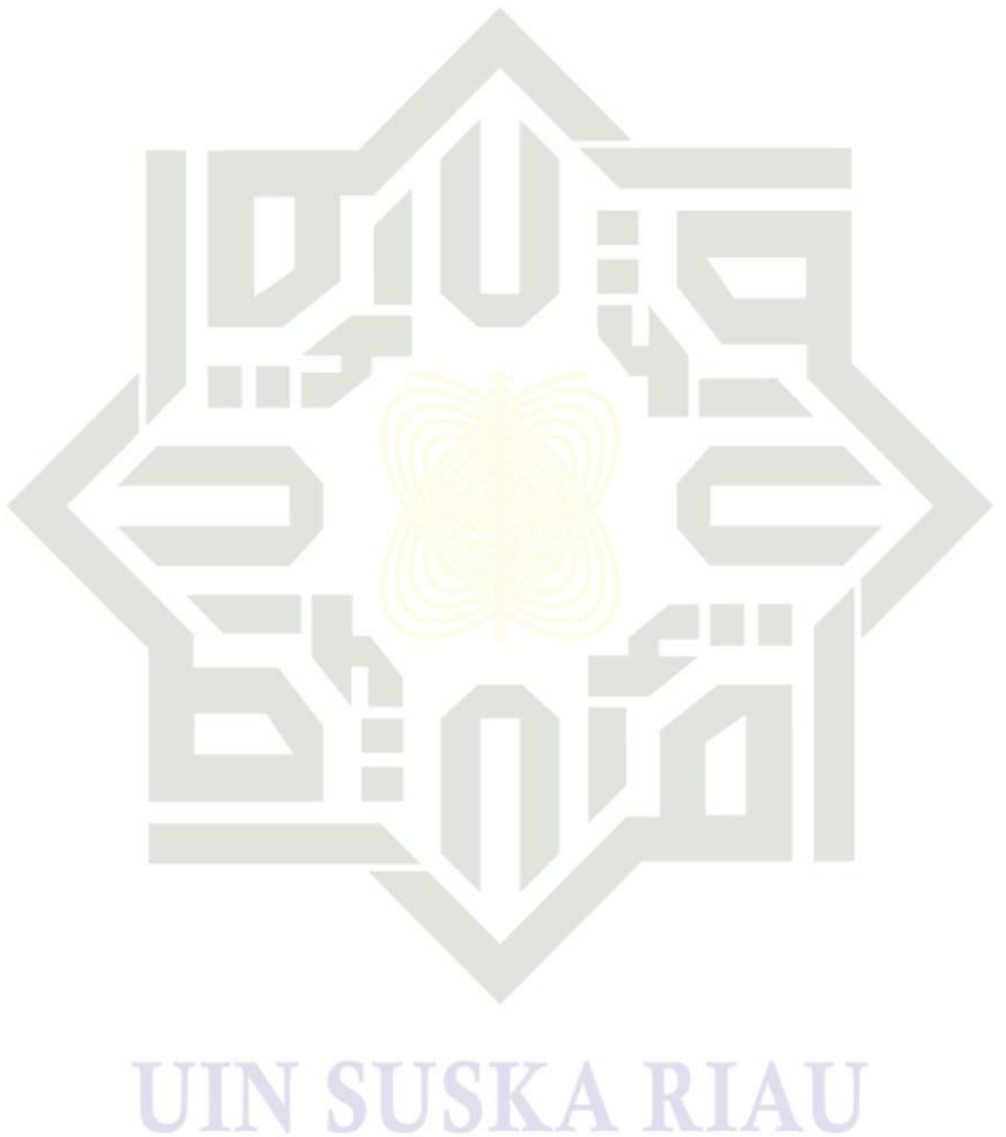
2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (peneliti sebagai tangan

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: ALFABETA, 2014), h. 82.

⁵⁵ Sandu Siyiti, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2018), h. 67-68.

kedua). Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, laporan, jurnal dan lain lain.⁵⁶



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

⁵⁶ *Ibid.*, h. 68.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, penelitian menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah cara menghimpun bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan objek pengamatan.⁵⁷

2. Wawancara

Interview yang sering disebut dengan wawancara kuesioener lisan, adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (interview). Wawancara dilakukan baik pada pihak terkait yaitu Manajer dan Owner Rumah Busana Muslim Salsanafa maupun pada konsumen yang mempunyai *member card* guna mendapatkan informasi jelas yang berhubungan dengan pengaruh diskon *member card* dalam terhadap meningkatkan loyalitas pelanggan Rumah Busana Muslim Salsanafa.

3. Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) adalah cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, jika opsi jawaban tidak ditentukan sebelumnya, dan bersifat tertutup jika opsi jawaban telah disediakan

⁵⁷ Djaai, Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, (Yogyakarta: Garsindo, 2019), h. 95.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

sebelumnya, instrumennya dapat berupa: kuesioner (angket), *checklist*, atau skala.⁵⁸ Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket) model terbuka dengan skala likert.

4. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya momentual dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita biografi, peraturan kebijakan. Dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.

