

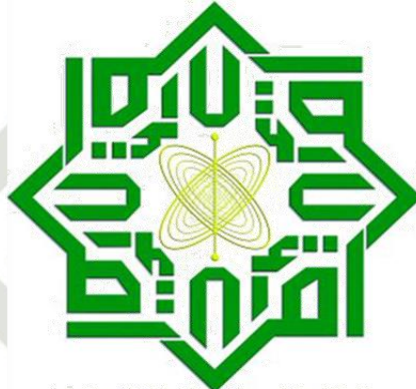
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA BENGKEL PT ASPACINDO KEDATON MOTOR SUNGAI
PAGAR 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 :

CINDI APRILLA
NIM. 11820525016

**PROGRAM S1
EKONOMI SYARIAH**

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU**

1445 H/ 2024 M



**PENGESAHAN PERSETUJUAN PEMBIMBING
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Perspektif Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

Nama : Cindi Aprilla
NIM : 11820525026
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 21 Juni 2023

Pembimbing II

Yuni Harlina, S.HI,M.E.Sy

Pembimbing I

Madhina Kharunisa, S.E.I,M.E.Sy

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELNGGAN PADA BENGKEL PT ASPACINDO KEDATON MOJOR SUNGAI PAGAR PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh

Nama : CINDI APRILLA
 NIM : 11820525016
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah *dimunaqasyahkan* pada:

Hari/Tanggal : Selasa, 14 November 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Ruang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 18 Desember 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr.hj. Sofia Hardiani, M.Ag

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

Pengaji I
Syamsurizal, S.E, M.Sc.Ak

Pengaji II
Wali Saputra, S.E., Ak., M.A

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Zulkifli, M.Ag
 NIP. 19731106 200501 1005



© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Cindi Aprilla

NIM : 11820525016

Tempat/Tgl Lahir : Sungai Pagar, 15 April 999

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Loyalitas Konsumen di PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya
3. Oleh karena itu Skripsi 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.

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

Pekanbaru, 08 November 2023

Yang membuat pernyataan



Cindi Aprilla
NIM. 11820525016

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

Cindi Aprilla (2024) : “Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Perspektif Ekonomi Syariah.”

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Station. Metode penelitian menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah pelanggan bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor yang berjumlah 139 pelanggan. Sampel diambil sebanyak 58 responden menggunakan metode simple random sampling. Teknik pengumpulandata berupa kuesioner, sedang metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, serta uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji signifikansi parsial (uji-t). Hasil penelitian kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar dengan nilai t-hitung Hasil uji t hitung Variabel X (Kepercayaan) $(6,492) > t \text{ table } (2,003)$, dan signifikansi $0,000$. Hasil ini diperkuat dengan persamaan regresi linear sederhana $Y=3,928+0,673X$ dan kontribusi variable loyalitas terhadap variable kepercayaan sebesar $88,4\%$.

Kata Kunci: Kepercayaan; Loyalitas

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


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas pelanggan Pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Perspektif Ekonomi Syariah”**. Sehingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan tanpa ada suatu hambatan apapun. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk kedalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di akhir kelak, aamiin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, karena keterbatasan ilmu dan pengetahuan yang peneliti miliki. Dengan hati yang lapang penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan dimasa yang akan datang.

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, petunjuk dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Teristimewa Kedua orang tua Ayahanda “Sunardi” dan Ibunda “Yenti Elvita” yang melahirkan, membesarkan, mendidik dan membantu penulis baik dari segi materil dan nonmateril hingga hari ini, serta selalu mendoakan dalam kebaikan, semoga Allah selalu melindunginya.
2. Kepada suami saya Harmidi dan anak saya Clarissa Balqis Almayra, terima kasih atas segala dukungan, semangat dan pengertiannya selama ibu (penulis) kuliah hingga menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Prof. Dr.Khairunnas Rajab, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu pengetahuan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Zulkifli, M.Ag selaku Dekan Fakultas syariah dan Hukum, beserta Bapak Dr. Erman, M.Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, SAg., M. Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Sofia Hardani, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Muhammad Nurwahid, M.Ag selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc., Ak., CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah serta bapak/ibu dosen dan karyawan fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis selama perkuliahan.

Ibu Madonna Khairunisa, S.E.I., M.E.Sy, selaku dosen pembimbing satu dan ibu Yuni Herlina S,HI, M.E.Sy, selaku dosen pembimbing dua saya

yang telah banyak memberikan bimbingan dan perbaikan dalam penyempurnaan materi dan sistematika penulisan skripsi ini

6. Ibu Madonna Khairunisa, S.E.I., M.E.Sy selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan nasehat dan bimbingan kepada penulis dalam perkuliahan.
7. Bapak/ Ibu dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmu-ilmunya kepada penulis, sehingga penulis bisa seperti ini mengetahui apa yang belum penulis ketahui.
8. Bapak Ariyanto dan bapak Rafles Nasution yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor.
9. Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna menyempurnakan skripsi ini.
10. Untuk seluruh teman volley putri sungai pagar dan teman seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah dan seluruh lokal Exora yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada penulis.
11. Semoga bantuan yang diberikan dalam bentuk apapun mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kesalahan dan kejanggalan disana-sini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penulisan skripsi ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

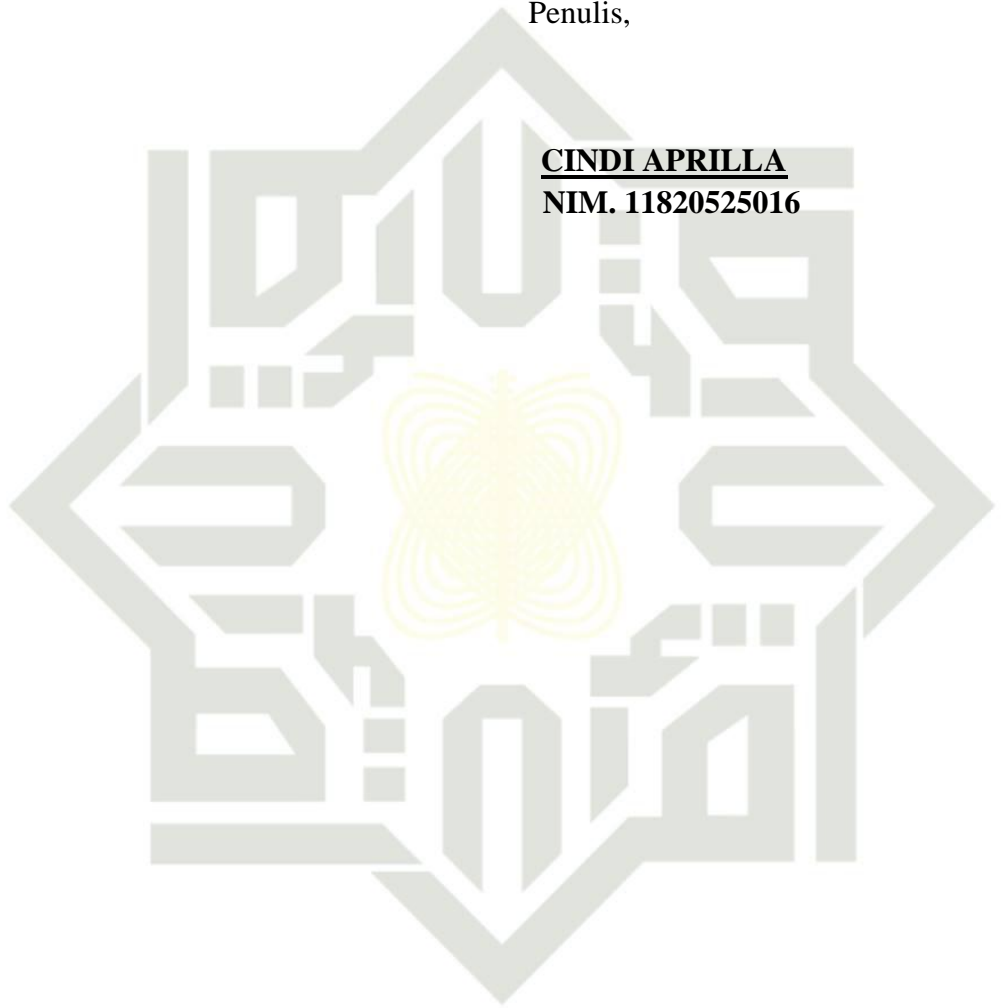
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Pekanbaru , 1 Juni 2023

Penulis,

CINDI APRILLA
NIM. 11820525016



UIN SUSKA RIAU

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



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
E. Sistematika Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN TEORI	12
A. Kualitas Pelayanan	12
B. Loyalitas Konsumen.....	17
C. Penelitian Terdahulu	23
D. Kerangka teoritik.....	25
E. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian	28
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel Penelitian	28
D. Sumber Data.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data	31
F. Operasional Variabel.....	32
G. Gambaran Umum bengkel Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Hasil Uji Instrumen.....	40
2. Uji Asumsi Klasik.....	42

