

**PENGARUH REPUTASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
PADA BUBUR AYAM KHAS KARAWANG BANG IPOI
DI TANJUNG BATU KUNDUR KABUPATEN KARIMUN**



Skripsi

Diajukan kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MUHAMMAD ARY KURNIAWAN SAPUTRA
NIM. 22612052387

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI SULTAN ABDURRAHMAN
KEPULAUAN RIAU
2026**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ary Kurniawan Saputra

NIM : 2261205238

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari hasil karya orang lain. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini terdapat plagiasi, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Bintan, 03 Juli 2026

Yang menyatakan

Muhammad Ary Kurniawan Saputra

NIM. 22612052387

PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 0771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul : Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan
Pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi
Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun.

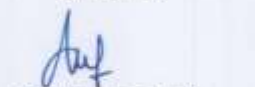
Nama : Muhammad Ary Kurniawan Saputra
NIM : 22612052387
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Telah dimunaqasyahkan pada : 23 Juli 2026
Nilai Munaqasyah :
Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

TIM MUNAQASYAH :

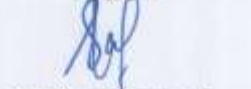
Ketua Sidang


Dr. M. Taufiq, M.S.I
NIP. 199104062019031020

Sekretaris


Wirdatul Aini, M.Pd
NIP. 200005062025052010

Penguji I


Sella Kurnia Sari, M.Sc
NIP. 199111222018012002

Penguji II


Firdaus, M.H
NIP. 199007012019031010

Bintan, 23 Juli 2026
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Ketua,

Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag
NIP. 197503242006041005

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Aeri – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ary Kurniawan Saputra
NIM : 22612052387
Program studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : “Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada
Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi
Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun”.

Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang
Munaqasyah. Diharapkan semoga skripsi tersebut dapat diterima dan dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bintan, 23 Juli 2026

Pembimbing I

Pembimbing II

Aulia Rahman, M.E.I
NIDN. 2130078802

H. Hanafi Yunus, Lc., M.H.I
NIDN. 200911790

NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Airl – Bintan
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610
Website: www.stainkepri.ac.id Email: stainkepri@kemenag.go.id

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Program Studi Manajemen Bisnis
Syariah
STAIN Sultan Abdurrahman

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun".

Yang ditulis oleh :

Nama : Muhammad Ary Kurniawan Saputra
NIM : 22612052387

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada program studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diajukan dalam rangka untuk memperoleh Gelar Sarjana S.E.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing I

Aulia Rahman, M.E.I
NIDN. 2130078802

Bintan, 23 Juli 2026

Pembimbing II

H. Hanafi Yunus, Lc., M.H.I
NIDN. 200911790

ABSTRAK

Muhammad Ary Kurniawan Saputra, 2026, 22612052387. Pengaruh Reputasi terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya reputasi dalam membentuk loyalitas pelanggan pada usaha kuliner. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan sehingga mendorong terjadinya pembelian ulang, mempertahankan pelanggan, serta menumbuhkan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap loyalitas pelanggan pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti, sehingga penentuan sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan observasi. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hIpoiesis dengan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini dibuktikan melalui hasil uji t yang menunjukkan nilai thitung sebesar 4,749 lebih besar daripada ttabel sebesar 1,985, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hIpoiesis penelitian diterima. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 14,441 + 0,494X$, yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan reputasi akan meningkatkan loyalitas pelanggan sebesar 0,494. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,660 menunjukkan bahwa reputasi memberikan kontribusi sebesar 66% terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan 34% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa reputasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk, pelayanan, konsistensi usaha, kepercayaan pelanggan, serta penerapan nilai-nilai syariah perlu terus dipertahankan dan ditingkatkan agar loyalitas pelanggan semakin kuat.

Kata Kunci: Reputasi, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Muhammad Ary Kurniawan Saputra, 2026, 22612052387. The Influence of Reputation on Customer Loyalty on Karawang Bang Ipoi Typical Chicken Porridge in Tanjung Batu Kundur, Karimun Regency. Sharia Business Management Study Program, Sultan Abdurrahman State Islamic College of Riau Islands.

This research is motivated by the importance of reputation in forming customer loyalty in the culinary business. A good reputation can increase customer trust so that it encourages repurchases, retains customers, and fosters customers' willingness to recommend products to others. This study aims to determine the influence of reputation on customer loyalty in Karawang Bang Ipoi Typical Chicken Porridge in Tanjung Batu Kundur, Karimun Regency. This study uses a quantitative approach. The population in the study is all customers of Karawang Bang Ipoi Typical Chicken Porridge whose number is not known exactly, so the sample determination uses the Lemeshow formula with a sample number of 97 respondents. The data collection technique was carried out through the distribution of questionnaires and observations. Data analysis includes validity test, reliability test, classical assumption test, hypothesis test with the help of SPSS version 25 program.

The results of the study show that reputation has a positive and significant effect on customer loyalty. This is proven by the results of the t-test which shows that the tcal value of 4,749 is greater than the ttable of 1.985, with a significance value of $0.000 < 0.05$, so that the research hypothesis is accepted. The results of a simple linear regression analysis yielded an equation $Y = 14.441 + 0.494X$, which indicates that any reputation improvement will increase customer loyalty by 0.494. In addition, the results of the determination coefficient (R^2) test of 0.660 showed that reputation contributed 66% to customer loyalty, while 34% was influenced by other factors outside the study.