Telaah dokumentasi juga penting untuk menemukan data (informasi) yang diperlukan dalam penelitian. Meskipun data (informasi) yang didapat dari telaah dokumentasi ini klarifikasinya bukan data primer, tetapi masuk dalam klarifikasi data sekunder, namun masih punya arti penting.⁵⁹

G. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penggambaran yang dirancang untuk memperoleh informasi tentang status atau gejala mengenai status atau gejala mengenai populasi atau daerah tertentu, atau

⁵⁸ Ma'ruf Abdullah, *Loc, Cit.*, 248-250.

⁵⁹ *Ibid.*, h. 255.

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

menentukan fakta berdasarkan cara pandang (kerangka berpikir tertentu pada saat penelitian dilakukan).⁶⁰

Analisis deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata berikut ini beserta skor atas jawabannya.

1. Sangat setuju diberi skor 5
2. Setuju diberi skor 4
3. Netral diberi skor 3
4. Tidak setuju diberi skor 2
5. Sangat tidak setuju diberi skor 1

Sedangkan yang dimaksud dengan analisis kuantitatif adalah yang dimana sesuai dengan namanya, banyak dituntut menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁶¹ Dimana metode ini dimaksudkan untuk melihat apakah ada pengaruh diskon member card terhadap loyalitas pelanggan pada produk nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru menurut

⁶⁰ Abdullah, *Berbagi Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen*, (Samata-Gova: CV. Gunadarma Ilmu, 2018), h. 1.

⁶¹ Suharsimi Arikunto, *Op.,Cit*, 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.

ekonomi syariah, dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden, maka perlu pengolahan data dengan menggunakan program SPSS. Dimana analisis yang digunakan adalah statistik regresi linier sederhana.

1. Uji Instrumen Data**a. Uji Validitas**

Dalam uji validitas, setiap pertanyaan/ Pernyataan diukur dengan menghubungkan jumlah/total dari masing-masing pertanyaan/ Pernyataan dengan total/jumlah keseluruhan tanggapan yang digunakan dalam setiap variabel. Kriteria uji validitas adalah dengan membandingkan Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) dengan nilai r tabel. Nilai r hitung (*Pearson Correlation*) ini nantinya akan digunakan sebagai tolak ukur yang menyatakan valid atau tidaknya item pertanyaan yang digunakan untuk mendukung penelitian, maka akan dicari dengan membandingkan r hitung (*Pearson Correlation*) terhadap nilai r tabelnya.

Dalam menentukan nilai r hitung, digunakan nilai yang tertera pada baris *Pearson Correlation*. Sedangkan untuk menentukan nilai r tabel, pada kolom df digunakan rumus $N-2$, dimana N adalah banyaknya responden. Kriteria pengujian uji validitas sebagai berikut:

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrument penelitian dikatakan valid.
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrument penelitian dikatakan invalid.

b. Uji Reliabilitas



Pada dasarnya, uji reliabilitas mengukur variabel yang digunakan melalui pertanyaan/ Pernyataan yang digunakan. Uji reliabilitas yang dilakukan dengan membandingkan nilai *Cronbach's alpha* dengan taraf signifikansi yang digunakan. Adapun kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika nilai *Cronbach's alpha* > taraf signifikansi, maka dikatakan reliabel.
- Jika nilai *Cronbach's alpha* < taraf signifikansi maka dikatakan tidak reliabel.

Untuk penelitian ini peneliti juga menggunakan batasan nilai cronbch alpha sebesar 0.60, jika nilai pada hasil reliabelitas > 0,60 maka reliabelitas pernyataan dapat diterima, sebaliknya apabila nilai pada hasil reliabelitas lebih.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah data untuk semua variabel dalam penelitian ini mengikuti pola distribusi normal atau tidak dan data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika datanya berdistribusi normal maka biasa menggunakan metode analisis statistik parametrik, tetapi jika datanya tidak berdistribusi normal maka menggunakan metode non statistik non parametrik. Pengujian normalitas dilakukan dengan Teknik Kolmogorov-Smirnoov yang di dukung dengan grafik P-Plot of

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.

Regression Standardized Residual dan Jarque-Bera dengan kriteria untuk signifikansinya $> 0,05$. Jika $> 0,05$ data berdistribusi normal, jika $< 0,05$ data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap, disebut homoskedastisitas. Sementara itu, untuk varian yang berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi bertujuan menganalisis besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Regresi linear dikelompokkan menjadi 2 kelompok yaitu regresi linier sederhana dan linier berganda. Regresi sederhana adalah persamaan regresi yang menggambarkan dan menjelaskan pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana hubungan keduanya dapat digambarkan sebagai suatu garis lurus. Secara umum persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan sebagai berikut:⁶²

$$Y = a + bx + e$$

Keterangan:

Y : Nilai variabel dependen

⁶² Agus Tri Basuki, *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 74.



