

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Implementasi Nilai-nilai Bisnis Islami Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Komunitas Jogja Berdagang)**

**Oleh:**

**RinaYustiningrum**

**11423046**

Setiap perusahaan harus memiliki manajemen yang baik guna mencapai loyalitas konsumen. Ketika loyalitas konsumen telah didapat maka akan tercipta komitmen konsumen bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Islam merupakan agama mayoritas di Indonesia yang membuat nilai-nilai Islam sangat lekat dalam kehidupan masyarakat sehingga banyak bermunculan perusahaan-perusahaan yang menerapkan nilai-nilai bisnis Islami dalam menjalankan usahanya guna mencapai loyalitas konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang di terapkan oleh Komunitas Jogja Berdagang dan menganalisis pengaruh implementasi nilai-nilai bisnis Islami yang di terapkan oleh Komunitas Jogja Berdagang terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dan bersifat deskriptif kuantitatif. Objek penelitian ini adalah Komunitas Jogja Berdagang dengan responden berjumlah 150 orang konsumen komunitas Jogja Berdagang yang terdiri dari 30 konsumen kedai Ayam Geprek Mbok Moro, 30 konsumen kedai Khasanah Buah Jogja, 30 konsumen kedai Bakpia Djogja, 30 konsumen kedai Ayam Saus Pedas, dan 30 konsumen kedai Cappucino Cincin (Capcuzz). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Komunitas Jogja Berdagang telah menerapkan nilai-nilai bisnis Islami dengan baik terutama dalam hal penerapan tidak terlibat riba dalam usahanya. Dari hasil uji parsial (uji t), menunjukkan bahwa dari 5 variabel nilai-nilai bisnis Islami, ada variabel yang tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Komunitas Jogja Berdagang yaitu variabel tidak melakukan penipuan atau *tadlis* dan variabel tidak melakukan *ba'i najasy*.

**Kata Kunci : Implementasi, Loyalitas Konsumen, Nilai-Nilai Bisnis Islami, Komunitas Jogja Berdagang**

## ABSTRACT

### **The Influence of Implementation of Islamic Business Values Towards Customer Loyalty (Studies in ‘KomunitasJogjaBerdagang’)**

By:

**Rina Yustiningrum**

**11423046**

Every company must have good management in order to achieve customer loyalty. When a customer loyalty has been obtained, it will create customer commitment to defend deeply, they re-subscribe or re-purchase of products or services selected consistently in the future, although the influence of situations and marketing efforts have the potential to cause a change of behavior. Islam is the majority religion in Indonesia that make Islamic values deeply embedded in people's lives, so many emerging companies that implement Islamic values in running their businesses to achieve customer loyalty. This research aims to determine what and how the influence of implementation of Islamic Business Values were implemented by “KomunitasJogjaBerdagang”. This is a field research and quantitative descriptive. The object of this research is “KomunitasJogjaBerdagang” with the respondent amounted to 150 consumers, 30 consumersKedai Ayam Geprek Mbok Moro, 30 consumerskedai KhasanahBuah Jogja,30 consumers kedai Bakpiapia Djogja, 30 consumerskedai AyamSaus Pedas, and30 consumers Cappucino Cincau(Capcuzz). The results showed that KomunitasJogjaBerdagang has implemented the values of Islamic business well, especially in terms of avoiding usury (riba) in their business. From the results of the partial test (t test), showed that of the 5 (five) variable values of Islamic business, there are variables that do not have a significant influence on customer loyalty KomunitasJogjaBerdagang. This variable did commit fraud and *ba'i najasy*.

**Keywords : Implementation, Consumer Loyalty, Islamic Business Values , Komunitas Jogja Berdagang**