Based on the results of the study, it can be concluded that reputation has a positive and significant influence on customer loyalty to Karawang Bang Ipoi Typical Chicken Porridge in Tanjung Batu Kundur, Karimun Regency. Therefore, improving product quality, service, business consistency, customer trust, and the application of sharia values need to be maintained and improved so that customer loyalty is stronger.

Keywords: Reputation, Customer Loyalty

PEDOMAN TRANSLITER ARAB-LATIN

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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Alif</i>	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	<i>B</i>	<i>Be</i>
ت	<i>Ta</i>	<i>T</i>	<i>Te</i>
س	<i>Ša</i>	<i>š</i>	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	<i>J</i>	<i>Je</i>
ح	<i>Ha</i>	<i>ḥ</i>	<i>ha</i> (dengan titik di bawah)
ك	<i>Kha</i>	<i>Kh</i>	<i>ka</i> dan <i>ha</i>

د	<i>Dal</i>	<i>d</i>	<i>De</i>
ذ	<i>Žal</i>	<i>ž</i>	<i>Zet</i> (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra</i>	<i>r</i>	<i>er</i>
ش	<i>Zai</i>	<i>z</i>	<i>zet</i>
ض	<i>Sin</i>	<i>s</i>	<i>Es</i>

غ	<i>Syin</i>	<i>sy</i>	<i>es dan ye</i>
ص	<i>Ṣad</i>	<i>ṣ</i>	<i>es (dengan titik di bawah)</i>
ض	<i>Ḍad</i>	<i>ḍ</i>	<i>de (dengan titik di bawah)</i>
ط	<i>Ṭa</i>	<i>ṭ</i>	<i>te (dengan titik di bawah)</i>
ظ	<i>Ẓa</i>	<i>ẓ</i>	<i>zet (dengan titik di bawah)</i>
ع	<i>`ain</i>	<i>`</i>	<i>koma terbalik (di atas)</i>
غ	<i>Gain</i>	<i>g</i>	<i>Ge</i>
ف	<i>Fa</i>	<i>f</i>	<i>Ef</i>
ق	<i>Qaf</i>	<i>q</i>	<i>Ki</i>
ك	<i>Kaf</i>	<i>k</i>	<i>Ka</i>
ل	<i>Lam</i>	<i>l</i>	<i>El</i>
م	<i>Mim</i>	<i>m</i>	<i>Em</i>
ن	<i>Nun</i>	<i>n</i>	<i>En</i>
و	<i>Wau</i>	<i>w</i>	<i>We</i>
هـ	<i>Ha</i>	<i>h</i>	<i>Ha</i>
ء	<i>Hamzah</i>	<i>’</i>	<i>Apostrof</i>
ي	<i>Ya</i>	<i>y</i>	<i>Ye</i>

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:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	<i>Fathah</i>	<i>a</i>	<i>A</i>

◌َ	<i>Kasrah</i>	<i>i</i>	<i>I</i>
◌ُ	<i>Dammah</i>	<i>u</i>	<i>U</i>

2. Vokal Rangkap

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

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ...ئِ	<i>Fathah dan ya</i>	<i>ai</i>	<i>a dan u</i>
وُ...ؤِ	<i>Fathah dan wau</i>	<i>au</i>	<i>a dan u</i>

Contoh:

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*
- سئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *haula*



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
اَ...يَ	<i>Fathah dan alif atau ya</i>	<i>ā</i>	<i>a dan garis di atas</i>
يِ...يَ	<i>Kasrah dan ya</i>	<i>ī</i>	<i>i dan garis di atas</i>

و..وْ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas
-------	----------------	---	---------------------

Contoh:

- قَالَ *qāla*
- رَمَى *ramā*
- قِيلَ *qīla*
- يَقُولُ *yaqūlu*

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup Ta' marbutah hidup 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”.

Contoh :

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ *raudah al-atfāl/raudahtul atfāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ *al-madīnatul munawwarah*
- طَلْحَةُ *talhah*

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.

Contoh :

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبُرْ *al-birr*

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, 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.

Contoh :

- الرَّجُلُ *ar-rajulu*
- الْقَلَمُ *al-qalumu*
- الشَّمْسُ *asy-syamsu*
- الْجَلَالُ *al-jalālu*

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.

Contoh :

- تَأْخُذُ *ta'khuẓu*
- شَيْءٌ *syai'un*
- النَّوْعُ *an-nau'u*
- إِنَّ *inna*

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.

Contoh :

- وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ *Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا *Bismillāhi majrehā wa mursāhā*

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.

Contoh :

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ *Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn*
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ *Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm*

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.

Contoh :

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ *Allaāhu gafūrun rahīm*
- اللَّهُ الْأَمْرُ جَمِيعًا *Lillāhi al-amru jamī`an*

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

Bismillāhirrahmānirrahīm

Puji syukur ke hadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala limpahan dan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Kabupaten Karimun” dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana.

Penulis merasa masih banyak kekurangan-kekurangan baik pada teknis penulisan maupun materi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Faisal, M. Ag, selaku Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
2. Bapak Dr. Fadhila Yonanta, M.Pd selaku wakil ketua I STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
3. Bapak Dr. Almahfuz, M.Si selaku selaku wakil ketua II STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
4. Bapak H. Rahmad Budi Harto, S.E., MM., selaku wakil ketua III STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
5. Bapak Kamaruzaman, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
6. Ibu Aulia Rahman, M.E.I selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan

waktu, pikiran, dan tenaga serta memberikan banyak arahan dan masukan selama peneliti melakukan bimbingan skripsi ini.