- X : Nilai variabel independen
- a : Konstanta
- b : Koefisien regresi
- e : Variabel lain yang tidak diteliti

Dalam penelitian ini yang termasuk dalam variabel dependen (terikat) adalah keputusan pembelian konsumen dan variabel independen (bebas) adalah harga diskon melalui member card.

4. Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t adalah pengujian koefisien regresi persial individu yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen.

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (X) secara persial. Kriteria pengujian tingkat signifikan (α)=0,05. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel bebas secara persial memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

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.

- 2) Apabila $t \text{ hitung} < t_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, jadi variabel bebas secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.⁶³

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

6. Koefisien Korelasi

Uji korelasi merupakan uji yang bertujuan untuk memahami hubungan Variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Teknik korelasi ini digunakan untuk membuktikan hubungan variabel bila data variabel berbentuk interval atau rasio dan sumber datanya sama. Penafsiran terhadap besar atau kecil koefisien korelasi yang diperoleh dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman pada ketentuan tertentu yang dapat dilihat pada tabel berikut:

⁶³ Veti Andriani, "Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, (*Disertasi*: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018), h. 86.

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.

Tabel. 3.1**Pedoman Pemberian Interpretasi Koefisien Korelasi**

| No. | Interval Nilai | Kekuatan Hubungan |
|-----|----------------|-------------------|
| 1. | 0,00-0,199 | Sangat Rendah |
| 2. | 0,20-0,399 | Rendah |
| 3. | 0,40-0,599 | Sedang |
| 4. | 0,60-0,799 | Kuat |
| 5. | 0,80-1,000 | Sangat Kuat |

H. Gambaran Umum Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa**1. Sejarah Berdirinya Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa**

Rumah Busana Muslim Salsanafa adalah suatu toko usaha fashion atau ritel yang menjual berbagai macam pakaian muslim mulai dari sarimbit atau seragaman keluarga, jilbab, gamis, tunik, rok, kulot, mukenah, tas, sepatu, sandal dan lain sebagainya. Usaha ini didirikan oleh Bunda Mardiana kisaran tahun 2013. Motivasi Bunda Mardiana buka usaha ritel yaitu karena rasa ingin yang tinggi dan adanya peluang yang besar pada saat itu. Yang mana awalnya hanya 1 ruko, Rumah Busana Muslim Salsanafa bergabung dengan brand pertama kali yaitu dengan Nibras pada tahun 2019, dan disinilah awal mulanya ada *member card*.

Toko rumah Busana Muslim Salsanafa beralamat di Jl. HR. Soebrantas, Tarai Bangun, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar,

Provinsi Riau, Indonesia. Seberang gerbang UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

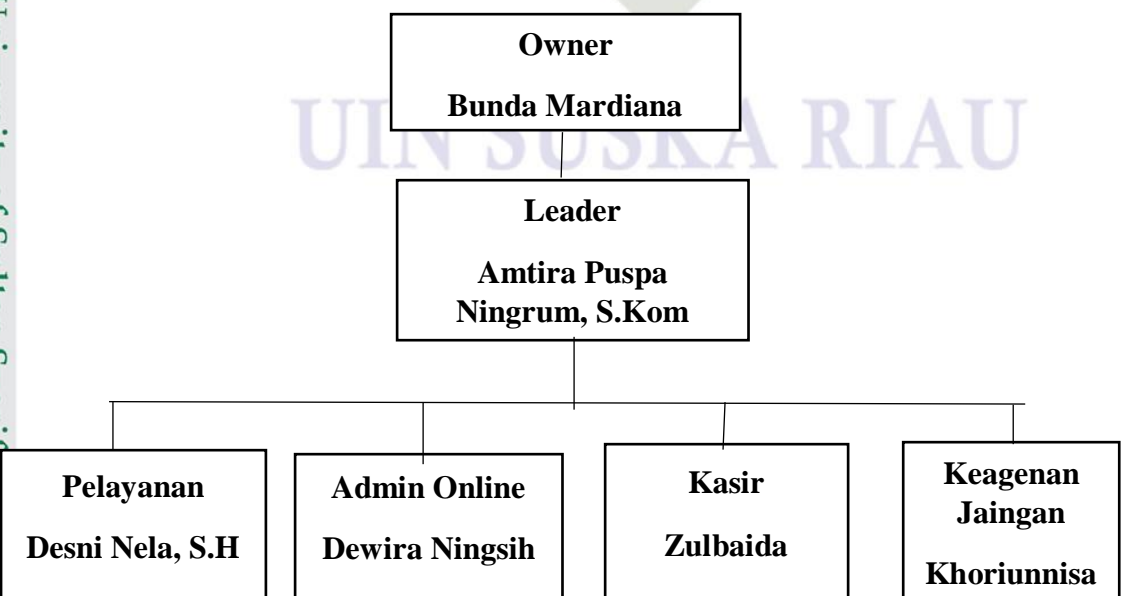
Rumah Busana Muslim Salsanafa setiap harinya buka dari pukul 08.00 sampai pukul 18.00 WIB toko offlinenya, sedangkan online buka dari pukul 08.00 hingga pukul 21.00 WIB. Lalu keunggulan Rumah Busana Salsanafa dari yang lain yaitu menerapkan adanya member card bagi konsumen agar mendapatkan banyak potongan harga dalam berbelanja.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