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Hasil Hipotesis	44
4. Analisis Linear Sederhana.....	46
5. Hasil Hipotesis	47
B. Pembahasan Hasil Penelitian	48
1. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan	48
2. Kualitas Pelayanan Persepektif ekonomi syariah	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	52
A. Kesimpulan	52
B. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data jumlah konsumen periode 2020-2022	3
Table 2.1 Penelitian terdahulu.....	33
Tabel 3.1 Definisi Operasional	43
Tabel 4.1 Hasil Uji validasi.....	55
Tabel 4.2 Hasil uji reliabilitas	56
Tabel 4.3 Analisis deskriptif variable kualitas pelayanan (XI)	57
Tabel 4.4 Analisis deskriptis variable Kepuasan Konsumen (X2)	57
Tabel 4.5 Analisis deskriptif variable loyalitas (Y)	58
Tabel 4.6 Uji normalitas	59
Tabel 4.7 Uji lineeritas.....	60
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4.9 Uji Heteroskedastisitas	62
Table 4.10 Analisis Linier berganda	63
Tabel 4.11 Uji t	65
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi	66
Table 4.13 Uji Simultan	67

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan di era globalisasi ini keadaan ekonomi membuat persaingan bisnis menjadi semakin pesat, karena setiap perusahaan senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Persaingan yang ketat menyebabkan perusahaan semakin sulit untuk meningkatkan jumlah konsumen. Banyaknya pemain dalam pasar dengan segala macam keunggulan produk yang ditawarkan membuat perusahaan semakin sulit merebut pasar pesaing. Indonesia semakin banyak pilihan produk bedak yang ditawarkan oleh perusahaan-perusahaan, baik yang telah lama dikenal masyarakat maupun yang baru. Masing-masing perusahaan berusaha untuk membedakan produknya supaya mempunyai keunikan dan karakteristik yang unik, sehingga menimbulkan daya tarik.

Remaja sering dijadikan target berbagai produk industri seperti bedak karena karakteristik mereka yang lebih mudah dipengaruhi. Masa remaja adalah masa transisi dalam rentang kehidupan manusia, menghubungkan masa kanak-kanak dan masa dewasa. Masa remaja disebut pula masa peralihan yang ditandai oleh adanya perubahan fisik, emosi, dan psikis. Masa remaja yakni antara usia 10-19 tahun.¹

¹Olivia Janesari, *Persepsi Remaja tentang Penyebab Perilaku Kenakalan Remaja*, Univ. Sanata Dharma Yogyakarta, 2009.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kepercayaan (*Trust*) adalah keinginan pihak lain di mana dia saling berhubungan atau harapan seseorang bahwa kata-kata pihak lain dapat dipercaya. Indikator Kepercayaan menurut Farida Jasfar yaitu:2

1. Kemampuan (*ability*)

Kemampuan adalah keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki penjual untuk membantu konsumen dalam melakukan sesuatu sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen tersebut. Esensi dari kemampuan adalah seberapa besar keberhasilan penjual untuk menghasilkan hal yang diinginkan oleh konsumen. Pada intinya, kemampuan penjual untuk memenuhi kebutuhan perusahaan.

2. Kebaikan Hati (*benevolence*)

Benevolence adalah seberapa besar seseorang percaya kepada penjual untuk berperilaku baik kepada konsumen. *Benevolence* merupakan kesediaan penjual untuk melayani kepentingan konsumen.

3. Integritas (*integrity*)

Integritas adalah seberapa besar keyakinan seseorang terhadap kejujuran penjual untuk menjaga dan memenuhi kesepakatan yang telah dibuat kepada konsumen.

Loyalitas konsumen merupakan suatu komitmen untuk membeli kembali suatu barang atau jasa secara konsisten di masa yang akan datang. Oliver (1997) menyatakan bahwa loyalitas adalah suatu kesediaan pelanggan untuk melanjutkan pembelian pada sebuah perusahaan dalam jangka waktu yang panjang dan mempergunakan produk atau pelayanan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

secara berulang, serta merekomendasikannya kepada teman-teman dan perusahaan lain secara sukarela. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan membuat halangan-halangan bagi mereka untuk tidak berpindah kepada perusahaan pesaing menjadi salah satu kunci sukses perusahaan untuk bersaing di pasar.

Loyalitas konsumen merupakan salah satu faktor sukses utama bagi perusahaan untuk memperoleh daya saing yang berkesinambungan.² Menurut Vanessa Gaffar bahwa loyalitas pelanggan adalah kesetiaan seseorang dalam jangka waktu yang lama, dimana mereka melakukan pembelian-pembelian secara teratur dan perilaku pembelian tidak dilakukan dengan mengacak beberapa unit kepuasan.³

Kepercayaan merupakan hal yang harus ada dalam suatu hubungan. Menurut Lau dan Lee dalam Fandy Tjiptono berargumen bahwa factor kepercayaan (Trust) terhadap sebuah merek merupakan aspek krusial dalam pembentukan loyalitas, karena sebagai kesediaan konsumen untuk mempercayai atau mengandalkan produk atau jasa dalam situasi risiko dikarenakan adanya ekspektasi bahwa produk atau jasa yang bersangkutan akan memberikan hasil

²Zhafiri Luthfi, *Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Studi Tentang Peran Mediasi witching Costs*, Vol 15 No. 1, Januari 2011.

³Vanessa Gaffar, *CRM dan MPR Hotel Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*, (Bandung: ALFABETA, 2007) , h, 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.

yang positif.⁴

Oleh karena itu saat konsumen memiliki kepercayaan kepada sebuah produk atau jasa tertentu, maka konsumen memiliki niat untuk membeli produk atau jasa tersebut. Apabila konsumen tidak memiliki kepercayaan terhadap penyedia jasa tentunya konsumen akan melakukan perpindahan terhadap penyedia jasa lain. Dengan begitu kepercayaan merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen.

Menurut Tjiptono, loyalitas konsumen adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Dari pengertian ini dapat diartikan bahwa kesetiaan terhadap merek diperoleh karena adanya kombinasi dari kepuasan dan keluhan sedangkan kepuasan pelanggan tersebut hadir dari seberapa besar kinerja perusahaan untuk menimbulkan kepuasan tersebut dengan meminimalkan keluhan sehingga diperoleh pembelian jangka panjang yang dilakukan oleh konsumen.⁵ Menurut Zikmund, di dalam buku Vanessa Gaffar faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah Ikatan Emosi (Emotional Bonding), Kepuasan

⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), h 398.

⁵Anita, Pengaruh Label Halal, *Citra Merek Dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah Pada Konsumen Salon Wella Di Sungailiat*, Univ. Bangka Belitung, 2016.



(*Satisfaction*), Kemudahan (*Choice Reduction and Habit*), Kepercayaan (*Trust*), Pengalaman dengan perusahaan (*History with Company*).⁶

Dalam perspektif Islam, loyalitas konsumen mempunyai beberapa perbedaan dengan konsep konvensional seperti tidak boleh loyal terhadap sesuatu yang haram dan tidak diperbolehkan oleh Islam. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. An-Nisaa': 29.12

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesama mu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu, dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang

Kepercayaan dapat didefinisikan keyakinan bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang dihendakinya pada mitra pertukaran. Kepercayaan ini mengaitkan kesediaan seseorang untuk berperilaku tertentu karena

⁶Gaffar, CRM dan..., h.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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dimiliki seseorang bahwa ucapan, janji atau pernyataan orang lain dapat diyakinkan.⁷

Berikut penulis akan menampilkan beberapa data jumlah pelanggan dari bulan Juli sampai Desember pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor pada tahun 2023.

TABEL 1.1
Jumlah Pelanggan pada bulan Juli-Desember 2023

NO	BULAN	JUMLAH
1	Juli	25
2	Agustus	20
3	September	22
4	Oktober	21
5	November	27
6	Desember	24
	Total	139

Sumber : PT Aspacindo Kedaton Motor, 2023

Pada tabel diatas atas tersebut adalah jumlah pelanggan pada bulan juli sampai bulan desember. Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor masih belum ada membangun suatu kepercayaan untuk pelanggan seperti, tidak membina suatu kaitan yang baik dengan pelanggan dalam jangka panjang. Kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua pihak saling mempercayai satu sama

⁷Muhammad In'amul Chulaifi & Endang Setyowati, *Pengaruh Kulaitas, Pelayanan, persepsi harga dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen* (2018). h, 44



lain. Semakin tinggi kepercayaan yang dilepaskan untuk pelanggan maka kepuasan pada pelanggan tersebut juga semakin tinggi.

