

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Loyalitas Pelanggan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah(Studi pada Kios Sedekah Sayur Pasar Ngemplak Tulungagung)” ini ditulis oleh Antri Arta, NIM. 12405183093, pembimbing Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin maraknya penjual dan semakin ketatnya persaingan usaha sayur di Pasar Ngemplak Tulungagung. Oleh sebab itu pemilik usaha harus pandai dalam memahami kebutuhan dan mempertahankan pelanggan. Fokus penelitian ini yaitu: (1) Apa faktor yang menyebabkan pelanggan loyal terhadap Kios Sedekah Sayur Pasar Ngemplak Tulungagung; (2) Bagaimana faktor-faktor loyalitas pelanggan perspektif manajemen bisnis syariah pada Kios Sedekah Sayur Pasar Ngemplak Tulungagung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang menyebabkan loyalitas pada pelanggan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Data-data yang digunakan adalah data primer, data ini diperoleh peneliti melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknis analisis data yang digunakan adalah reduksi data, paparan data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk memperoleh keabsahan data.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Kios Sedekah Sayur Pasar Ngemplak Tulungagung mengutamakan harga, produk, dan pelayanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan. (2) Dalam perspektif manajemen bisnis syariah, faktor-faktor yang menimbulkan loyalitas pada pelanggan Kios Sedekah Sayur diantaranya adalah dengan penerapan lokasi bersih dan rapi, pelayanan ramah dengan 5S(*senyum, sapa, salam, sopan dan santun*), takatan timbangan harus sesuai, jujur(*amannah*), tidak memiliki prasangka dan berkata buruk kepada siapapun baik kepada pelanggan maupun kompetitor, dan siap bertanggung jawab.

Kata kunci: loyalitas pelanggan dan perspektif manajemen bisnis syariah.

ABSTRACT

This thesis untitled "The Factors of Customer's Loyalty in Sharia Business Management Perspective (Study at Sedekah Sayur Stall in Ngemplak Market)" is written by Antri Arta, Student ID Number. 12405183093, adviser Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The background of this research is the increasing number of sellers and intense competition amid vegetable business in Ngemplak Market, Tulungagung. Therefore, business owners have to be good at understanding the needs and retaining their existing customers. The focus of this research are: (1) What factors which lead the loyalty of customers at Sedekah Sayur stall in Pasar Ngemplak Tulungagung; (2) How are the factors of customer loyalty from the perspective of sharia business management at the Sedekah Sayur Stall in Pasar Ngemplak Tulungagung. This study aims to determine what factors lead the customer's loyalty.

The type of research used is descriptive qualitative research. The data used is primary data, this data is obtained by researchers through observation, interviews, and documentation. The data analysis technique used is data reduction, data exposure, and conclusion drawing. Researcher uses source triangulation to obtain the validity of the data.

The results of this study indicate that: (1) Sedekah Sayur Stall at Ngemplak market Tulungagung prioritizes price, product, and service in creating customer loyalty. (2) In the perspective of sharia business management, the factors which lead to loyalty of Sedekah Sayur Stall's customers include the maintenance of cleanliness and tidiness of the stall, friendly service with 5S (senyum, sapa, salam, sopan, dan santun), the scales to measure must be appropriate, be honest (amannah, be nonjudgemental and say good things to anyone, both to customers and competitors, and ready to be responsible).

Keywords: *customer loyalty and sharia business management perspective.*