2. Struktur Organisasi

Penyusunan suatu struktur organisasi perlu diperhatikan tentang bagaimana struktur organisasi yang diperlukan oleh organisasi bersangkutan. Hal ini dimaksudkan sangat pentingnya menciptakan kinerja organisasi yang efisien dan efektif. Dalam suatu organisasi pembagian tugas, penetapan kedudukan, pembatasan kekuasaan dan wewenang adalah sangat penting, karena dengan demikian akan diketahui siapa yang bertanggung jawab dan kepada siapa harus dipertanggung jawabkan

Tabel 3.2
Struktur Organisasi



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.



Struktur organisasi menceminkan bagian-bagian yang dapat dalam perusahaan. Adapun tugas dan tanggung jawab dari bagian-bagian yang terdapat dalam perusahaan adalah:

1. Owner

Kekuasan tertinggi di dalam perusahaan ini berada di tangan presiden direktur yang mempunyai hak dan kewajiban:

- a. Mengawasi semua kinerja toko
- b. Menentukan kebijakan dan peraturan toko
- c. Mengambil keputusan dengan segera dalam kondisi toko yang memungkinkan.
- d. Mengawasi secara keseluruhan aktivitas toko sehubungan masalah administrasi dan umum serta masalah karyawan.

2. Leader

- a. Menghandel briefing pagi
- b. Mengecek semua tugas karyawan
- c. Mengevaluasi sales report untuk dilaporkan ke owner
- d. Mensosialisasikan program bulanan dan campain dari pusat ke karyawan
- e. Mengikuti grup pusat untuk informasi produk-produk terbaru
- f. Merekap faktur belanja
- g. Menghandel barang return
- h. Membantu FAC

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.

- i. Membantu VMD
- j. Mengatur jadwal libur karyawan dan menhandel tugas-tugas karyawan yang libur.

3. Admin Online

- a. Membalas chat pelanggan di wa, ig dan fb
- b. Mengedit foto di aplikasi canva, capcut dan sebagainya
- c. Memasukkan foto produk ke story wa, ig dan fb
- d. Memposting produk ke feed ig dan fb
- e. Mencatat orderan konsumen secara online
- f. Memasukkan produk di shopee
- g. Mengatur diskon di shopee
- h. Live shopee
- i. Mengatur barang yang di chek out
- j. Membalas chat shopee
- k. Packing orderan shopee dan online

4. Pelayanan

- a. Melayani pelanggan offline
- b. Merapikan rak dan membersihkan debu
- c. Mendisplay pakaian bagian depan
- d. Menyusun barang-barang diskon
- e. Membongkar barang yang masuk dari pusat
- f. Mengecek ulang barang yang masuk sesuai nota



- g. Menyusun barang yang sudah dibongkar ke rak nya masing-masing.

5. Kasir

- a. Menyelesaikan transaksi uang masuk dan keluar
- b. Tutup buku kasir
- c. Mengisi NS
- d. Menginput barang baru masuk ke ipos
- e. Mengelola data member
- f. Membuat pembukuan uang kecilo
- g. Membantu FAC
- h. Membantu VMD
- i. Menginput HPAI
- j. Order HPAI

6. Keaganan / Jaringan

- a. Share produk di grup WA (Agen dan Reseller)
- b. Membalas chat
- c. Mencatat orderan
- d. Menyiapkan orderan
- e. Mengorderkan barang ke pusat
- f. Menghandel barang konsiyasi
- g. Menghandel barang keep-an
- h. Membuat sales report harian

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.

- i. Menyapa agen dan reseller (grup/personal)
- j. Menotakan pesanan agen
- k. Mempacking barang (kondisional)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara diskon *member card* terhadap loyalitas pelanggan Rumah Busana Salsanafa. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana sebagai berikut $Y = 10,006 + 0.549 X$, berdasarkan hasil uji hipotesis uji t diketahui bahwa nilai $t_{hitung} = 4.549 > t_{tabel} = 1.985$, koefisien determinasi sebesar 17,9% sisanya 82,1% yang berarti bahwa diskon *member card* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 17,9% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dan uji korelasi nilai R sebesar 42,3% yang berarti bahwa hubungan antara diskon *member card* dengan loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat.
2. Tinjauan Ekonomi Syariah pemberian diskon terhadap loyalitas pelanggan produk Nibras sudah sesuai dengan prinsip Ekonomi Syariah yaitu terhindar dari riba, hablumminannas, transparan, masalah, sehingga tidak merugikan salah satu pihak.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini.

Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini diharapkan kepada Rumah Busana Muslim Salsanafa dapat selalu menerapkan diskon *member card* agar konsumen mendapatkan banyak potongan harga, dan kepada konsumen supaya membuat kartu member agar mendapatkan banyak diskon.
2. Semoga peneliti selanjutnya bisa menambahkan variabel lain untuk memperluas penelitian ini, yang dapat mengarah pada penelitian yang lebih detail.