Berdasarkan survei terdahulu dan pengamatan secara langsung ke lapangan yang dilakukan penulis terdapatlah fenomena masalah yang berhubungan dengan menurunnya loyalitas pelanggan dikarenakan tingkat kepercayaan menipis dan kurang puasnya pelanggan menggunakan jasa ini. Fenomena kepercayaan, di dalam persaingan jasa bengkel saat ini. Banyaknya terdapat persaingan yang terlihat dari banyaknya merek didalam industri bengkel saat ini. Banyaknya persaingan yang dapat seperti masih terlihat banyaknya pesaing yang menyediakan jasa dengan harga yang lebih terjangkau dan murah bagi masyarakat medan, agar konsumen bengkel mulai berpikir ulang untuk setia pada PT. Aspacindo Kedaton Motor sungai Pagar dan tidak menggunakan jasa bengkel ini lagi. Yang justru akan merugikan pihak perusahaan apabila pelanggan sudah tidak loyal, dan ada aja konsumen yang kurang percaya terhadap jasa ini dikarenakan rasa yang pelayanan jasa yang diberikan ini masih standart dan sama dengan produk lainnya. Hal ini yang membuat kepercayaan konsumen menurun

© 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.



dan lebih memilih jasa lain dibanding dengan jasa ini. Pada latar belakang yang telah dikemukakan maka penulis simpulkan permasalahan di Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor dipengaruhi kepercayaan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik mengambil judul yang ingin diteliti yaitu **“PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA BENGKEL PT ASPACINDO KEDATON MOTOR SUNGAI PAGAR PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**.

B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan di Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Yamaha Sungai Pagar?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Yamaha Sungai Pagar?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai pagar?
2. Mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap pengaru kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar ?

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.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi Akademisi

a. Peneliti

Dapat mengetahui secara langsung Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.

b. Civitas Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi pada penelitian selanjutnya.

2. Bagi Praktisi

Yaitu Perusahaan (bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar)

Hasil penelitian dapat dijadikan referensi dan acuan mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah mengetahui secara keseluruhan isi dari skripsi ini, maka disusun suatu sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini akan menguraikan latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 ini akan membahas mengenai kajian teori yang berisi tentang pengertian kualitas pelayanan, dimensi kualitas layanan, prinsip-prinsip kualitas pelayanan, kualitas pelayanan dalam pandangan ekonomi syariah, pengertian kepuasan konsumen, dimensi kepuasan konsumen, manfaat kepuasan konsumen, kepuasan konsumen dalam pandangan ekonomi syariah, pengertian loyalitas pelanggan, tahapan pertumbuhan loyalitas pelanggan, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, kerangka teoritik, dan hipotesis.

BAB III**METODOLOGI PENELITIAN**

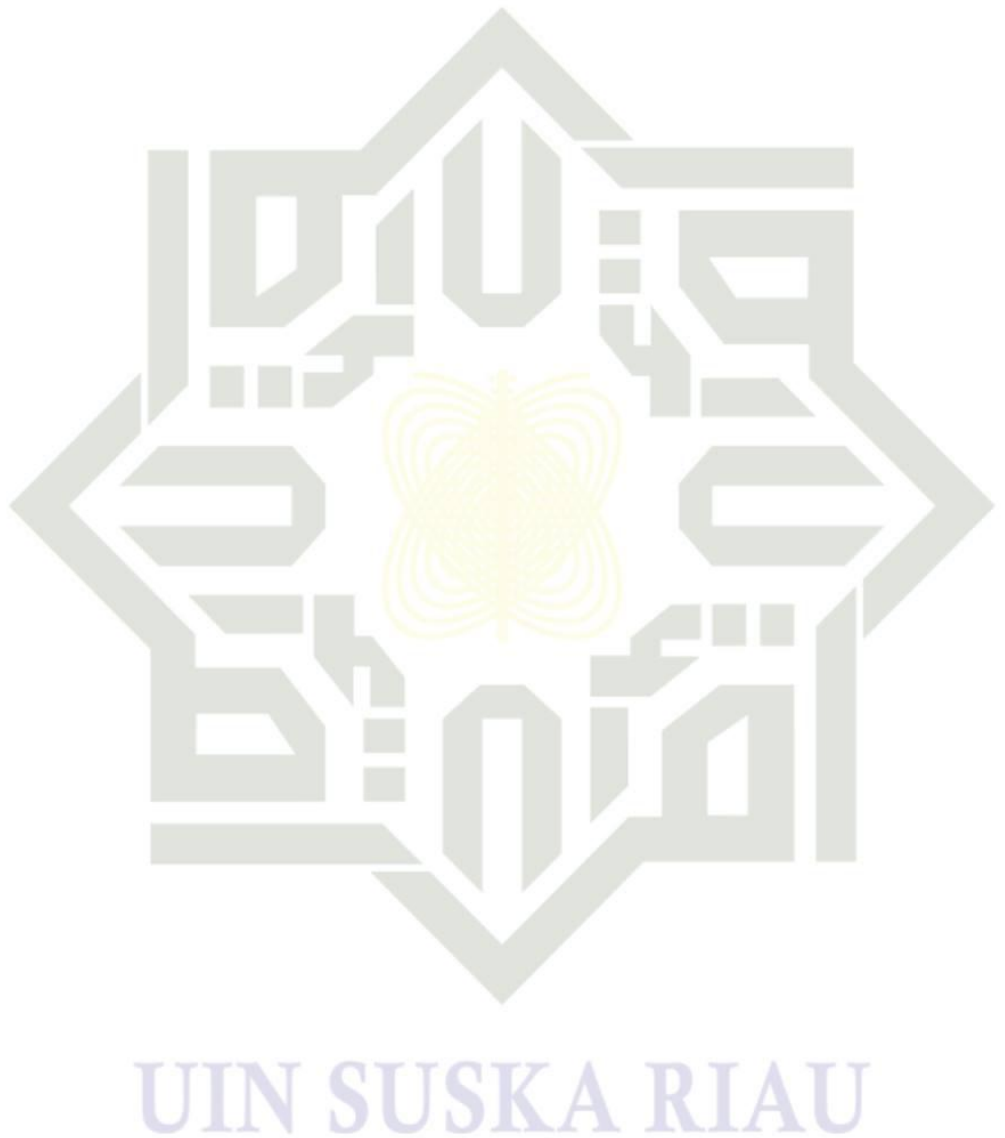
Bab ini terdiri setting penelitian, desain penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, teknik pengumpulan data, variabel-variabel penelitian, instrumen penelitian dan teknik analisis data, gambaran umum PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.

BAB IV**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pengaruh harga servis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor, pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, dan kualitas pelayanan perspektif ekonomi syariah.

KE SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini terdiri dari Simpulan dari hasil penelitian dan saran untuk pihak yang berkepentingan dengan penelitian.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

BAB V

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu.⁸ Kepercayaan merupakan salah satu pondasi utama dalam dunia bisnis. Membangun sebuah kepercayaan dalam hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan adalah menjadi faktor yang penting untuk menciptakan rasa aman, rasa saling percaya dan loyalitas.⁹

Kepercayaan merupakan inti dari nilai tambah dan pengalaman lebih yang akan ditawarkan. Sebaik apapun value yang ditawarkan pada konsumen apabila tidak ada unsur kepercayaan didalamnya maka akan menjadi sia-sia.¹⁰ Mayer et al mendefinisikan kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk mengawasi dan mengendalikannya.¹¹ Kepercayaan menjadi modal utama dalam berbelanja di toko online.

⁸Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12* (Jakarta: Erlangga, 2006), h.176.

⁹ Azwar Haeal dan Bambang Widjajanta, “Pengaruh Kepercayaan dan Prinsip Resiko Terhadap Minat Beli Secara Online pada Pengunjung Website Classifieds di Indonesia”, *Jurnal Of Business Management and, Enterpreneurship Education*, 1, 2016, h.185.

¹⁰Gunara Thorik dan Utus Hardiono, *Marketing Muhammad: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW* (Bandung: Madania Prima, 2007), h. 95.

¹¹Aditya Liliyan, *Entrepreneurial Marketing dan Trust Terhadap Marketing Performance*, *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol 17 No 4 (Oktober 2020), h. 540.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 Firdayanti, kepercayaan konsumen adalah persepsi dari sudut pandang konsumen akan keandalan penjual dalam pengalaman dan terpenuhinya harapan serta kepuasan konsumen.¹² Dalam konteks e-commerce, kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan konsumen untuk menempatkan dirinya pada kemungkinan rugi yang dialami dalam transaksi berbelanja melalui internet, didasarkan harapan bahwa penjual menjanjikan transaksi yang akan memuaskan konsumen dan mampu untuk mengirim barang atau jasa yang telah dijanjikan.

2. Konsep Kepercayaan

Konsep kepercayaan menurut Schindler dan Thomas dalam Robbins, dibangun oleh lima dimensi, yaitu:¹³

a. Integritas

Merujuk pada masalah kejujuran dan kebenaran. Integritas meliputi kejujuran dan keadaan yang sesungguhnya. Integritas dalam kepercayaan merupakan suatu hal yang kritical tanpa persepsi karakter moral dan kejujuran yang dasar, dimensi lainnya tidak akan berarti.

¹²Nanda Bella Fidanty Shahnaz dan Wahyono, *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online*, Management Analysis Journal, Vol 5, No 4 (25 April 2017)., h. 390.