7. Bapak H. Hanafi Yunus, Lc., M.H.I selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta memberikan banyak arahan dan masukan selama peneliti melakukan bimbingan skripsi ini.
8. Bapak Dr. M. Taufiq, M.S.I selaku ketua sidang yang telah memimpin jalannya sidang skripsi dengan baik serta memberikan arahan sehingga proses sidang dapat berlangsung dengan lancar.
9. Ibu Wirdatul 'Aini, M.Pd selaku sekretaris sidang yang telah membantu kelancaran administrasi dan pelaksanaan sidang skripsi serta memberikan masukan yang bermanfaat bagi penyempurnaan skripsi ini.
10. Ibu Sella Kurnia Sari, M.Sc selaku penguji I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan kritik, saran, serta masukan yang membangun sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
11. Bapak Firdaus, M.H selaku penguji II yang telah memberikan saran, koreksi, dan masukan yang sangat berharga dalam penyempurnaan isi dan kualitas skripsi ini.
12. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau, yang telah mendidik dan berbagi pengetahuan kepada penulis.
13. Pihak Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi yang telah memberikan izin, bantuan dan Kerja sama dalam pengumpulan data penelitian.
14. Kepada kedua orang tua tercinta, dua orang yang sangat berjasa dalam hidup

penulis, dua orang selalu mengusahakan anak pertamanya ini untuk bisa menempuh pendidikan setinggi tingginya meski mereka tidak pernah merasakannya. Terima kasih yang tak sehingga kepada bapak dan mamak yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan, memberikan banyak motivasi, nasihat, dan selalu mendoakan di setiap langkah penulis. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat bapak dan mamak bahagia. Sehat selalu dan panjang umur karena bapak dan mamak harus selalu ada di setiap perjuangan dan pencapaian hidup penulis.

15. Kepada adik-adik tercinta, terima kasih telah menjadi sumber semangat dan motivasi dalam setiap langkah perjuangan penulis. Meski sering menjadi “Musuh Terbesarku” dalam hal kecil sehari-hari. Namun di balik itu semua, kalianlah alasan terbesar penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Penulis ingin menjadi abang yang mampu menjaga dan mendidik, sebagaimana tanggung jawab dan kasih sayang pada kalian.

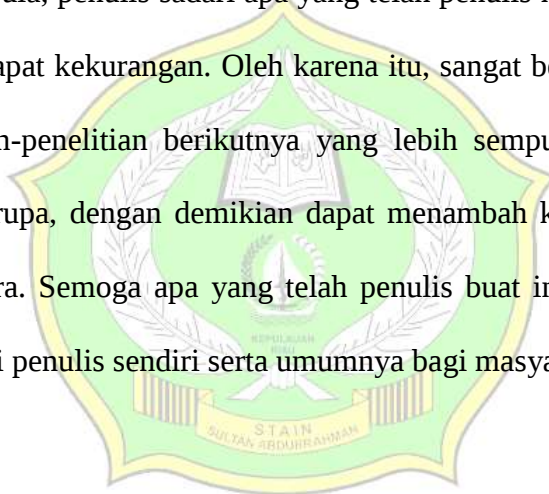
16. Kepada teman-teman tercinta Muhammad Wibhi Kurnia, Muhammad Adith Askandar, Husnul khatimah, teman teman Persepupuan dan Gaming House, yang selalu menemani dan turut serta membantu penulis dalam setiap proses pembuatan skripsi ini, yang selalu bersama dalam suka maupun duka, terima kasih penulis ucapkan untuk segala bantuan dan dukungannya kepada penulis.

17. Kepada Fitri Asri Zul Mizah, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya karena selalu ada dan tak henti-hentinya memberikan semangat dan dukungan serta bantuan baik itu tenaga, pikiran, materi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

18. Kepada Rekan Kuliah Kerja Nyata (KKN) STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau kelompok 1 Desa Sebung Lagoi, yang telah memberikan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir penulis.
19. Keluarga besar kelas A1 MBS Angkatan 2022 yang sama-sama berjuang dalam suka dan duka untuk menyelesaikan Pendidikan strata 1 (S1).

Penulis tidak dapat membalas apa yang telah mereka berikan, semoga Allah SWT memberikan balasan dan mencatat semua itu sebagai amal perbuatan yang mendapat pahala disisi-Nya. Aamiin.

Disamping itu pula, penulis sadari apa yang telah penulis kerjakan ini tentunya masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, sangat besar harapan penulis agar ada penelitian-penelitian berikutnya yang lebih sempurna dalam meneliti penelitian yang serupa, dengan demikian dapat menambah khazanah pemikiran-pemikiran nusantara. Semoga apa yang telah penulis buat ini, dapat bermanfaat khususnya bagi diri penulis sendiri serta umumnya bagi masyarakat. Aamiin...