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

Buku:

- Abdullah, Berbagi Metodologi dalam Penelitian Pendidikan dan Manajemen, Samata-Gowa: CV. Gunadarma Ilmu, 2018
- Abdullah, Ma'ruf. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Aswaja Presindo, 2015
- AlMusyaiqih, Khalid bin Ali. *Fiqh Muamalat Masa kini*, Cet 1, Surabaya: 2018
- Arraini, Iqbal, Darnilawati dkk, *Manajemen Pemasaran*, Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2023
- Basuki, Agus Tri. *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 628.
- Djaai, Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan*, Yogyakarta: Garsindo, 2019
- Haque, Marissa Grace. et., al., *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021
- Hemawan, Iwan. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methode*, Jakarta: Hidayatul Quran Kuningan, 2019
- Heriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Kotler, Philip. *Manajemen, Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi B. Indonesia Alih Bahasa: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta. PT Prenhalindo 1997.
- Lowelock, Cristopher dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010
- Siyati, Sandu dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2018

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.

Tandjung, *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*, Bayumedia: Malang, 2004.

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Yogyakarta : Andi Offset, 2000

Jurnal:

Aisyah, Ananda Isabella Dwi dan Sofien Grastina Putri, “Upaya Strategi Pemasaran Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan (Studi PEngendalian Mutu di House Of Raminten Yogyakarta).” *Jurnal Pariwisata* Vol. 3 No. 2 (2023): hal. 9

Lestari, Sisi Oktaviani Diah Ayu Eka dan Abdul Yusuf, “Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Penggunaan Aplikasi Ruang Guru di Kota Karawang” *Kinerja* Vol. 18., No. 1 (2021): h. 134-140

Linaryd, Wilson dan Ferry Hidayat, “Analisis Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT Global Mitra Prima Medan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening” *Cermin : Jurnal Penelitian* Vol.6, No. 1 (Desember 2022): h. 33.

Maisaroh, Ridha dan Maulida Nurhidayati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2”, *Jurnal of Economics and Business Research* Vol. 1 No. 2 (2021): h. 198.

Martowinangun, Kasino, Devita Juniati Sri Lestari, Karyadi, “Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung” *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap...*, Vol.1 No. 2 (Juni 2019): h. 141.

Mashuri, “Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* Vol. 9 No. 1 (Juni 2020): h. 57.

Monika, Chika dan Farah Oktafiani, “Pengaruh Program Membership Terhadap Loyalitas Pelanggan di Chatime Bandung The Effect Of Membership Program On Customer’s Loyalty At Chatime Bandung” *e-Proceeding of Management* Vol. 8, No. 1 (Februari 2021): h. 431-436

Mulyaningsih, “Customer Relationship Management (CRM) Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pandu Siwi Sentosa Manado” *Customer Relationship Management* Vol 1., No. 4 (2013): h.1731.



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.

Naila, Augusti Gesta dan Antje Tuasela, “Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi di Kota Timika.” *Jurnal Kritis* Vol. 5 No. 2 (2021): h. 27.

Namngolan, Novita Sari “Pengaruh Potongan Harga dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan.” *Jurnal Ekonomi USI* Vol. 2 No. 1 (2020): h. 56.

Pratama, Aji dkk, “Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Tingkat loyalitas konsumen Pada Distro Bloods Industry Kota Bandung”, *Prosiding Manajemen* Vol. 5 No. 1 (2019): h.738

Purri, Rami Syah dan Indra Safri, “Pengaruh Promosi Penjualan Dalam Meningkatkan Penjualan Mobil Mitshubishi Pada PT. Pekan Perkasa Berlian Motor Pekanbaru” *Jurnal Valuta* Vol. 1 No. 2 (Oktober 2015): h. 304.

Rahmansyah, Muhammad Rino dan Wahdiyati Moko, “Pengaruh Pemberian Diskon Terhadap Loyalitas Konsumen yang Dimediasi Brans Reputation dan Brand Image (Studi Pada Konsumen Shopee).” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB* Vol. 9 No. 2 (2021): h. 3.

Salma, Fitria Salahika. “Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya” *JESTT*, Vol.2 No. 4 (April 2015), h.327.

Yuliani, Isty dan Safitri Mukarromah, “Transaksi Jual Beli dengan Menggunakan Sistem Member Card di warung Makan Sambel Layah Purwokerto.” *Transaksi Jual Beli* Vol. 3 No. 2 (Oktober 2020): h. 98

Disertasi, Tesis, Skripsi/Laporan Akhir:

Alfredo, Riky. “Pengaruh Pemberian Diskon Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Pada Pelanggan yang Memiliki Kartu VIP Chandra Super Store Tanjung Karang Bandar Lampung)”, Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan: Lampung, 2021.

Andriani, Vetii. “Analisis Pengaruh Pemberian Potongan Harga Melalui Member Card Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Raden Intan, 2018.