¹³Sri Raharso, *Kepercayaan Dalam Tim*, Manajerial, Vol 10, No 2 (2011).,h. 51.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b. Kompetensi

Pengatahuan dan keterampilan interpersonal dan teknis. Kompetensi disini merupakan teknik dan kemampuan dalam berinteraksi membangun kepercayaan. Misalnya, bagaimana mendengarkan seseorang, bagaimana berbicara dan mengucap sesuatu agar terjadi proses kepercayaan.

c. Konsistensi

Dapat diandalkan, mudah diprediksi, dan memiliki penilaian yang baik dalam menangani suatu situasi. Konsistensi berhubungan dengan sesuatu yang dapat dipercaya, tingkat prediksi terhadap seseorang dan penilaian menangani situasi.

d. Loyalitas

Keinginan untuk melindungi dan menutupi aib orang lain, baik ketika mereka hadir maupun tidak. Kepercayaan menuntut anda untuk tidak bertindak oportunistik ketika seorang bergantung pada anda. Kemampuan untuk melindungi dalam menyelamatkan seseorang dari orang lain. Kepercayaan mempersyaratkan kita tergantung seseorang untuk tidak mencari kesempatan.

e. Keterbukaan

Berhubungan dengan keinginan untuk membagi ide dan informasi dengan bebas. Dimensi terakhir kepercayaan mengharuskan adanya keterbukaan diantara satu dengan yang lainnya. Tanpa keterbukaan tidak mungkin akan terjadi proses kepercayaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Mayer et al, terdapat beberapa indikator kepercayaan konsumen, yaitu:

1) Kemampuan (*ability*)

Kemampuan mengacu pada kompetensi dan karakteristik penjual/ organisasi dalam mempengaruhi dan mengotori wilayah yang spesifik. Dalam hal ini, penjual mampu menyediakan, melayani, sampai mengamankan transaksi dari gangguan pihak lain. Artinya bahwa konsumen memperoleh jaminan kepuasan dan keamanan dari penjual dalam melakukan transaksi.

2) Kebaikan hati (*benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kemauan penjual dalam memberikan kepuasan yang saling menguntungkan antara dirinya dan konsumen. Profit yang diperoleh penjual dapat dimaksimalkan, tetapi kepuasan konsumen juga tinggi. Penjual bukan semata-mata menjual profit maksimum semata, melainkan juga memiliki perhatian yang besar dalam mewujudkan kepuasan konsumen.

3) Integritas (*integrity*)

Integritas berkaitan dengan bagaimana perilaku atau kebiasaan penjual dalam menjalankan bisnisnya. Informasi yang diberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

4. Kepercayaan dalam Perspektif Islam

Kepercayaan dalam konsep islam, telah disebutkan dalam Al-Qur'an surat An-Nisa ayat 58 yaitu:¹⁴

وَإِذَا نَادَيْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ اتَّخَذُوهَا هُزُوءًا وَلَعِبًا ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَوْمٌ لَا يَعْقِلُونَ ﴿٥٨﴾

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.”

Ayat ini bersifat umum, sehingga amanah itu diartikan sebagai kepercayaan. Dalam semua proses bisnis, kepercayaan merupakan kunci utama dalam segala bentuk bisnis baik dalam lingkungan online maupun offline. Kepercayaan dibangun dengan kenal dan saling mengenal secara baik, ada proses ijab-qobul, ada materai, dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis selain itu diproteksi pula secara horisontal oleh hukum-hukum disamping proteksi secara vertikal seperti norma, nilai, dan etika yang dianut oleh para pelaku bisnis. Dalam dunia online demikian pula, harmonisasi antara ketiga aspek di

¹⁴QS. An-Nisa (4): 58.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

atas dipadukan dengan mekanisme- mekanisme pembangun kepercayaan secara total dalam proses keseluruhan.¹⁵

B. Loyalitas Konsumen

1. Pengertian Loyalitas Konsumen

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (*KBBI*), pengertian loyalitas adalah kepatuhan dan kesetiaan. Hurriyati mengatakan bahwa loyalitas konsumen (*customer loyalty*) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan.¹⁶ Loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi sulit ketika dianalisis maknanya. Menurut Jill Griffin konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku konsumennya dibandingkan dengan sikap.¹⁷ Loyalitas dalam kaitannya dengan perilaku konsumen, ditandai dengan adanya:

- a. *Repeat purchase*, berarti kontinuitas konsumen dalam melakukan transaksi.
- b. *Purchase across product and services lines*, berarti kelengkapan jenis ukuran kemasan product dan pelayanan yang tersedia dan juga persediaan cukup dari perusahaan.
- c. *Provides customer referral*, berarti menyediakan waktu untuk kegiatan pemasaran perusahaan.

¹⁵Onno W Purbo, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademik Manajemen Perusahaan YKPN, 2004), h. 224

¹⁶Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen Edisi 1*, (Bandung: Alfabeta, 2005), h. 35

¹⁷Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), h. 274.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. *Demonstrates immunity to the pull of competition*, pelayanan dan bentuk- bentuk promosi pesaing

2. Dimensi Loyalitas Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono, Loyalitas pelanggan dapat dilihat dari beberapa indikator, yaitu¹⁸:

a. Pembelian Berulang

Pembelian ulang dapat merupakan hasil dominasi pasar oleh suatu perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia. Namun selain itu pembelian ulang dapat pula merupakan hasil dari upaya promosi yang terus menerus dalam rangka memikat dan membujuk konsumen untuk membeli kembali merek atau produk yang sama.

b. Memberikan Referensi kepada Orang Lain Pelanggan yang loyal sangat potensial untuk menyebarkan atau menjadi word of mouth advertiser bagi perusahaan.

c. Penolakan terhadap Produk Pesaing (Kesetiaan)

Konsumen yang setia terhadap suatu produk atau perusahaan tertentu cenderung terikat pada merek atau perusahaan tersebut dan akan kembali membeli produk yang sama lagi diperusahaan tersebut sekalipun tersedia banyak alternative lainn

¹⁸Fandy Tjiptono, *Total Quality Service*, h. 107.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Manfaat Loyalitas Konsumen

Membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen sebagai bagian dari suatu program hubungan jangka panjang sebuah perusahaan, terbukti dapat memberikan manfaat bagi para pelanggan dan organisasi. Bagi organisasi terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas pelanggan.

Pertama, loyalitas meningkatkan pembelian pelanggan, memperlihatkan bahwa pelanggan cenderung berbelanja lebih setiap tahunnya dari satu provider yang memiliki hubungan khusus dengan para pelanggan itu. Pada saat para konsumen mempersepsikan nilai produk dan jasa sebuah perusahaan berada pada tingkat tinggi, mereka cenderung membeli kembali dari penyedia jasa yang sama untuk menangkal risiko yang mungkin jika mereka pindah ke pemasok atau penyedia jasa yang lain.

Kedua, loyalitas konsumen menurunkan biaya yang ditanggung perusahaan untuk melayani konsumen. Sebuah organisasi mengeluarkan sejumlah biaya awal dalam usahanya menarik pelanggan baru. Biaya Oleh karena itu, suatu rekomendasi berfungsi sebagai suatu pendukung pemasaran dan membantu menurunkan pengeluaran perusahaan untuk menarik pelanggan baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Manfaat terakhir dari loyalitas konsumen adalah retensi karyawan. Karyawan pada bisnis sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan konsumen perusahaan. Karena orang cenderung lebih suka bekerja dengan organisasi-organisasi agar pelanggannya puas dan loyal maka perusahaan yang menunjukkan pelanggan dengan loyalitas dan tingkat kepuasan yang tinggi cenderung memiliki tingkat pergantian staf yang lebih rendah¹⁹.

4. Factor – Factor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan.

Loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu:

a. Kepuasan (*Satisfaction*).

Kepuasan pelanggan merupakan pengukuran gap antara harapan pelanggan dengan kenyataan yang mereka terima atau yang dirasakan.

b. Ikatan emosi (*Emotional bonding*).

Konsumen dapat terpengaruh oleh sebuah merek yang memiliki daya tarik tersendiri sehingga konsumen dapat diidentifikasi dalam sebuah merek, karena sebuah merek dapat mencerminkan karakteristik konsumen tersebut. Ikatan yang tercipta dari sebuah merek ialah ketika konsumen merasakan ikatan yang kuat dengan konsumen lain yang menggunakan produk atau jasa yang sama.

¹⁹ Tjiptono dan Fandy, *Pemasaran Jasa*, (Malang: Bayumedia, 2007), h.65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kemauan seseorang untuk mempercayakan perusahaan atau sebuah merek untuk melakukan atau menjalankan sebuah fungsi.

d. Kemudahan (*Choice reduction and habit*).

Konsumen akan merasa nyaman dengan sebuah kualitas produk dan merek ketika situasi mereka melakukan transaksi memberikan kemudahan. Bagian dari loyalitas konsumen seperti pembelian produk secara teratur dapat didasari pada akumulasi pengalaman setiap saat. Pengalaman dengan perusahaan (*History with company*). Sebuah pengalaman seseorang pada perusahaan dapat membentuk perilaku. Ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari perusahaan, maka akan mengulangi perilaku pada perusahaan tersebut²⁰

5. Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Islam

Sebagaimana bagi umat Islam yang beriman, loyalitas dalam Islam adalah mereka mengakui hakikat Iman dan agama tanpa adanya dusta. Keimanan inilah yang diartikan dengan loyalitas hamba terhadap Rabb-nya. Sebagaimana firman Allah dalam Q.S Al-Hujurat ayat 15²¹ sebagai berikut :

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ﴿١٥﴾

²⁰ Vanessa Gaffar. *Manajemen Bisnis*, (Bandung: Alfabeta 2007), h.45.

