

**FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN MUSLIM KOPI
KENANGAN DI SURABAYA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA
EKONOMI ISLAM**



Oleh:

**ALMA RAYHANA SYA'BANI
NIM. 041811433182**

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI ISLAM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

**AFFECTING FACTORS MUSLIM CUSTOMER LOYALTY
KOPI KENANGAN IN SURABAYAWITH SATISFACTION
AS INTERVENINGVARIABLES**

THESIS

**SUBMITTED PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF BACHELOR
ISLAMIC ECONOMICS**



by:

**ALMA RAYHANA SYA'BANI
NIM. 041811433182**

ISLAMIC ECONOMICS STUDY PROGRAM

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2022**

SKRIPSI

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS PELANGGAN MUSLIM KOPI KENANGAN
DI SURABAYA DENGAN KEPUASAN SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

DIAJUKAN OLEH:

**ALMA RAYHANA SYA'BANI
NIM: 041811433182**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,



SITI ZULAIKHA, SE., M.Si., Ph.D

NIP. 198006102008012022

**TANGGAL 27 JULI
2022**

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



BAYU ARIE FIANTO, SE., MBA., Ph.D

NIP. 198502102010121004

**TANGGAL 27 JULI
2022**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Alma RayhanaSyabani, 041811433182), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatas namakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (plagiarism) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 25 Juli 2022



Alma RayhanaSyabani

NIM. 041811433182

DECLARATION

I, (Alma RayhanaSyabani, 041811433182), declare that:

1. My thesis is genuine and truly my own creation and is not another's person work made under my name, nor a piracy or plagiarism. This thesis has never been submitted to obtain an academic degree in Universitas Airlangga or in any other Universities/Colleges.
2. This thesis does not contain any work or opinion written or published by anyone, unless clearly acknowledged or referred to by quoting the author's name and stated in the references.
3. This statement is true; if on the future this statement is proven to be fraud and dishonest, I agree to receive an academic sanction in the form of removal of the degree obtained through this thesis, and other sanctions in accordance with the prevailing norms and regulations in Universitas Airlangga.

Surabaya, 25 Juli 2022

Declared by,



Alma RayhanaSyabani
NIM. 041811433182

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Swt. atas berkah, ridha dan segala pertolongan-Nya sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Muslim Kopi Kenangan di Surabaya dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening” dengan baik. Oleh karena itu peneliti ucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Prof. Hj. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga beserta jajaran.
2. Bayu Arie Fianto, S.E., MBA., Ph.D selaku koordinator program studi sarjana Ekonomi Islam. Terima kasih telah senantiasa memberikan ilmu kepada peneliti ketika proses belajar di kelas
3. Siti Zulaikha, S.E., M.Si., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, meluangkan waktu, memberikan dukungan serta motivasi untuk menyelesaikan penelitian ini. Terima kasih telah membimbing serta mengingatkan akan segala kuasa Allah Swt.
4. Eko Fajar Cahyono, SE., ME. Selaku dosen wali. Terimakasih atas bimbingan dan bantuan yang telah diberikan.
5. Seluruh staff pengajar dan administrasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan bantuan selama proses pengerjaan skripsi
6. Ayah dan Mama sebagai orang tua peneliti yang senantiasa mendukung peneliti dalam keadaan apapun.
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang membantu peneliti dalam penyelesaian skripsi ini. Terimakasih atas segala bentuk dukungan dan bantuan.

Surabaya, 25 Juli 2022



Alma Rayhana Sya'bani

NIM. 041811433182

**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Muslim dengan
Kepuasan sebagai Variabel Intervening**

Alma Rayhana Sya' bani

ABSTRAK

Meskipun telah banyak penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kewajaran harga dalam mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan, namun ada kesenjangan dalam penelitian ini yaitu variabel label halal dalam mempengaruhi loyalitas melalui kepuasan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel label halal, kualitas pelayanan dan kewajaran harga terhadap loyalitas serta pengaruh tidak langsung melalui kepuasan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 171 pelanggan muslim Kopi Kenangan di Surabaya. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif menggunakan SPSS dan pengujian hipotesis menggunakan Smart PLS. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa label halal tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas maupun tidak langsung melalui kepuasan. Variabel kualitas pelayanan dan kewajaran berpengaruh signifikan terhadap loyalitas secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan. Penelitian ini akan bermanfaat bagi pemilik usaha yang menjalankan bisnis dengan masyarakat muslim sebagai mayoritas untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi masyarakat untuk lebih memahami peran label halal, kualitas pelayanan, dan kewajaran harga dalam meningkatkan loyalitas melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Label Halal, Kualitas Pelayanan, Kewajaran Harga, Kepuasan, Loyalitas

**Affecting Factors Muslim Customer Loyalty Kopi Kenangan in Surabaya
with Satisfaction as Intervening Variables**

Alma RayhanaSya'bani

ABSTRACT

Although there have been many studies on service quality and price fairness of price in influencing loyalty through satisfaction, there is a gap in this study, namely the halal label variable in influencing loyalty through satisfaction. This study aims to explain the direct and indirect effects between the variables of halal label, service quality and price fairness on loyalty and the indirect effect through satisfaction. The sample used in this study were 171 Muslim customers of Kopi Kenangan in Surabaya. This study uses descriptive analysis techniques using SPSS and hypothesis testing using Smart PLS. The results of hypothesis testing indicate that the halal label does not have a significant direct effect on loyalty or indirectly through satisfaction. Service quality and fairness variables have a significant effect on loyalty directly or indirectly through satisfaction. This research will be useful for business owners who run businesses with Muslim communities as the majority to increase customer loyalty. This research also provides benefits for the community to better understand the role of halal labels, service quality, and price fairness in increasing loyalty through customer satisfaction.