Fachriel, Fahriansyah . “Pengaruh Diskon dan Kartu Member Terhadap Niat Beli Konsumen (Kasus pada Matahari Departement Store Jayapura)”, Disertasi: Universitas Yapis Papua: 2014.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- Lestari, Viona. “Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Allea Outfit Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: 2023.
- Lita, Elga. “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Pemberlakuan Potongan Harga bagi Pemilik Kartu Member pada Ratu Paksi Pekanbaru”, Disertasi: UIN Suska Riau, 2013.
- Pranata, Muhammad Ary. “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Seno Babershop Perbaungan”, Disertasi: Universitas Muhammadiyah: 2022.
- Saa, Hesti Permata. “Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Pemberian Potongan Harga dengan Menggunakan Kartu Member dalam Transaksi Jual Beli (Studi Kasus Rabbani Palembang)”, Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Raden Fatah: Palembang, 2016.
- Wulandari, Nimas. “Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart”, Skripsi Sarjana: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Pekanbaru, 2020.
- Zen, Muhammad. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Program Membership Card Terhadap Loyalitas Pelanggan International Futsal Panam Pekanbaru”, Disertasi: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: 2013.

Internet:

- Hayoko, Spto dalam “Kerangka Berpikir: Pengertian, Macam, Dan Cara Membuatnya,” 2022, Artikel diakses pada 01 Maret 2023 dari <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/contoh-kerangka-berpikir/>,
- Suetyono dalam Yusuf Abdhul, [Metode Accidental Sampling: Cara dan Contoh](https://deepublishstore.com/blog/metode-accidental-sampling/), Deepublish store, 2022, artikel diakses pada 25 Mei 2023 dari <https://deepublishstore.com/blog/metode-accidental-sampling/>.

Al-Qur'an

- Quran Hafalan dan Terjemahan, Almah ra. Q.S Al-Baqarah (2) : 275.
- Quran Hafalan dan Terjemahan, Almah ra. Q.S An Nisa(4) : 29.

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.

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir. Saya, Ifni Awalliyah bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Dikon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Nibras di Rumah Busana Salsanafa Panam Pekanbaru Perspektif Ekonomi Syariah”. Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak / Ibu, Saudara/I untuk meluangkan waktunya sejenak untuk mengisi beberapa pertanyaan pada kuesioner ini.

Atas perhatian dan kerja samanya, saya ucapkan terima kasih.

Nama : _____

Jenis Kelamin : a. Perempuan b. Laki-laki

Usia : _____

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.

Beberapa lama menggunakan member card :

Petunjuk Pengisian :

- Responden dimohon mengisi identitas terlebih dahulu sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner.
- Responden dimohon mengisi kuesioner dengan menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
- Berikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.



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.

- 1 Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 Tidak Setuju (TS)
- 3 Kurang Setuju (KS)
- 4 Setuju (S)
- 5 Sangat Setuju (SS)

DAFTAR PERNYATAAN

Variabel X (Diskon Member Card)

| No | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1 | Rumah Busana Muslim Salsanafa selalu memberikan potongan harga minimal 10% terhadap produk Nibras. | | | | | |
| 2 | Saya mendapatkan potongan harga pada produk Nibras setelah lebaran sebesar 20%-50%. | | | | | |
| 3 | Rumah Busana Muslim Salsanafa setelah lebaran selalu mengadakan potongan harga besar-besaran dalam jangka waktu 1 s/d 2 bulan.. | | | | | |
| 4 | Rumah Busana Muslim Salsanafa sering mengadakan potongan harga pada akhir tahun dalam jangka waktu 1 bulan. | | | | | |
| 5 | Rumah Busana Muslim Salsanafa memberikan diskon / potongan harga pada produk yang melimpah. | | | | | |
| 6 | Rumah Busana Muslim Salsanafa memberikan diskon/potongan harga pada produk konsinyasi. | | | | | |



© 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



Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)

| No | Pertanyaan | SS | S | KS | TS | STS |
|----|---|----|---|----|----|-----|
| 1 | Saya merasa puas dengan produk Nibras sehingga memilih untuk terus membelinya. | | | | | |
| 2 | Saya selalu membeli seragaman keluarga di Rumah Busana Muslim Salsanafa sebelum lebaran. | | | | | |
| 3 | Saya membeli produk Nibras setiap ada keluaran model terbaru. | | | | | |
| 4 | Produk Nibras memenuhi harapan saya dan saya akan dengan senang hati merekomendasikannya kepada orang lain. | | | | | |
| 5 | Produk Nibras memiliki kualitas yang unik yang tidak saya temukan pada produk lain. | | | | | |
| 6 | Saya tetap membeli produk Nibras walaupun banyak produk brand lainnya. | | | | | |

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.