²¹ Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: Al-Qur'an Hilal, 2010)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

“Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasulnya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar”.

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan Loyalitas Pelanggan, yang mana apabila konsumen sudah loyal dan percaya pada suatu perusahaan, maka konsumen tidak ragu untuk menggunakan jasa servis di bengkel tersebut.

Namun yang perlu diperhatikan bahwa dalam Islam, produk konsumen adalah berdayaguna, dapat dikonsumsi, yang bermanfaat, yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, spiritual dan moral bagi konsumen. Oleh karena itu, loyalitas dalam Islam diperbolehkan asalkan loyal kepada sesuatu yang halal yang diperbolehkan sesuai dengan syari’at Islam.²²

²²M. Suyanto, *Business Strategy and Ethics* (Yogyakarta: Andi)

C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah salah satu referensi yang digunakan oleh penulis untuk memberikan gambaran umum terkait variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Adapun penulis melihat penelitian terdahulu untuk dijadikan sebagai bahan perbandingan, persamaan dan perbedaan dalam penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan hasil review terhadap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Variable	Hasil penelitian
1.	Azka Al Afifah (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. ²³	1. Analisis regresi linier berganda 2. Analisis deskriptif kuantitatif	1. Variabel independen a. Kualitas layanan b. kepercayaan c. kepuasan 2. Variabel dependen a. loyalitas nasabah	Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
2.	Ketut Valien Wira Atmaja, I Nyoman Sujana, Kadek Rai Suwena	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos	1. Analisis regresi linier berganda 2. Analisis deskriptif kuantitatif	1. Variabel independent a. Kualitas pelayanan b. Kepuasan 2. Variabel dependen a. Loyalitas	Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan, kepuasan

²³Azka Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang)", Skripsi (Palembang: UIN Raden Fatah Palembang, 2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(2017)	Cabang Singaraja. ²⁴		pelanggan	berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, variabel kualitas pelayanan dan kepuasan sama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
--------	---------------------------------	--	-----------	---

²⁴Ketut Valien Wira Atmaja, I Nyoman Sujana, Kadek Rai Suwena, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada PT. Pos Cabang Singaraja”, *Ejournal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, Vol. 10 No. 2 (2017).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3.	Muhammad Zakiy (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. ²⁵	1. Analisis regresi linier berganda 2. Analisis deskriptif kuantitatif	1. Variabel dependen a. Kualitas layanan 2. Variabel independent a. Loyalitas nasabah b. Kepuasan nasabah	Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap memberikan pelayanan dan dapat mempengaruhi tinggi rendahnya kepuasan nasabah.
----	-----------------------	---	---	---	--

D. Kerangka Teoritik

Dalam kerangka pemikiran dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi konsumen menggunakan jasa transportasi online. Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap jasa transportasi online yang akhirnya konsumen akan tetap pada jasa transportasi *online*.

Semakin baik pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. sudah loyal terhadap suatu produk dan jasa berarti suatu perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik yang mengakibatkan konsumen merasa puas dan loyal terhadap produk dan jasa yang ditawarkan.

²⁵Muhammad Zakiy, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3 No. 1 (Januari-Juni 2017).

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

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

Loyalitas konsumen diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Istilah loyalitas pelanggan sebetulnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Dalam dunia bisnis apabila seseorang Kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur utama dalam upaya untuk mempertahankan konsumen yang telah ada ataupun untuk menarik konsumen yang baru dan membuat konsumen merasa loyal terhadap produk dan jasa yang ditawarkan suatu perusahaan.

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relative bagus atau jelek atau apakah kinerja produk yang bersangkutan cocok atau tidak dengan tujuan pemakai. Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun sebuah kerangka pemikiran. seperti yang tersaji dalam gambar berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

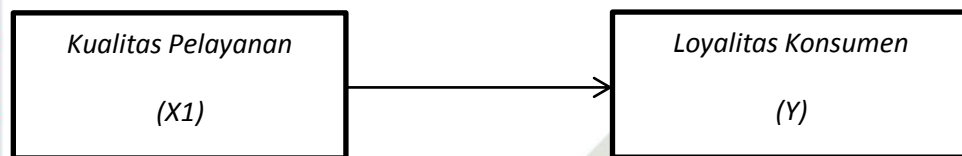
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

Gambar. 2.2
Kerangka Pemikiran



Sumber: Hasil Pengembangan Penelitian Terdahulu

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Kepercayaan (X) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y) pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar. Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah Kepercayaan, variabel terikat (*dependent*) adalah Loyalitas pelanggan.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan teori dan konseptual, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menganalisis pengaruh harga servis dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Paga perspektif ekonomi syariah. Data di peroleh menggunakan kuesioner kepada seluruh konsumen, melakukan wawancara pada bapak kapos serta dengan analisis data berbasis statistik. Jenis Penelitian yang digunakan peneliti yaitu jenis penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Hasil penelitian ini akan dapat digunakan untuk membangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, memprediksi dan mengontrol suatu kegiatan.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Maret 2022. Penelitian ini dilakukan di tempat bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor, Jl. Pekanbaru-Taluk Kuantan. Waktu penelitian dilakukan pada jam operasional yakni pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 Wib dalam setiap hari kerja

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.³ Populasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasilah peneliti dapat menentukan data yang diperlukan. Adapun yang menjadi Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan yang pernah memakai jasa body repair, cat oven dan servis atau perawatan mobil di Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar. Total populasi dalam penelitian ini tidak dapat ditentukan secara pasti. Karena tidak ada catatan perusahaan secara detail tentang pelanggan mereka.

2. Sampel.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Di mana :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (10%)²⁶

Diketahui jumlah populasi sebanyak 139 orang, maka perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

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

²⁶V. Wiratma Sujarweni, (PENGH.), *Metodologi Penelitian*, h.65-66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

$$= \frac{139}{1 + (139 \times 10\%^2)}$$

$$= \frac{139}{1 + (139 \times 1^2)}$$

$$= \frac{139}{2,39}$$

$$= 58,15 \text{ dibulatkan} = 58$$

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang di ambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 58 responden dengan taraf kesalahan 10%. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode accidental sampling, yaitu suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.²⁷

Data Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian ini diambil dari dua jenis data yakni data primer dan data sekunder

1. Data primer

Data Premier merupakan informasi yang tidak ada dalam bentuk file. Dalam artian data premier ini wajib digali sendiri oleh peneliti dengan mengaitkan seluruh responden yang sudah ditetapkan sebelumnya. Buat mendapatkan informasi sekunder bias diperoleh dari penyebaran kuisisioner

²⁷Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, cet. I, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 66.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

serta wawancara.²⁸

Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil dari kuisisioner dan wawancara yang didapatkan melalui responden. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penyebaran kuisisioner dan wawancara untuk memperoleh data premier.

2. Data skunder

Data skunder merupakan data yang telah tersedia pada objek atau tempat penelitian. Peneliti hanya perlu mencari dan mengumpulkan data tersebut.²⁹ Data skunder yang terdapat pada penelitian ini adalah penelitian terdahulu, buku literasi dan data yang terdapat pada Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor dan sebagainya.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penyebaran kuisisioner, peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen yang pernah servis motor di bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar yang menjadi responden dalam penelitian ini. Dengan skala likert, maka variabel penelitian yang akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi sangat positif sampai sangat negative. Menurut Sugiyono

²⁸Jonathan,sarwoni.*metode penelitian kuantitati dan kualitatif*, (Yogyakarta:Graha ilmu,2006),h.129

²⁹*Ibid.*, h. 124

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

menyatakan bahwa ada beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

- 1) Pengamatan (*observasi*) adalah pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung kepada objek penelitaian. Observasi yang dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.
- 2) Wawancara adalah pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara langsung maupun tidak langsung kepada sumbe-sumber data. Wawancara yang dilakukan secara langsung kepada marketing dan pelanggan PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.
- 3) Kusioner adalah salah satu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan pertanyaan kepada responden. Teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan tertulis untuk dijawab secara tertulis oleh responden.

Dokumentasi metode pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengambilan data melalui dokumen yang diperlukan penulis berupa gambar lokasi, profil dan gambar struktur organisasi PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar.