Bintan, 03 Juli 2026

Penulis

Muhammad Ary Kurniawan Saputra

NIM: 22612052387

MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya, dan aku membuat ayahku bekerja setiap hari hingga lelah, jadi aku pastikan lelahnya tidak sia-sia”

(Penulis)

Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan

(QS. Al- Insyirah, 5-6)



KATA PESEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan

Alhamdulillah 'ala kulli hal, Biiznillah Amanah ini telah selesai, sebuah langkah usai sudah, namun ini bukan akhir dari perjalananku, namun awal dari perjalananku

1. Yang tercinta, orang tua penulis bapak Firman dan Ibu Nurlinda Terima kasih atas segala kasih sayang, doa, dan pengorbanan yang tidak pernah berhenti. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan terbesar dalam hidup penulis, yang terus mendorong untuk tidak menyerah, bahkan disaat segalanya terasa berat. Tanpa kehadiran dan cinta kalian, mungkin langkah ini tak akan pernah sampai sejauh ini. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang dapat mengatasi segala situasi kehidupan dunia yang berat ini. Terima kasih sudah menjadi panutan dan orang tua yang baik, sehat dan bahagia selalu bapak mamak, *Love*.
2. Kepada adik-adik penulis, Muhamad Ikbal Maulana Putra, Suci Ramadani, Wahyu Ramadan, yang paling penulis sayangi dan menjadi salah satu alasan penulis bertahan sejauh ini. Penulis berterima kasih atas tawa, doa, dan kebersamaan yang menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. *Last but not least*, diri saya sendiri. Muhammad Ary Kurniawan Saputra apresiasi sebesar besarnya karena sudah bertahan dan menyelesaikan apa yang sudah dimulai. walaupun sering kali putus asa atas apa yang sedang diusahakan, tetaplah menjadi manusia yang mau berusaha dan tidak lelah untuk mencoba. *Success Is Not Final, Failure Is Not Fatal. It Is The Courage To Continue That Counts.*

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITER ARAB-LATIN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI.....	xxi
DAFTAR TABEL	xxiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian	7
D. Kajian Terdahulu	7
E. Kerangka Teori	10
1. Reputasi	10
2. Loyalitas Pelanggan.....	11
F. Sistem Pembahasan.....	12
BAB II KONSEP TEORITIS & OPERASIONAL VARIABEL	14
A. Kerangka Teori	14
1. Reputasi	14
a. Pengertian Reputasi	14
b. Indikator Reputasi	16
2. Loyalitas Pelanggan	18
B. Hipotesis	24
C. Operasioanal Variabel.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Desain Penelitian	27
1. Jenis Penelitian	27
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	27
3. Subjek dan Objek Penelitian.....	27
B. Populasi dan Sampel.....	28

1. Populasi	28
2. Sampel	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Kuesioner.....	31
2. Observasi	32
D. Teknik Analisis Data.....	32
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
2. Uji Asumsi Klasik	33
3. Uji Hipotesis.....	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN & ANALISIS DATA	36
A. Tinjauan Umum Lokasi	36
1. Sejarah Singkat Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun	36
B. Penyajian Data Penelitian	37
1. Karakteristik Responden.....	37
2. Deskriptif Statistik Variabel	39
3. Uji Instrumen.....	50
4. Uji Asumsi Klasik	52
5. Uji Hipotesis.....	54
C. Analisis Data.....	58
1. Tingkat Reputasi Bubur Ayam Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kunder Kabupaten Karimun	58
2. Tingkat Loyalitas Pelanggan Bubur Ayam Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun	60
3. Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Bubur Ayam Bang Ipoi Di Tanjung Batu Kunder Kabupaten Karimun	62
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
 LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.1 Skala Likert	31
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	37
Tabel 4. 2 Umur Responden.....	37
Tabel 4.3 Pendidikan Responden	38
Tabel 4.4 Penghasilan Responden.....	39
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel X.....	40
Tabel 4.6 Rata-rata Keseluruhan Variabel Reputasi (X).....	45
Tabel 4.7 Rata-rata Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	46
Tabel 4. 8 Rata-rata Keseluruhan Variabel Loyalitas Pelanggan.....	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Reputasi.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan	51
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas	51
Tabel 4.12 Uji normalitas.....	53
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastitas.....	54
Tabel 4 14 Hasil regresi linear sederhana	55
Tabel 4 15 Uji determinasi.....	56
Tabel 4 16 t (Uji Parsial).....	57



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dunia usaha di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk dan jasa. Kondisi ini menyebabkan persaingan antar pelaku usaha semakin ketat, termasuk pada sektor kuliner. Dalam situasi persaingan yang semakin kompetitif, setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang tepat guna menarik dan mempertahankan pelanggan. Selain itu, perkembangan teknologi dan kemudahan akses informasi menyebabkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan dalam menentukan produk atau jasa yang akan dikonsumsi sehingga perusahaan harus mampu memberikan nilai lebih kepada pelanggan agar tetap dapat bertahan dalam persaingan usaha.¹

Reputasi merupakan persepsi atau penilaian masyarakat terhadap suatu perusahaan, produk, maupun jasa yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, serta interaksi yang terjadi dalam jangka waktu tertentu. Reputasi yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, memperkuat citra usaha, dan menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat menurunkan tingkat kepercayaan

¹ Dr.Femmy, Sofie Schouten, Mega Usvita, SE. M.Si, Herjuno Ariwibowo Arifin, S.E., *Manajemen Pemasaran Jasa*, ed. Nanda Harry Mardika (Padang: CV. Gita Lentera Perm. Permata Hijau Regency blok F/1 Kel. Pisang, Kec. Pauh, Padang, 2023).hlm 23

pelanggan sehingga berpotensi mengurangi minat konsumen untuk melakukan pembelian ulang.²

Loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller dalam Aditya Wardhana (2024), adalah merupakan komitmen yang kuat dari pelanggan untuk tetap membeli atau menggunakan kembali suatu produk maupun jasa secara berkelanjutan di masa mendatang, meskipun terdapat berbagai pengaruh situasional dan strategi pemasaran dari pesaing yang dapat mendorong pelanggan untuk beralih. Loyalitas tercermin melalui perilaku pembelian ulang yang dilakukan secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Selain itu, pelanggan yang loyal tidak hanya terus menggunakan produk atau jasa yang sama, tetapi juga memberikan rekomendasi positif kepada orang lain serta menunjukkan dukungan terhadap produk atau jasa tersebut. Dengan demikian, loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai bentuk kesetiaan yang ditunjukkan melalui pembelian berulang, penggunaan berkelanjutan, dan penyebaran informasi positif mengenai suatu produk atau jasa.³

Dalam dunia bisnis, khususnya sektor kuliner, reputasi menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang terhadap suatu produk atau jasa secara konsisten di masa mendatang. Pelanggan yang loyal tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga

² Jihad Kamilullah, Ari Kusyanti, and Himawat Aryadita, “Analisis Pengaruh Kepercayaan, Kepuasan, dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk Di Toko XYZ” 2, no. 7 (2018): 2660–69. hlm 3

³ Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen Di Era Digital*, ed. PhD Mahir Pradana (Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, JANUARI 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021, 2024).Hlm 142

cenderung merekomendasikan produk kepada orang lain dan tidak mudah beralih kepada produk pesaing. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan menjadi aset yang sangat penting bagi keberlangsungan suatu usaha karena dapat menciptakan stabilitas penjualan dan meningkatkan keuntungan dalam jangka panjang.⁴

Hubungan antara reputasi dan loyalitas pelanggan sangat erat. Pelanggan cenderung lebih percaya dan merasa aman untuk melakukan pembelian pada usaha yang memiliki reputasi baik. Ketika pelanggan memperoleh pengalaman positif berupa kualitas produk yang baik, pelayanan yang memuaskan, konsistensi usaha, serta kejujuran dalam bertransaksi, maka akan terbentuk persepsi positif terhadap usaha tersebut. Persepsi positif inilah yang kemudian berkembang menjadi kepercayaan dan pada akhirnya mendorong terbentuknya loyalitas pelanggan.⁵

Dalam perspektif Islam, reputasi tidak hanya dipandang sebagai citra yang terbentuk di mata masyarakat, tetapi juga merupakan cerminan akhlak dan amanah pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan bisnis. Islam mengajarkan bahwa setiap pelaku usaha wajib menjunjung tinggi kejujuran, menepati janji, serta memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Reputasi yang baik akan terbentuk apabila suatu usaha mampu menerapkan nilai-nilai syariah yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, yaitu *shiddiq* (jujur), *amanah* (dapat

⁴ Dr. Hj. Eva Sundari, SE. M.M, C.R.B.C, Imam Hanafi, SE. M.M, *Strategi Pemasaran*, ed. Awliya Afwa, SE, M.M (Pekanbaru: UIR Press Gedung Rektorat Lantai 3 Universitas Islam Riau (UIR) Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru 28285, n.d.). Hlm 24

⁵ Ailia Nur Rahmasari and Rofiul Wahyudi, "Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bprs Sukowati Sragen," *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (n.d.): 145.

dipercaya), *tabligh* (menyampaikan informasi secara benar), dan *fathanah* (cerdas serta profesional). Penerapan nilai-nilai tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan serta menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara pelaku usaha dan konsumen. Oleh karena itu, reputasi dalam Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga pada upaya memperoleh keberkahan melalui penerapan etika bisnis yang sesuai dengan ajaran syariah.⁶

Dengan demikian pentingnya menjaga kredibilitas dalam menepati janji dan loyalitas hubungan jangka panjang sejalan dengan perintah Allah SWT dalam surah An-Nahl Ayat 91 yang berbunyi :

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

*Artinya : “Tepatilah janji dengan Allah apabila kamu berjanji. Janganlah kamu melanggar sumpah(-mu) setelah meneguhkannya, sedangkan kamu telah menjadikan Allah sebagai saksismu (terhadap sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”*⁷

Apa yang disebutkan dalam ayat di atas mengandung perintah Allah, antara lain menepati janji, ikrar, serta memelihara sumpah yang telah dikukuhkan.⁸

Salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal oleh masyarakat di Kecamatan Kundur adalah Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi yang berlokasi di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun. Usaha ini menawarkan menu bubur ayam dengan cita rasa khas yang menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.

⁶ Lilies Handayani, “Nilai-nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam,” *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2018): Hlm 19-20.

⁷ Q.S An-Nahl (16) : 91

⁸ Ismail bin Umar Ibnu Katsir, *Tafsir Ibnu Katsir Juz 14* (Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi’i, 2008). Hlm 244.

Keberadaan usaha ini telah mendapatkan perhatian masyarakat dan menjadi salah satu pilihan sarapan bagi berbagai kalangan. Namun demikian, di tengah meningkatnya jumlah usaha kuliner sejenis, Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi juga menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi menghadapi persaingan dengan beberapa usaha sejenis di wilayah Tanjung Batu Kunder, di antaranya bubur ayam gerobak yang belum memiliki identitas merek, bubur ayam yang dijual di Kedai Kopi Melati Putri dan bubur ayam yang dijual di Kedai Kopi Gembira. Keberadaan usaha-usaha tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki beberapa alternatif pilihan dalam membeli bubur ayam. Kondisi persaingan ini menuntut setiap pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, serta membangun reputasi yang positif agar mampu mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, reputasi menjadi salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam menghadapi persaingan usaha kuliner.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pemilik Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi, jumlah pelanggan mengalami fluktuasi pada hari dan waktu tertentu. Pada akhir pekan jumlah pelanggan cenderung meningkat, sedangkan pada hari kerja jumlah pelanggan relatif lebih sedikit. Selain itu, berdasarkan masukan yang diperoleh dari beberapa pelanggan, masih terdapat keluhan mengenai konsistensi rasa makanan serta kecepatan pelayanan ketika jumlah pengunjung sedang ramai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa reputasi usaha perlu terus dijaga agar kepercayaan pelanggan tetap terpelihara

dan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan mengkaji hubungan antara reputasi dan loyalitas pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi akademik mengenai pentingnya reputasi dalam membangun loyalitas pelanggan pada usaha kuliner.

Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi dipilih sebagai objek penelitian karena merupakan salah satu UMKM kuliner yang dikenal masyarakat di Kecamatan Kunder serta memiliki pelanggan dari berbagai kalangan. Kondisi tersebut menjadikan usaha ini relevan sebagai objek penelitian untuk mengetahui apakah reputasi usaha berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, reputasi merupakan faktor penting yang dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kunder Kabupaten Karimun.”**

B. Rumusan Masalah

Apakah reputasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kunder Kabupaten Karimun?

C. Tujuan Penelitian Dan Kegunaan Penelitian

Melalui pembahasan latar belakang, tujuan penelitian ini yaitu:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui pengaruh reputasi terhadap loyalitas pelanggan pada Bubur Ayam Khas Karawang Bang Ipoi di Tanjung Batu Kundur Kabupaten Karimun.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perilaku konsumen. Dengan meneliti hubungan antara word of mouth, reputasi, dan loyalitas pelanggan, penelitian ini dapat menambah pemahaman akademik.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan contoh bagi pelaku UMKM lainnya, khususnya yang bergerak di bidang makanan, dalam reputasi yang sesuai dengan karakteristik pasar.

D. Kajian Terdahulu

1. Penelitian yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Produk E-Banking" (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidepuan). Penelitian ini untuk mengetahui Pengaruh kepercayaan dan reputasi terhadap loyalitas nasabah baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data

primer yang didapatkan langsung dari jawaban 62 responden yang merupakan nasabah Masyarakat Desa Sukadame yang menggunakan e banking. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel kepercayaan reputasi Perusahaan terhadap loyalitas nasabah menggunakan produk e-banking. Pada variabel reputasi Perusahaan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menggunakan produk e-banking. Sementara secara simultan terhadap kepercayaan dan reputasi Perusahaan terhadap loyalitas nasabah menggunakan produk e-banking. Perbedaan dengan penelitian ini yang peneliti lakukan yaitu berbeda dengan objek penelitian. Persamaan dengan penelitian ini sama memiliki variabel reputasi dan loyalitas.⁹

2. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Reputasi organisasi terhadap loyalitas dengan E-Kepercayaan dan E-Kepuasan sebagai variabel Intervening” (Studi pada mahasiswa Fakultas Ekonomika Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta). Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh reputasi organisasi terhadap loyalitas dengan objek penelitian Shopee. Dalam penelitian ini, sampel yang digunakan sebanyak 166 responden yang tersebar di seluruh Indonesia. Pengambilan sampel menggunakan Teknik non-probability sampling dengan metode convenience sampling . Perbedaan dengan penelitian ini yang peneliti lakukan yaitu berbeda dengan objek penelitian. Persamaan dengan penelitian ini sama memiliki variabel reputasi dan loyalitas.¹⁰

⁹ Dhea Putri Utami, Pengaruh Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Produk E-Banking (2021).Hlm 20-45

¹⁰ Nanda Maharani Surya, “Pengaruh Reputasi Organisasi Terhadap Loyalitas Dengan E-Kepercayaan Dan e-Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Skripsi,” 2023. Hlm 30-40

3. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Reputasi Merek dan Kesadaran Merek terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks” (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Akuntansi Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan). Mengetahui pengaruh pengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Reputasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Perbedaan dari penelitian ini yang peneliti lakukan yaitu berbeda dengan objek penelitian dan 3 variabel. Persamaan dengan penelitian ini yaitu X1 dan Y memiliki variabel yang sama.¹¹
4. Penelitian yang berjudul ”Pengaruh Reputasi Bank Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia” (studi pada mahasiswa Perbankan syariah fakultas syariah Universitas Islam Bandung) mengetahui pengaruh reputasi bank dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial tidak ada pengaruh signifikan antara reputasi bank dan loyalitas nasabah. Perbedaan dari penelitian ini yang peneliti lakukan yaitu berbeda dengan objek penelitian dan memiliki 3 variabel, persamaan dengan penelitian ini yaitu X1 dan Y memiliki variabel yang sama.¹²
5. Penelitian yang berjudul ”Pengaruh Reputasi dan Kualitas Pelayanan

¹¹ Dewi Angraini and Fahmi Sulaiman, “Pengaruh Reputasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks” 2 (2024): 1–12.

¹² Popon Srisusilawati, Sri Devi, and Irma Yulita Silviany, “Pengaruh Reputasi Bank Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia” 07, no. 01 (2025): 84–93.