Lampiran Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Variabel Diskon Member Card (X)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| X1 | 21.62 | 5.926 | .384 | .703 |
| X2 | 21.20 | 6.388 | .443 | .668 |
| X3 | 21.29 | 5.728 | .649 | .596 |
| X4 | 21.03 | 6.968 | .485 | .662 |
| X5 | 21.41 | 6.766 | .373 | .689 |
| X6 | 21.08 | 7.556 | .406 | .686 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .708 | 6 |

2. Variabel Loyalitas Konsumen (Y)

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Y1 | 20.49 | 10.023 | .646 | .900 |
| Y2 | 19.89 | 10.435 | .837 | .864 |
| Y3 | 20.21 | 9.665 | .816 | .866 |
| Y4 | 19.89 | 11.039 | .768 | .876 |
| Y5 | 19.78 | 11.505 | .672 | .889 |
| Y6 | 19.90 | 11.323 | .685 | .886 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .898 | 6 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Lampiran Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

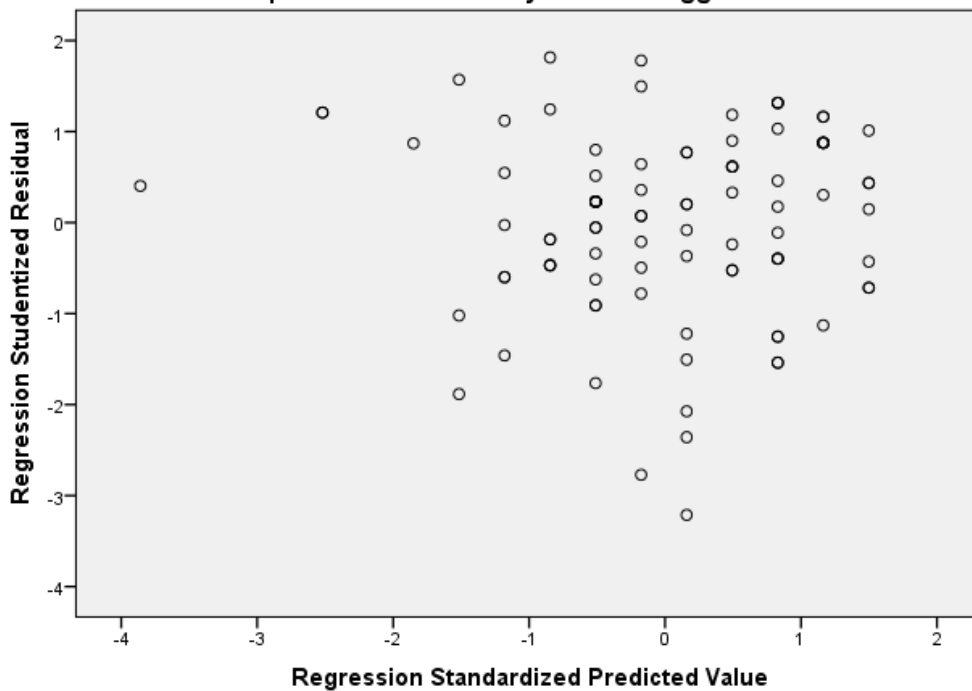
| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|--------------------------|-------------------------|
| N | | 97 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 3.51549862 |
| | Most Extreme Differences | |
| | Absolute | .085 |
| | Positive | .054 |
| | Negative | -.085 |
| Test Statistic | | .085 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .081 ^c |

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

Lampiran Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan



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



Lampiran Regresi Linear Sederhana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.006 | 3.104 | | 3.224 | .002 |
| Diskon Member Card | .549 | .121 | .423 | 4.549 | .000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Lampiran Uji T

Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 10.006 | 3.104 | | 3.224 | .002 |
| Diskon Member Card | .549 | .121 | .423 | 4.549 | .000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Lampiran Koefisien Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .423 ^a | .179 | .170 | 3.534 |

a. Predictors: (Constant), Diskon Member Card

b. Dependent Variable: 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.

Lampiran Dokumentasi

(Member Card Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa)



(Dokumentasi Bersama Leader Rumah Busana Muslim Salsanafa)



(Dokumentasi bersama Karyawan (Kasir) Toko Rumah Busana Muslim Salsanafa)

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.



(Dokumentasi bersama beberapa responden yang mempunyai member card)



(Dokumentasi beberapa produk Nibras Rumah Busana Muslim Salsanafa)

