

**“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN”
(Studi Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri Di
Majelis Taklim Al Manar Surabaya)**

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi sebagian Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Oleh:

Luvi Fajar Retno Wulandari
931339214

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KEDIRI
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN” (STUDI PENGGUNA PRODUK AIR MINERAL MEREK
SANTRI DI MAJELIS TAKLIM AL-MANAR SURABAYA)

LUVI FAJAR RETNO WULANDARI
NIM.9.313.392.14

Disetujui oleh:

Pembimbing I,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.,MM
NIP.19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Ali Samsuri, M.El
NIP. 19761031 20090 1003

NOTA DINAS

Kediri, 05 Oktober 2018

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Bapak Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : LUVI FAJAR RETNO WULANDARI
NIM : 9.313.392.14
Judul : "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN" (STUDI PENGGUNA PRODUK AIR MINERAL SANTRI DI MAJELIS TAKLIM AL-MANAR SURABAYA)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan ujian akhir Sarjana Strata Satu (S-I).

Bersama ini kami lampirkan berkas naskah skripsinya, dengan harapan dapat segera diujikan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM
NIP.19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Ali Samsuri, M.EI
NIP. 19761031 20090 1003

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 05 Oktober 2018

Nomor :
Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Penyerahan Skripsi

Kepada

Yth. Bapak Dekan Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri
Di
Jl. Sunan Ampel No. 07 - Ngronggo
Kediri

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bersama ini saya kirimkan berkas skripsi mahasiswa:

Nama : LUVI FAJAR RETNO WULANDARI

NIM : 9.313.392.14

Judul : "PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN" (STUDI PENGGUNA
PRODUK AIR MINERAL SANTRI DI MAJELIS
TAKLIM AL-MANAR SURABAYA)

Setelah diperbaiki materi dan susunannya, sesuai dengan beberapa petunjuk dan tuntunan yang telah diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 29 Oktober 2018, kami menerima dan menyetujui hasil perbaikannya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I,



Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE., MM
NIP.19740528 200312 2 001

Pembimbing II,



Ali Samsuri, M.EI
NIP. 19761031 20090 1003

HALAMAN PENGESAHAN

**“PENGARUH KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN” (STUDI PENGGUNAAN PRODUK AIR MINERAL SANTRI
DI MAJELIS TAKLIM AL-MANAR SURABAYA)**

LUVI FAJAR RETNO WULANDARI
NIM. 9.313.392.14

Telah diujikan di depan sidang Munaqasah Fakultas Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri pada tanggal 29 Oktober 2018

Tim Penguji,

1. Penguji Utama
Sri Anugrah Natalina, SE. MM 
NIP. 19771225 200901 2 006 (.....)
2. Penguji I
Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE. MM 
NIP. 19740528 20031 2 001 (.....)
3. Penguji II
Ali Samsuri, M.EI 
NIP. 19761031 20090 1003 (.....)

Kediri, 01 November 2018
Dekan Fakultas Syaria'ah,

Dr. H. Imam Annas Mushlihin, MHI
NIP. 19750101 199803 1 002

MOTTO

مَنْ جَدَّ وَ جَدَّ مَنْ صَبَرَ ظَفِرَ مَنْ سَارَ عَلَى الدَّرْبِ وَ صَلَّى

“Man Jadda Wajada Man Shobara Zhafira, Man Sara Ala Darbiwashala”

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil, siapa yang bersabar pasti akan beruntung, siapa yang menapaki jalan-Nya akan sampai ke tujuan

“Always be yourself no matter what they say and never be anyone else even if they look better than you” : Selalu jadi diri sendiri tidak peduli apa yang mereka katakan dan jangan pernah menjadi orang lain meskipun mereka tampak lebih baik dari anda

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bacalah dengan menyebut nama Tuhanmu

Niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman diantaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat

(QS : Al-Mujadilah 11)

Ya Allah,

Waktu yang sudah kujalani dengan jalan hidup yang sudah menjadi takdirku, sedih, bahagia, dan bertemu orang-orang yang memberiku sejuta pengalaman bagiku, yang telah memberi warna-warni kehidupanku. Kubersujud dihadapan Mu,

Engkau berikan aku kesempatan untuk bisa sampai di penghujung awal perjuanganku. Segala Puji bagi Mu ya Allah,

Alhamdulillah..Alhamdulillah..Alhamdulillahirobbil alamin..