F. Operasional Variabel

Pada penelitian ini membahas dua variable bebas dan juga dan juga variable terikat . variable bebas (*independent*) merupakan variable yang menjadi penyebab atau variabel yang dapat mempengaruhi variable terikat Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah harga dan kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) adalah variabel yang

dipengaruhi oleh variabel bebas. Dalam penelitian kali ini yang menjadi variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Table 3.1 Definisi Operasional

NO	Variabel	Definisi Operasional	indikator	Likert
1	Kepercayaan	Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu	1. Integritas 2. Kompetensi 3. Konsistensi 4. kehandalan 5. Kepedulian ³⁰	Likert
2	Loyalitas Pelanggan	loyalitas konsumen (customer loyalty) merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan	1. Pembelian ulang dengan tingkat kepuasan yang tinggi 2. Merekomendasikan bengkel tersebut 3. Prlanggan merasa mendapatkan kemudahan & kenyamanan	Likert

³⁰ Nurzahra & Maharani, *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan KIF Tour & Travel di Kota Sukabumi*. h, 643-646

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

			4. Yakin bahwa bengkel tersebut yang terbaik	
			5. Selalu menyukai tempat servis tersebut ³¹	

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian ini sebagai berikut:

SS = Sangat Setuju diberi Skor 5

S =Setuju diberi Skor 4

KS =Kurang Setuju diberi Skor 3

TS =Tidak Setuju diberi Skor 2

STS =Sangat Tidak Setuju diberi Skor 1

F. Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apa bila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.³²

a) Uji Kualitas Data**b. Uji Validitas**

³¹
³²Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.210



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Uji validitas menurut Sugiyono adalah untuk mengetahui instrumen benar-benar mengukur hal yang ingin diukur. Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti.³³

Validitas data adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kualitas sesuatu instrumen. Valid berarti instrumen tersebut bias digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dengan memakai instrument yang valid dalam pengumpulan informasi, diharapkan hasil penelitian akan jadi valid. Suatu pernyataan dalam instrument penelitian bisa dikatakan valid apa bila nilai r hitung lebih besar dari r tabel serta bila nilai r hitung pernyataan kurang dari r table hingga pernyataan dalam instrument penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.³⁴

c. Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas kuisisioner digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat dipercaya. Menurut Sugiharto dan Situnjak menyatakan bahwa reabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat

³³ Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

³⁴ Agus Purwonto, *Panduan Laboraturium Statistik Inferensial* (Jakarta: Grasindo, 2007)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pengumpulan data dan mampu mengungkapkan informasi yang sebenarnya dilapangan.³⁵

Kata reliabilitas dalam bahasa Indonesia diambil dari kata reliability yang dalam bahasa Inggris, berasal dari kata asal reliable yang artinya dapat dipercaya. Instrumen tes dikatakan dapat dipercaya (reliable) jika memberikan hasil yang tetap atau konsisten apabila diteskan berkali-kali. Uji reabilitas dicoba dengan memakai uji Cronbach Alpha setelah itu menyamakan antara r hitung dengan r tabel.³⁶

2). Uji Asumsi Klasik**d. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data biasa dikenal dengan uji asumsi. Uji normalitas ini digunakan jika analisis menggunakan metode parametrik, dimana persyaratan normalitas harus terpenuhi, atau dengan kata lain data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Pengujian ini menggunakan bantuan SPSS 25.

3. Uji Hipotesis**a. Koefisien Determinasi (R^2 Square)**

Nilai Koefisiensi determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linear X. Jadi kegunaan koefisiensi determinasi adalah

³⁵Sugiono, *Statistika Untuk Penelitian* h.261

³⁶Purwonto h.143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mengukur besar proporsi (*presentase*) dari jumlah ragam Y yang diterangkan dengan model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap variabel ragam Y. Koefisiensi

Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen.³⁷ Koefisien Determinasi digunakan buat mengukur seberapa jauh sesuatu variabel bebas memastikan pergantian nilai variabel terikat. Besarnya nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25.

b. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negative dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Regresi yakni suatu alat ukur yang digunakan buat mengukur ada maupun tidaknya korelasi antar variabel. Pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 25. Persamaan regresi sederhana dapat dirumuskan selaku berikut:³⁸

$$Y = a + b X$$

³⁷Dergibson Siagian dan Sugarto, *Metode Statistik Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Putaka Utama, 2000) h.259

³⁸Hasan h.247

Keterangan:

Y = Nilai yang diprediksikan (Variabel Dependent)

a = Konstanta (apabila X = 0)

b = Koefisien Regresi (nilai peningkatan ataupun penyusutan)

X = Nilai Variabel Dependent.

G. Gambaran Umum PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar

PT Aspacindo Kedaton Motor (ASPAC) merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang sevice sepeda motor di Kecamatan Kampar Kiri Hilir, tepatnya di Desa Sungai Pagar. PT Aspacindo Kedaton Motor adalah perusahaan main dealer motor Yamaha yang saat ini sedang mengalami perkembangan pesat. Benkel PT Aspacindo Kedaton Motor didirikan pada tahun 2013 dan terus berkembang hingga saat ini seiring dengan berkembangnya bengkel motor yang ada di Desa Sungai Pagar.

Benkel PT ASPAC beralamat di Jalan Lintas Pekanbaru-Taluk Kuantan di Desa Sungai Pagar, Kecamatan Kampar Kiri Hilir. Untuk menjangkau lokasi PT ASPAC ini sangat mudah karena lokasinya yang berada di pinggir jalan raya selain dekat dengan pemukiman penduduk, juga dekat juga mempunyai fasilitas tempat parkir kendaraan baik untuk roda dua maupun roda empat sangat mencukupi atau luas dan aman. PT ASPAC Sungai Pagar hingga saat ini mempunyai 11 orang karyawan yang dimana ada leader, kasir dan otomotik dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

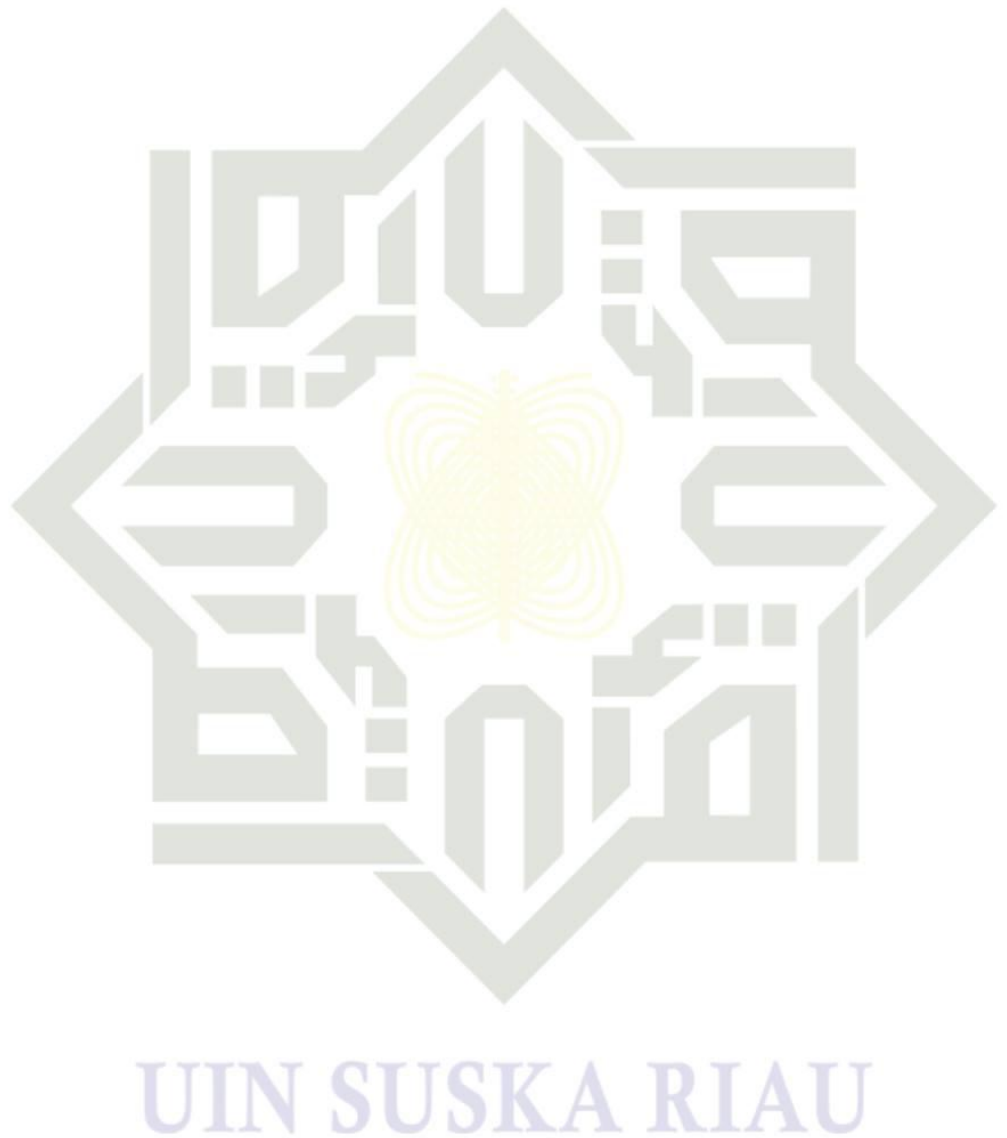
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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.

marketing sebagai melayani pelanggan yang datang. PT ASPAC ini beroperasi mulai pukul 07.30 sampai dengan 17.00 WIB³⁹



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

³⁹Hasil wawancara dengan Budi, mekanik bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar. Tgl 20 november 2023 Pkl:13.15