Terhadap Loyalitas Customer Wisma Putri Deli Hotel Jalan SM. Raja No. 65 Rantau Prapat” (Studi pada mahasiswa Universitas Al-Washilyah Labuhan Batu, Indonesia). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas customer Wisma Putri Deli Hotel yang berlokasi di Jln. SM. Raja No.65, Rantau Prapat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa reputasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas customer, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif tetapi juga tidak signifikan terhadap loyalitas customer. Perbedaan dari penelitian ini yang peneliti lakukan yaitu berbeda dengan objek penelitian dan memiliki 3 variabel, persamaan dengan penelitian ini yaitu X1 dan Y memiliki variabel yang sama.¹³

E. Kerangka Teori

1. Reputasi

Menurut Waska Warta (2017), reputasi merupakan aset tidak berwujud yang terbentuk dari persepsi publik terhadap suatu organisasi atau usaha. Reputasi yang baik tercermin dari kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk berkualitas, memberikan pelayanan yang memuaskan, menjaga konsistensi usaha, membangun kepercayaan pelanggan, serta menciptakan citra positif di masyarakat. Berdasarkan teori tersebut, indikator reputasi dalam penelitian ini meliputi:

¹³ Devi Riani et al., “Pengaruh Reputasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Customer Wisma Putri Deli Hotel Jalan SM . Raja No . 65 Rantauprapat” 4, no. 1 (2025): 103.

a. Kualitas produk

Kemampuan produk yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan, baik dari segi rasa, kebersihan, maupun kualitas bahan yang digunakan.

b. Pelayanan yang memuaskan

Kemampuan usaha dalam memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

c. Konsistensi usaha

Kemampuan usaha dalam mempertahankan kualitas produk dan pelayanan secara berkelanjutan dari waktu ke waktu.

d. Kepercayaan pelanggan

Keyakinan pelanggan bahwa usaha mampu memberikan produk dan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.

e. Citra positif di Masyarakat

Pandangan atau penilaian baik yang diberikan masyarakat terhadap usaha berdasarkan pengalaman dan informasi yang diperoleh.¹⁴

2. Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2005), loyalitas pelanggan adalah perilaku pembelian nonacak (*non-random purchase*) yang ditunjukkan pelanggan secara berulang terhadap suatu produk atau jasa dalam jangka waktu tertentu. Loyalitas pelanggan tidak hanya ditunjukkan melalui pembelian ulang, tetapi juga melalui komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa

¹⁴ Waska Warta, *Manajemen Reputasi*, ed. Iqbal Triadi Nugraha (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017).hlm 55

serta merekomendasikannya kepada orang lain. Dengan demikian, loyalitas pelanggan merupakan aset penting bagi perusahaan karena dapat menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

Indikator Loyalitas Konsumen. Terdapat tiga indikator bagi loyalitas pelanggan yakni :

a. *Repeat Purchase* (Pembelian Ulang)

Kesediaan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang sama secara berkelanjutan.

b. *Retention* (Pelanggan Setia)

Kemampuan pelanggan untuk tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan dan tidak mudah berpindah kepada pesaing meskipun terdapat berbagai penawaran yang menarik.

c. *Referrals* (Rekomendasi kepada Orang Lain)

Kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain berdasarkan pengalaman positif yang telah diperoleh.¹⁵

F. Sistem Pembahasan

Pada penelitian ini, akan ditulis sistematika penulisan terdiri dari beberapa bagian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Penjelasan tentang permasalahan penelitian yang meliputi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian, kajian terdahulu,

¹⁵ Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005).

kerangka teori, serta sistematika penulisan.

BAB II: KONSEP TEORITIS DAN OPERASIONAL VARIABEL

Pada pembahasan ini menjelaskan tentang landasan teori yang digunakan dalam penelitian seperti pengertian, faktor, jenis dan nilai-nilai serta indikator yang di gunakan dalam penelitian, hIpoiesis yang ada, dan operasional variabel dalam penelitian ini.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

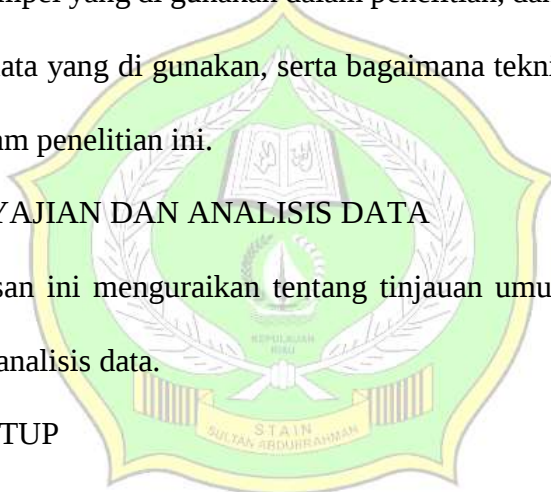
Pada pembahasan ini menjelaskan tentang desain penelitian, serta menjelaskan populasi dan sampel yang di gunakan dalam penelitian, dan menjelaskan teknik pengumpulan data yang di gunakan, serta bagaimana teknik analisis data yang di gunakan dalam penelitian ini.

BAB IV: PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

Pada pembahasan ini menguraikan tentang tinjauan umum lokasi penelitian, penyajian data analisis data.