Sujud syukurku kusembahkan kepadamu Tuhan yang Maha Agung nan Maha Tinggi nan Maha Adil nan Maha Penyayang, atas takdirmu telah kau jadikan aku manusia yang senantiasa berpikir, berilmu, beriman dan bersabar dalam menjalani kehidupan ini.

Sebuah karya sederhana ini kupersembahkan kepada.....

Kedua orang tuaku tercinta, dengan segala untaian doa yang ada di setiap sujud mereka yang tiada henti. Yang selalu memberi semangat, dorongan, nasehat dan kasih sayang serta pengorbanan yang tak tergantikan hingga selalu kuat menjalani setiap rintangan yang ada

Untuk kakakku Ilvi Wahyu Agus Widhi Pratama, dan adikku Kukuh Baskoro Permadi, untuk calon kakak Ipar Kurnia dan Calon Adik Ipar ku Yintan Terimakasih telah memberikan doa, semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini..

Seluruh keluarga besar. Terimakasih telah memberikan suntikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Untuk dosen pembimbing Dr. Hj.Naning Fatmawatie, SE,MM. dan Bapak Ali Samsuri, M.EI yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.

Untuk Sahabatku zuiqo, yudhis dan fauzin, uswa ayu, anisa, auliyah, fitri, risky, Khanifa Terimakasih telah memberikan suntikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih untuk sahabat-sahabatku angkatan 2014 Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri

Dan yang terakhir almamaterku IAIN Kediri.

ABSTRAK

LUVI FAJAR RETNO WULANDARI, Dosen pembimbing Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE, MM. dan dan Ali Samsuri, M.EI : “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen” (Studi Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri Di Majelis Taklim Al-Manar Surabaya)

Kata Kunci:; *Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.*

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Loyalitas konsumen merupakan konsep yang sangat penting khususnya pada kondisi persaingan yang sangat ketat dengan pertumbuhan yang sangat rendah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen di majelis taklim al-manar Surabaya, dan untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen di majelis taklim al-manar Surabaya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan penelitian populasi yaitu seluruh anggota majelis taklim al-manar Surabaya yang menggunakan atau mengkonsumsi air mineral santri dengan anggota populasi dijadikan sebagai sampel yang berjumlah 70 anggota majelis taklim Al-Manar Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas, autokorelasi, multikolinieritas, heteroskedastisitas) korelasi, analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian data 4.23 Diatas bahwa $0,743 > 0,235$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel kepuasan konsumen dengan loyalitas konsumen $r_{hitung} 0,743$ terletak pada rentang interval koefisien antara $0,70 - 0,90$ jadi terdapat pengaruh hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil analisis SPSS 21, uji t untuk variabel X (kepuasan konsumen) $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $55,650 > 1,667$, dan $sig (0,000) < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Sedangkan Berdasarkan hasil analisis SPSS 21, uji t untuk variabel Y (loyalitas konsumen) $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $57,468 > 1,667$, dan $sig (0,000) < 0,05$, maka dapat disimpulkan H_a diterima dan H_0 ditolak. Jumlah pengaruh tingkat kepuasan konsumen terhadap loyalitas dari output B yaitu sebesar $0,926$ jadi persamaan regresinya adalah $Y=8,403+0,926X$. Jika variabel kepuasan konsumen naik satu satuan maka tingkat kepuasan konsumen akan naik sebesar $0,926$. Diketahui bahwa $R Square$ adalah $0,552$. $R Square$ dapat disebut koefisien determinasi yang dalam hal ini berarti $55,2\%$ kepuasan konsumen dipengaruhi oleh loyalitas konsumen. Sisanya $44,8\%$ berasal dari variabel lainnya diantaranya adalah produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan fasilitas, suasana, ataupun faktor lainnya.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT berkat Taufiq, dan Hidayahnya, sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Shawat serta salam senantiasa tetap tercurah limpahkan pada Nabi Muhammad SAW, Nabi dari semua Nabi, dan pembawa kesempurnaan yakni agama Islam.