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Hasil uji thitung pada variabel kepercayaan sebesar t_{hitung} 1.741 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,667 atau $1.741 > 1,66196$, nilai signifikansi sebesar 0,087% yang berada dibawah 0,05%. Jadi bisa disimpulkan, apabila variabel kepercayaan mengalami peningkatan maka loyalitas pelanggan akan meningkat, dengan demikian hal ini membuktikan bahwa hipotesis diterima.
2. Pada perspektif ekonomi syariah, Rasulullah selalu menerapkan prinsip customer oriented, yaitu prinsip bisnis yang selalu menjaga kepuasan pelanggan⁴⁴. Untuk melakukan prinsip tersebut Rasulullah menerapkan kejujuran, keadilan, serta amanah dalam melaksanakan kontrak bisnis. Jika terjadi perbedaan pandangan maka diselesaikan dengan damai dan adil tanpa ada unsur-unsur penipuan yang dapat merugikan salah satu pihak.⁴⁵

Dampak dari prinsip yang diterapkan, para pelanggan Rasulullah SAW. Tidak pernah merasa dirugikan. Tidak ada keluhan tentang janji-janji yang diucapkan, karena barang-barang yang disepakati dalam kontrak

⁴⁴Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. (Jakarta : Yayasan Swarna Benny 1996), h.19

⁴⁵Norvadewi, *Op.Cit*, h. 38

tidak ada yang dimanipulasi atau dikurangi.⁴⁶

Loyalitas dalam muamalah ini tidak hanya memperhatikan siapa saja yang memberi keuntungan bagi kita, akan tetapi harus memperhatikan perkara-perkara syar'i yang telah dituntun oleh agama Islam.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tingkat loyalitas seorang konsumen terhadap suatu produk atau jasa, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa nyaman karena dinilai ramah dan cekatan sehingga penilaian terhadap kualitas pelayanan baik kemudian dapat berpengaruh positif terhadap peningkatan loyalitas konsumen

2. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengambil sampel dari beberapa perusahaan yang bergerak di bidang yang sama maupun perusahaan yang bergerak di bidang berbeda, sehingga hasilnya memungkinkan untuk dilakukan perbandingan, sehingga tidak hanya terbatas pada satu buah perusahaan saja.

Penelitian selanjutnya sebaiknya menambah variabel-variabel yang lain agar didapatkan hasil penelitian yang lebih akurat mengenai variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, seperti komitmen, harga, dan citra mereka.

⁴⁶Loc.it *Journal of Sharia and Law*, Vol. 2, No.3 Juli 2023, h. 704-723.



DAFTAR PUSTAKA

- Afzalurrahman 1996, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. (Jakarta : Yayasan Swarna Bhunny)
- Agus Purwonto 2007, *Panduan Laboratorium Statistik inferensial*, (Jakarta : Grasindo)
- Anta 2016, *Pengaruh label halal, Citra merek dan Persepsi Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Wardah Pada Knsumen Salon Wella Di Sungailiat, Univ. Bangka Belitung*.
- Departemen Agama 2010, *Al-quran dan Terjemahannya*, (Bandung : Al-quran Hilal)
- Degibson Siagian dan Sugarto 2000, *Metode Statistik Utuk Bisnis dan Ekonomi*, (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama)
- Fandi Tjiotono 2014, *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta : Andy Offset)
- Fandy Tjiptono, *tptal Quality Service*
- Fandy Tjiptono 2017, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayumedia)
- Gunara Thorik dan Utusan Hardiyono 2007 , *Marketing Muhammad : strategi Andal dan Jitu Praktis Bisnis Nabi Muhammad SAW*, (Bandung : Madaniah Prima)
- Hazwar Haeal dan Bambang Widjanta 2016, *Pengaruh Kepercayaan dan Prinsip Resiko Terhadap Minat beli Scara online Pada Pengunjung Website Classsifieds Di Indonesia, Jurnal Of Businnes Manajemen and, Entrepreneurship Education*, 1.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

- Jonathan, Sarwoni 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Yogyakarta. Graha Ilmu)
- M. Suyanto, *Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta : Andi)
- M. Muhammad Zakiy 2017, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening*". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol.3 No. 1
- M. Muhammad In'amul Chualaifi & Endang Setyowati(2018), *Pengaruh Kualaita, Pelayanan, persepsi harga dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Nanda Bella Fidanty Shahnaz dan Wahyono, *Faktor yang mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online*, *Manajemen Analisis Jurnal*, Vol 5, No 4 (25 April 2017)
- Nurzahra & Maharani 2020, *Pengaruh Experiential Marketing dan Brand Trust terhadap Loyalitas Pelanggan KIF Tour & Travel di Kota Sukabumi*
- Olivia Janesari 2019, *persepsi Remaja tentang Penyebab Prilaku Kenakalan Remaja*, (Univ. Sanata Dharma Yogyakarta)
- Ono W. Purbo 2004, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta : Akademik Manajemen Perusahaan YKPN)
- Philip Kotler Dan Gary Amstrong 2006, *Prinsip-prinsip Pemasaran* Edisi 12 (Jakarta : Erlangga)
- Ratih Hurriyati 2005, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen* Edisi 1, (Bandung : Alfabeta).
- Sa'du Siyoyo dan Ali Sodik 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, cet. I (Yogyakarta: Literasi Media Publishing)

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



Sri Raharso 2011, *Kepercayaan Dalam Tim*, Manajerial, Vol 10, No. 2

Sugiyono 2007, *Statitika Untuk Penelitian*. (Bandung : Alfabeta)

Vanessa Gaffar 2007, *CRM dan MPR Hotel Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*, (Bandung : ALFABETA)

Vanessa Gaffar 2007, *Manajamen Bisnis* ,(Bandung : Alfabeta)

V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*

Zhafiri Luthfi, *Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsume Terhadap Loyalitas studi Tentang Peran Mediasi wutching Costs*, Vol 15 No. (1 Januari 2011)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KUISIONER PENELITIAN

Untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar menurut Perspektif Ekonomi Syariah, maka dibutuhkan pendapat dari responden untuk melengkapi penelitian ini. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan waktu anda untuk mengisi kuisisioner sesuai dengan penilaian yang anda miliki. Atas kepercayaan dan kesediaanya saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :

B. Petunjuk Penilaian

Pilih jawaban dengan memberi tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut anda. Penilaian dilakukan berdasarkan skala berikut:

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

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.

DAFTAR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	KEPERCAYAAN (X)	1	2	3	4	5
1	Saya merasakan bengkel ini selalu mengedepankan prinsip kejujuran dalam berkerja					
2	Saya merasakan mekanik dibengkel ini memiliki keahlian yang baik					
3	Saya merasakan bengkel ini rutin membuka layanan pada hari kerja					
4	Saya merasakan bengkel ini memiliki teknologi & peralatan yang handal dalam melayani perbaikan dan pemeliharaan sepeda motor.					
5	Saya merasakan bengkel ini senantiasa mendahulukan konsumen yang datang lebih awal sesuai dengan antrian yang didapat.					
	LOYALITAS PELANGGAN (Y)	1	2	3	4	5
1	Saya senantiasa selalu ingin menggunakan jasa bengkel ini, apabila kendaraan saya memerlukan perbaikan & pemeliharaan.					
2	Saya merasa senang untuk merekomendasikan bengkel ini kepada orang lain.					
3	Saya merasa bengkel ini selalu memberikan kenyamanan dalam menunggu antrian dan kemudahan dalam pembayaran.					
4	Saya merasa yakin bahwa bengkel ini adalah yang terbaik dibandingkan bengkel lain.					
5	Saya selalu menyukai bengkel ini sebagai tempat servis kendaraan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 2 Tabulasi Data

1. Kepercayaan

Kp1	Kp2	Kp3	Kp4	Kp5	Kp
3	4	5	4	4	20
4	5	4	4	3	20
5	5	5	4	5	24
3	4	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	4	5	4	22
2	3	3	3	4	15
5	4	5	4	5	23
3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	5	5	5	3	21
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
3	5	5	3	4	20
5	4	4	4	5	22
3	4	3	4	3	17
5	4	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
3	5	5	3	4	20
4	5	5	5	5	24
3	4	5	4	4	20
3	4	4	3	4	18
4	3	4	3	4	18
4	5	4	5	4	22
3	5	4	5	3	20
4	5	4	4	5	22
4	3	5	4	4	20
3	4	4	5	4	20
5	5	5	5	5	25

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.