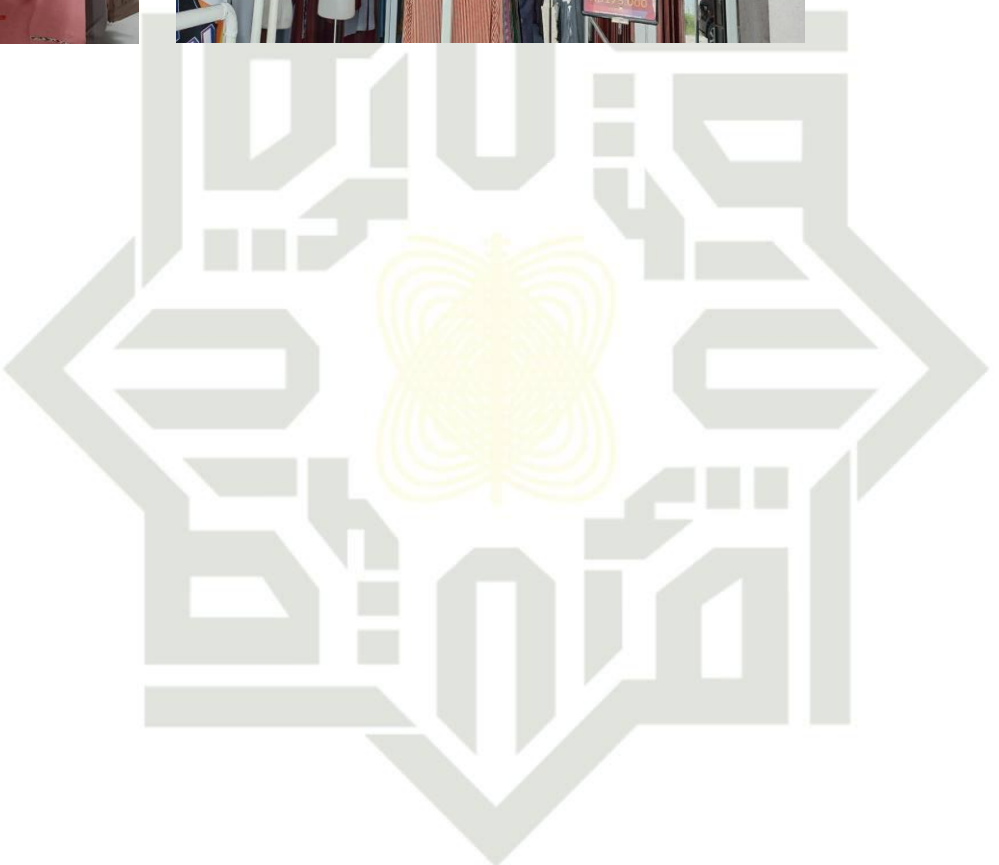


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA 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 PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Busana Salsanafa Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : Ifni Awalliyah
 NIM : 11920521956
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah *dimunaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Jumat/ 29 Desember 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, 15 Januari 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Sofia Hardani, M.Ag

Sekretaris
Musnawati, M.Ak

Penguji I
Dr. Rustam, SE, ME.Sy

Penguji II
Nurhasanah, SE, MM

Mengetahui:
 Kabag T.U
 Fakultas Syariah dan Hukum

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



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Amtira Puspa Ningrum, S.Kom
 Jabatan : Leader Rumah Busana Muslim Salsanafa

Surat keterangan ini menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Ifni Awalliyah
 NIM : 11920521956
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Instansi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah selesai melakukan penelitian di Rumah Busana Muslim Salsanafa Jl. HR. Soebrantas di Seberang Gerbang UIN SUSKA Riau. Terhitung mulai tanggal 1 November 2023 s/d 5 Desember 2023 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan. Skripsi penelitian yang berjudul **“Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Produk Nibras di Rumah Busana Muslim Salsanafa Panam Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Pekanbaru, 5 Desember 2023

Amtira Puspa Ningrum, S.Kom

Leader Rumah Busana Muslim Salsanafa

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.



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 : dpmpstp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/60976
 TENTANG



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

1.04.02.01

1.04.02.01
 Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Perintah Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 04/PP/PP.00/9/10070/2023 Tanggal 31 Oktober 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : **IFNI AWALLIYAH**
2. NIM / KTP : 11920521956
3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH S1**
4. Jelang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **PENGARUH DISKON MEMBER CARD TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK NIBRAS DI RUMAH BUSANA MUSLIM SALSANAFA PANAM PEKANBARU PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
7. Lokasi Penelitian : **TOKO RUMAH BUSANA MUSLIM SALASANAFA JL. HR. SOEBRANTAS, TARA BANGUN KEC. TAMBANG PEKANBARU**

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.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 6 Desember 2023



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :
 Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)
DPM PTSP
 DINAS PENANAMAN MODAL DAN
 PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 PROVINSI RIAU

UIN SUSKA RIAU

Kesimpulan :

Disampaikan kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Bupati Kampar
- Up. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa dan Politik di Bangkinang
- Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- Yang Bersangkutan

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Al-Farid 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.

**RIWAYAT PENULIS**

Ifni Awalliyah, lahir 30 Januari 2000 di Kota Pekanbaru, Riau. Penulis merupakan anak pertama dari 7 bersaudara. Putri dari Ayah Apridoni (Alm) dan Ibu Nurlela. Penulis bertempat tinggal di Jl. Pahlawan Gg. Perwira Labuh Baru, Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau. Penulis menempuh pendidikan di SD N 08 Balimbing, SMP N 2 Tanah Datar, MAN 2 Tanah Datar dan kemudian lulus menjadi mahasiswa di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Jurusan Ekonomi Syariah.

Akhir kata penulis mengucapkan syukur karena telah berhasil menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1) dan dapat menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada tanggal 29 Desember 2023 dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh Diskon Member Card Terhadap Loyalitas Pelanggan Nibras Rumah Buana Salsanafa Perspektif Ekonomi Syariah”