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen” (Studi Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri Di Majelis Taklim Al-Manar Surabaya)

penulis menyadari dalam pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini, penulis mendapat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis menyampaikan terimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Nur Chamid,MM selaku Rektor IAIN Kediri
2. Dr. Imam Annas Mushlihin, M.HI Selaku Dekan Fakultas Syariah
3. Dr. Ahmad Syakur, LC.,M.EI selaku Kepala Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Seluruh dosen beserta staf Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Kediri.
5. Dr. Hj. Naning Fatmawatie, SE.,MM dan Ali Samsuri,M.EI selaku dosen pembimbing yang telah mengarahkan, memberi masukan, dan menyempurnakan skripsi ini.
6. Bapak H. Sadirun selaku Ketua Pengurus Masjid Al-Manar dan Bu Lunik Lusiana Selaku Ketua Pengurus Majelis Taklim Al-Manar Surabaya, Pak Reza dan Gentang Syabba Nahla, STT telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Kedua orang tua dan segenap keluarga yang terus mendukung dalam menyelesaikan skripsi ini dengan untaian doa yang tiada henti terucap dan deretan nasehat-nasehatnya yang membangkitkan ketika putus asa dan lengah.
8. Sahabat seperjuangan ES angkatan 2014 (Uswah Ayu Wibawa, Anisa , Auliya, Fitriana, Rizky, Khanifa, Ria) terimakasih telah menjadi teman berproses, dan semoga menjadi teman hingga akhir hayat.
9. Terimakasih untuk Kurniawati, S.Kom, Zuiko, Yudhis, dan Mochamad Fauzin, Terimakasih telah menjadi bagian dari proses hidup, yang selalu ada dalam setiap langkah kaki ini berjalan, yang selalu memberi kejutan indah, terimakasih.
10. Teman-teman di IAIN Kediri angkatan 2014, serta pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu penulis dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, karena itulah penulis berharap semua pihak yang membaca agar memberikan masukan serta saran dan kritik demi perbaikan pada penelitian selanjutnya. Namun demikian, besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat untuk siapa saja yang membutuhkan.

Kediri, 5 Oktober 2018

Penulis,

Luvi Fajar Retno Wulandari
9.313.392.14

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
NOTA DINAS	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	13
D. Kegunaan Penelitian.....	14
E. Hipotesis Penelitian.....	15
F. Telaah Pustaka	15
BAB II: LANDASAN TEORI.....	20
A. Kepuasan Konsumen.....	20
1. Pengertian Beban Kerja.....	20
2. Mengukur Kepuasan Konsumen	21
3. Manfaat dan Fungsi Kepuasan Konsumen.....	22
4. Program Kepuasan Konsumen.....	23
5. Strategi Kepuasan Konsumen	27
6. Kepuasan Konsumen dan Nilai Bagi Konsumen.....	27
7. Level-level Pemicu Konsumen	28

8. Mengevaluasi Kepuasan Konsumen	30
9. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	33
10. Elemen Kepuasan Konsumen	35
11. Hak dan Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha Menurut UU Perlindungan Konsumen	37
12. Tantangan Memuaskan Pelanggan.....	41
13. KetidakPuasan Pelanggan dan Perilaku Mereka.....	42
14. Kepuasan Konsumen Dalam Prespektif Islam.....	43
B. Loyalitas Konsumen.....	45
1. Pengertian Loyalitas Konsumen	45
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen	47
3. Prespektif Loyalitas Konsumensasi	48
4. Merancang dan Menciptakan Loyalitas Konsumen.....	49
5. Keuntungan dari konsumen yang loyal.....	51
6. Contoh Loyalitas Konsumen Terhadap Suatu Produk.....	52
7. Tahap-Tahapan Loyalitas.....	54
8. Strategi Meningkatkan dan Mempertahankan Loyalitas Konsumen	56
9. Faktor-faktor Loyalitas Pelanggan.....	57
10. Tingkatan Pelanggan Menuju Loyalitas.....	59
11. Kajian Ke Islaman Loyalitas Pelanggan	59
12. Indikator Loyalitas Konsumen.....	61
BAB III: METODE PENELITIAN	63
A. Rancangan Penelitian.....	63
B. Lokasi Penelitian.....	64
C. Variabel Penelitian.....	64
D. Definisi Operasional	65
E. Populasi dan Sampel	69
F. Teknik Pengukuran Data.....	70
G. Data dan Sumber Data	71
H. Teknik Pengumpulan Data.....	72