3	4	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
4	5	4	5	4	22
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	3	21
4	3	4	4	3	18
3	4	5	4	4	20
3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
3	3	3	3	3	15
5	4	4	3	4	20
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	17
5	5	5	5	5	25
4	5	4	3	3	19

2. Loyalitas Pelanggan

LP1	LP2	LP3	LP4	LP5	LP
3	4	4	4	4	19
4	5	4	4	4	21
4	5	5	5	5	24
4	3	4	3	3	17
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	3	19
4	5	4	5	4	22
4	5	5	5	5	24



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	21
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
5	3	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	18
4	3	4	4	4	19
4	5	4	5	4	22
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	5	3	4	5	21
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	24
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
4	3	5	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	5	23
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
3	5	3	4	3	18
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	3	23
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	5	5	5	5	24
4	3	4	4	3	18
3	4	4	4	3	18
4	3	4	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

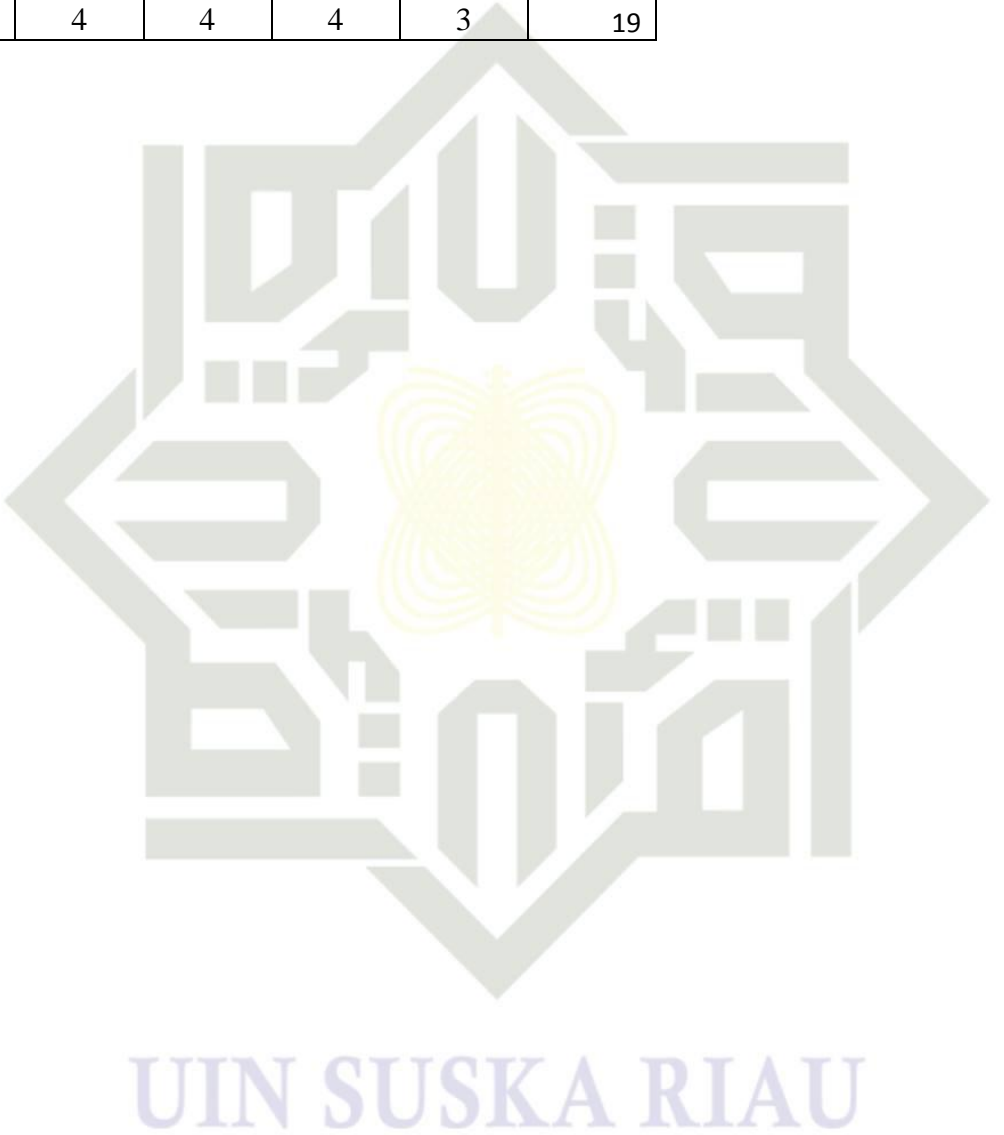
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	3	4	3	4	18
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



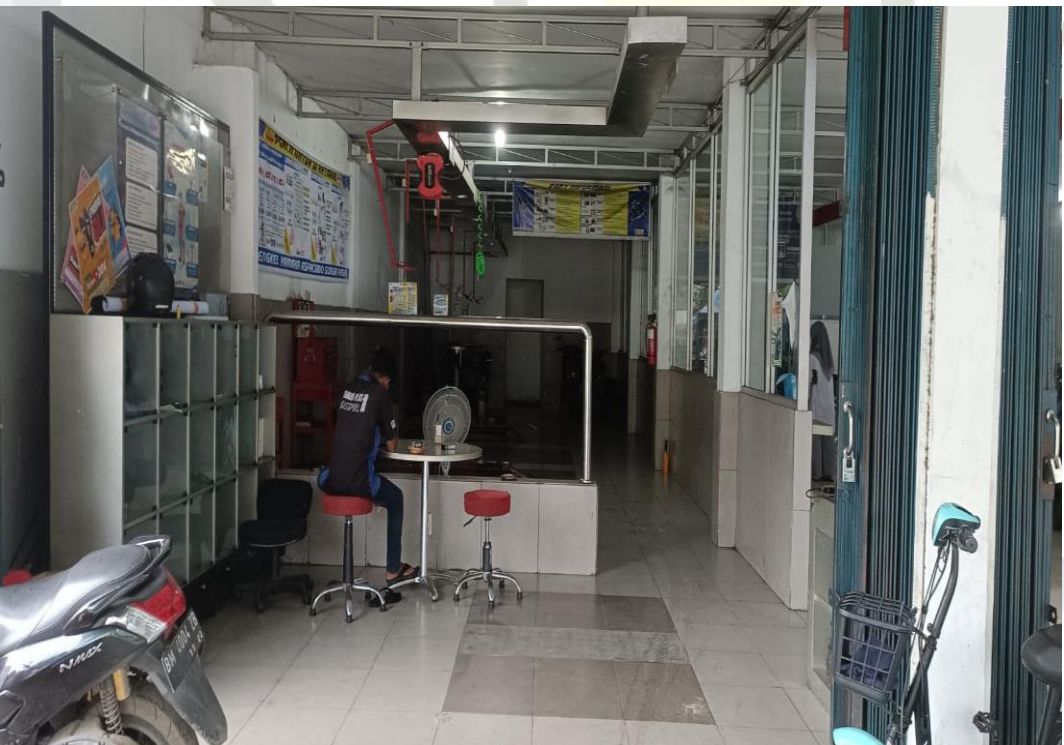
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Skrripsi dengan judul **“PENGARUH KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELNGGAN PADA BENGKEL PT ASPACINDO KEDATON MOTOR SUNGAI PAGAR PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh

Nama : CINDI APRILLA
NIM : 11820525016
Program Studi : Ekonomi Syariah

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

Pekanbaru, 18 Desember 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr.hj. Sofia Hardiani, M.Ag

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

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

Penguji II
Wah Saputra, S.E., Ak., M.A

Mengetahui:
Kabag T.U
Fakultas Syariah dan Hukum

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

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Syria 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

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

Pekanbaru, 02 November 2023

Un.01/F.I/PP.00.9/10114/2023

Biasa (Satu) Proposal
Mohon Izin Riset

Kepada Yth.
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama : CINDI APRILLA
NIM : 11820525016
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : X (Sepuluh)
Lokasi : PT. Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen pada PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar Perspektif Ekonomi Syariah

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



Dr. Zuklani, M. Ag
NIP. 19741006 200501 1 005

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



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

SURAT KETERANGAN

: Surat balasan Permohonan Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat 12 agustus 2022 perihal perizinan tempat penelitian dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa atas nama Cindi Aprilla dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen pada PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar”.

Sehingga kami sampaikan beberapa hal sebagai berikut :

Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan dapat mengizinkan pelaksanaan penelitian tersebut di tempat kami.

Izin melakukan penelitian diberikan semata - mata untuk keperluan akademik

Waktu pengambilan data dilakukan selama 3 bulan setelah tanggal ditetapkan.

Demikian surat balasan dari kami.

Sungai Pagar, 15 Agustus 2022

Leader Marketing



Rafles Nasution



RIWAYAT HIDUP PENULIS

Cindi Aprilla, lahir di Sungai Pagar 15 April 1999, Alamat Desa Sungai Pagar, Kabupaten Kampar. Riwayat pendidikan formal yang telah ditempuh penulis adalah Pendidikan Sekolah Dasar Negeri 001 Sungai Pagar lulu tahu 2011 , kemudian melanjutkan pendidikan tingkat menengah pertama di SMPN 1 Kampar Kiri Hilir lulus tahun 2014, dan melanjutkan pendidikan ke tingkat menengah atas di SMAN 1 Kampar Kiri Hilir lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2018, penulis melanjutkan pendidikan di universitas Islam Sultan Syarif Qasim Riau, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum.

Masa perkuliahan penulis melaksanakan pengabdian masyarakat di Desa Mekar Jaya, Kec. Kampar Kiri Tengah, Kab. Kampar. Penulis melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel PT Aspacindo Kedaton Motor Sungai Pagar perspektif Ekonomi Syariah*”. Pada tanggal 14 November 2023 penulis dinyatakan lulus pada Munaqasah dalam sidang ujian Sarjana Strata Satu (S1) Program Ekonomi Syariah pada 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.