Keywords: Halal Label, Service Quality, Fairness of Price, Satisfaction, Loyalty

العوامل التي تؤثر على ولاء العملاء المسلمين للرضا كمتغير تدخل

ألمار يحانة سياباني

نبذة مختصرة

علنا لرممنو جود العديد من الدراسات حول جودة الخدمة ومعقولية الأسعار في التأثير على ولاء من خلال الرضا ، إلا أنها كجوة في هذا الدراسة ، و هي متغير علامة الحلال في التأثير على ولاء من خلال الرضا . تهدف هذا الدراسة إلى نشر الآثار المباشرة وغير المباشرة بين متغير اتعلامة الحلال لجودة الخدمة وعدالة الأسعار على ولاء Kopi و التأثير غير المباشر من خلال الرضا . كانت العينة المستخدمة في هذا الدراسة 171 زبوناً مسلمين واختبار الفرضيات باستخدام SPSS فيسورابايا . تستخدم هذا الدراسة تقنيات التحليل الوصفي باستخدام Kenangan PLS. Smart تشير نتائج اختبار الفرضيات إلى أن علامة الحلال ليس لها تأثير مباشر كبير على ولاء أو بشكل غير مباشر من خلال الرضا . إن متغير اتجودة الخدمة والإنصاف لها تأثير كبير على ولاء بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال الرضا . سيكون هذا البحث مفيداً لأصحاب الأعمال الذين يبيعون أو يعملون مع مجتمعات مسلمة كغالبية لزيادة ولاء العملاء . توفر هذا الدراسة أيضاً فوائد للمجتمع لفهم دور ملصقات الحلال لجودة الخدمة وعدالة الأسعار في زيادة ولاء من خلال الرضا . العملاء بشكل أفضل .

الكلمات المفتاحية : علامة الحلال ، جودة الخدمة ، عدالة الأسعار ، الرضا ، الولاء

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er

ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en
و	Wau	W	we
هـ	Ha	H	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	i
اُ	Dammah	U	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
اُوْ	Fathah dan wau	Au	a dan u

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اِيْآ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
اِيْ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
اُوْ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutahhidup

Ta' marbutahhidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٩, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
TITLE PAGE	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
DECLARATION	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
نبذة مختصرة	ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	x
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
DAFTAR SINGKATAN	xx
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 KESENJANGAN PENELITIAN.....	8
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 RINGKASAN METODE PENELITIAN	10
1.5 RINGKASAN HASIL PENELITIAN	10
1.6 KONTRIBUSI RISET	11
1.7 SISTEMATIKA PENULISAN	12
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA	 14
2.1 Landasan Teori	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Hypothesis	20

BAB III METODE PENELITIAN.....	23
3.1 PENDEKATAN PENELITIAN	23
3.2 JENIS DAN SUMBER DATA	23
3.3 POPULASI DAN SAMPEL	23
3.4 MODEL EMPIRIS	24
3.5 DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	24
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA	31
BAB IV PEMBAHASAN	32
4.1 Gambaran Umum Kopi Kenangan	32
4.2 Analisis Uji Deskriptif.....	33
4.3 PLS-SEM dengan Variabel Intervening	43
4.4 Pembahasan	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 RINGKASAN HASIL.....	61
5.2 KESIMPULAN	61
5.3 KETERBATASAN	63
5.4 SARAN	63
DAFTAR PUSTAKA	i
LAMPIRAN.....	v
Lampiran 1 Kuesioner	v
Lampiran 2 Statistik Deskriptif	9
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif.....	9
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif Indikator	11
Lampiran 5 Hasil Outer Model	14
Lampiran 6 Hasil Inner Model	17

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Award 2022 Kategori Kedai Kopi.....	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	25
Tabel 4. 1 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Agama.....	33
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Domisili	33
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Usia	34
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan	34
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4. 6 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pengeluaran	35
Tabel 4. 7 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pembelian	36
Tabel 4. 8 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Pembelian Lebih dari 2 Kali	36
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Per-bulan	36
Tabel 4. 10 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Label Halal.....	37
Tabel 4. 11 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 4. 12 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Kewajaran Harga	41
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Kepuasan.....	42
Tabel 4. 14 Statistik Deskriptif Indikator Variabel Loyalitas.....	43
Tabel 4. 15 Validitas Konvergen (Outer Loading).....	46
Tabel 4. 16 Hasil Average Variance Extracted (AVE)	47
Tabel 4. 17 Hasil Nilai Uji Cross Loading	48
Tabel 4. 18 Hasil Fornell Larcker Criterion	49
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas	50
Tabel 4. 20 Hasil Uji Nilai R-square.....	51
Tabel 4. 21 Hasil Uji Path Coefficient	53
Tabel 4. 22 Hasil Uji Specific Indirect Effect	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Model Penelitian	24
Gambar 4. 1 PLS-SEM dengan variabel intervening.....	43
Gambar 4. 2 Hasil Loading Factor I.....	44
Gambar 4. 3 Hasil Loading Factor II	45
Gambar 4. 4 Model Struktural (Inner Model).....	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	v
Lampiran 2 Statistik Deskriptif	9
Lampiran 3 Hasil Uji Deskriptif.....	9
Lampiran 4 Hasil Uji Deskriptif Indikator	11
Lampiran 4 Hasil Outer Model	14
Lampiran 5 Hasil Inner Model	17

DAFTAR SINGKATAN

SJH	Sistem Jaminan Halal
JPH	Jaminan Produk Halal
SEM	Structural Equation Modeling
PLS	Partial Least Square
BPJPH	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal
MUI	Majelis Ulama Indonesia
LPPOM MUI	Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia
FNB	Food and Beverage
UU	Undang-Undang
AVE	Average Variance Extracted