I. Instrumen Penelitian	73
J. Teknik Analisis Data.....	74
K. Regresi Linier Sederhan	76
L. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	77
M. Uji Asumsi Klasik.....	78
N. Korelasi	81
O. Metode Analisis Data	82
BAB IV: HASIL PENELITIAN	86
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	86
A. Sejarah Perusahaan Air Mineral Santri	86
B. Sejarah Berdirinya Masjid Al-Manar dan Sejarah Berdirinya Majelis Taklim Al-Manar	88
C. Struktur Organisasi Masjid Al-Manar Surabaya	93
B. Karakteristik Responden	94
C. Hasil Penelitian.....	102
A. Deskripsi Variabel Independent.....	102
B. Deskripsi Variabel Independent.....	104
D. Teknik Analisis Data.....	106
1. Uji Validitas.....	106
2. Uji Reliabilitas.....	108
3. Uji Asumsi Klasik.....	110
4. Analisis Deskriptif.....	117
5. Regresi Sederhana.....	121
6. Analisis Korelasi	123
7. Uji T.....	125
8. Uji F	126
BAB V: PEMBAHASAN	128
1. Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri.....	129
2. Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri.	133

3. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pengguna Produk Air Mineral Merek Santri.....	138
BAB VI: PENUTUP.....	140
A. Kesimpulan	140
B. Saran.....	142
DAFTAR PUSTAKA	144
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Indonesia 2009-2014.....	4
Gambar 4.1 Grafik Histrogram	111
Gambar 4.2 Grafik Normal Plot.....	112
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	114

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hak Konsumen dan Pelaku Usaha	37
Tabel 2.2 Kewajiban Konsumen dan Pelaku Usaha	38
Tabel 3.1 Indikator Kepuasan Konsumen.....	66
Tabel 3.2 Loyalitas Konsumen.....	68
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r <i>Product Moment</i>	82
Tabel 4.1 Struktur Harga.....	88
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	96
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	97
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	98
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	99
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Pemakaian	100
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Faktor Menggunakan atau Mengkonsumsi	101
Tabel 4.9 Responden Terhadap Kepuasan Konsumen.....	102
Tabel 4.10 Responden Terhadap Loyalitas Konsumen.....	104
Tabel 4.11 hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	107
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas loyalitas Konsumen.....	107
Tabel 4.13 Hasil Uji reliabilitas Kepuasan Konsumen dengan SPSS Versi 21.0	108
Tabel 4.14 Hasil Uji reliabilitas loyalitas Konsumen dengan SPSS Versi 21.0..	109
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Normalitas dengan SPSS Versi 21.0... ..	110
Tabel 4.16 Hasil Autokorelasi dengan SPSS Versi 21.0.....	115
Tabel 4.17 Hasil Uji Multikolinearitas dengan SPSS Versi 21.0	117
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif dengan SPSS Versi 21.0	118
Tabel 4.19 kategorisasi untuk variabel X Kepuasan Konsumen.....	119
Tabel 4.20 kategorisasi untuk variabel Y loyalitas konsumen.....	120
Tabel 4.21 Hasil Pengujian Regresi Sederhana dengan SPSS Versi 21.0	121
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Regresi Sederhana Model summary dengan SPSS Versi 21.0	123

Tabel 4.23 Hasil Uji Korelasi.....	124
Tabel 4.24 Hasil Uji T Variabel X1 Kepuasan Konsumen (One-sample test) ..	125
Tabel 4.25 Hasil Uji T Variabel Y Loyalitas KOnsumen (One-sample test)	126
Tabel 4.26 Hasil Uji statistic F (ANOVA ^a)	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Koesioner Penelitian

Lampiran II Data Penelitian dan Hasil Penelitian

Lampiran III Surat Izin Penelitian

Lampiran IV Daftar Konsultasi

Lampiran V Daftar Riwayat Hidup