BAB V: PENUTUP

Dalam bab ini akan menjelaskan terkait kesimpulan dan saran yang ada pada penelitian ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, Nanda Yoga, Elsa Saphira Evani, and Siti Maghfiroh. "Sholihah, S. M. A., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102-110." *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman* 2, no. 2 (2023): 102–10. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>.
- Al-Qurthubi, Abu Abdullah Muhammad bin Ahmad. *Tafsir Al-Qurthubi Jilid 14*. Edited by Mahmud Hamid Utsman (Takhrij) Muhammad Ibrahim Al Hifnawi (Ta'liq). Jakarta: Pustaka Azzam, n.d.
- Anggraini, Dewi, and Fahmi Sulaiman. "Pengaruh Reputasi Merek Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Starbucks" 2 (2024): 1–12.
- Astuti, An Ras Try. *Etika Bisnis Islam*. Edited by M.Si Prof. Dr. Nasir Hamzah, S.E. Sulawesi Selatan: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022.
- Dr. Hj. Eva Sundari, SE., MM., C.R.B.C, Imam Hanafi, SE., MM. *Strategi Pemasaran*. Edited by MM Awliya Afwa, SE. Pekanbaru: UIR Press Gedung Rektorat Lantai 3 Universitas Islam Riau (UIR) Jalan Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan Pekanbaru 28285, n.d.
- Dr.Femmy, Sofie Schouten, M.M., Mega Usvita, SE. M.Si, Herjuno Ariwibowo Arifin, S.E., M.M. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edited by M.M. Nanda Harry Mardika. Padang: CV. Gita Lentera Perm. Permata Hijau Regency blok F/1 Kel. Pisang, Kec. Pauh, Padang, 2023.
- Fadilla Prasevie, Silviana, and Ismail Razak. "Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana Silviana Fadilla Prasevie Dan Ismail Razak" 6, no. 2 (2018).
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Handayani, Lilies. "Nilai-Nilai Ekonomi Dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Kajian Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2018): Hlm 19-20.
- Hanif, Thoifur Humam, Muhammad Ghani, Hadiatul Haq, Muhammad Hussain, and Kholifatul Fauziah. "Manajemen Reputasi Trustco Persada Terhadap Konsumen." *Manajemen* 2, no. 4 (2023): 503–8. <https://doi.org/10.55123/mamen.v2i4.1504>.
- Ibnu Katsir, Ismail bin Umar. *Tafsir Ibnu Katsir Juz 14*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008.

- . *Tafsir Ibnu Katsir Juz 3*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008.
- . *Tafsir Ibnu Katsir Juz 8*. Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008.
- . *Tafsir Ibnu Katsir Juz 13* Jakarta: Pustaka Imam Asy-Syafi'i, 2008.
- Al-Qurthubi, Abu Abdullah Muhammad bin Ahmad. *Tafsir Al-Qurthubi*. Jilid 14. Ed. Mahmud Hamid Utsman. Ta'liq Muhammad Ibrahim al-Hifnawi. Jakarta: Pustaka Azzam, 2009.
- Kamilullah, Jihad, Ari Kusyanti, and Himawat Aryadita. "Analisis Pengaruh Kepercayaan , Kepuasan , Dan Reputasi Terhadap Loyalitas Konsumen Online Shop Dalam Pembelian Produk Di Toko XYZ" 2, no. 7 (2018): 2660–69.
- Popon Srisusilawati, Jajang Burhanudin. *Loyalitas Pelanggan*. Edited by Evi Damayanti. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2023.
- Rahmasari, Ailia Nur, and Rofiul Wahyudi. "Pengaruh Reputasi Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bprs Sukowati Sragen." *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen* 1, no. 2 (n.d.): 145–54.
- Rayhan, Achmad, and Nani Nurani Muksin. "Manajemen Public Relations Dalam Mengelola Reputasi Pada Organisasi PERHUMAS," 2025.
- Reliabilitas, Validitas D A N, S R I Sujarwadi, N O Reg, and A Pendahuluan. "Sujarwadi, S. (2011). Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian. Metode Penelitian Survai. Jakarta: Program Pasca Sarjana Universitas Negeri.," 2011, 1–23.
- Riani, Devi, Br Ritonga, Jeni Sukmal, and M Rusdi. "Pengaruh Reputasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Customer Wisma Putri Deli Hotel Jalan SM . Raja No . 65 Rantauprapat" 4, no. 1 (2025): 103–10.
- Shabrina, Nina, Darmadi Darmadi, and Ratna Sari. "Shabrina, N., Darmadi, D., & Sari, R. (2020). Pengaruh Motivasi Dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan CV. Muslim Galeri Indonesia. Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora, 3(2), 164-173." *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 3, no. 2 (2020): 164–73. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.108>.
- Srisusilawati, Popon, Sri Devi, and Irma Yulita Silviany. "Pengaruh Reputasi Bank Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia" 07, no. 01 (2025): 84–93.

- Sugiyono. "Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D." *Metode Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Surya, Nanda Maharani. "Pengaruh Reputasi Organisasi Terhadap Loyalitas Dengan E-Kepercayaan Dan e-Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Skripsi," 2023.
- Utami, Dhea Putri. Pengaruh Kepercayaan Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Produk E-Banking (2021).
- Wardhana, Aditya. *Perilaku Konsumen Di Era Digital*. Edited by PhD Mahir Pradana. Jawa Tengah: EUREKA MEDIA AKSARA, JANUARI 2024 ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH NO. 225/JTE/2021, 2024.
- Warta, Waska. *Manajemen Reputasi*. Edited by Iqbal Triadi Nugraha. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017.
- Wibawa, Wimona Talitha Fendya Setya Chendra. "Fendya, W. T., & Wibawa, S. C. (2018). Pengembangan Sistem Kuesioner Daring Dengan Metode Weight Produkct Untuk Mengetahui Kepuasan Pendidikan Komputer Pada Lpk Cyber Computer. IT-Edu: Jurnal Information Technology and Education, 3(1)." *Jurnal IT-EDU* 3, no. 1 (2018): 45–53.
- Zahiroh, Mun. "Membangun Loyalitas Konsumen Melalui Etika Bisnis Islam Pada E-Commerce Kalangan Gen Z Di Pasuruan," 2025, 45–52.