

**LOYALITAS PELANGGAN SKINCARE DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM**

**(Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN
Kendari)**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian studi
Pada Program Studi Ekonomi Syariah**

OLEH :

SRI RESTI APRIANTI
18050101063

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI

2022



KEMENTERIAN AGAMA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KENDARI

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kendari Telp.(0401)3192081 Fax.3193710

Email: Febi_iain@yahoo.co.id - Website: <http://febi.iainkendari.ac.id>

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Penelitian yang berjudul **“Loyalitas Pelanggan Skincare Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari)”** yang ditulis oleh Sri Resti Aprianti, NIM. 18050101063, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri (IAIN) Kendari, telah dikonsultasikan dan disetujui oleh Pembimbing I dan Pembimbing II, untuk selanjutnya mengikuti Ujian Skripsi.

Kendari, 18 Oktober 2022

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Dr. Ummi Kalsum, M.Ag

NIP. 197401092005012001


Dewi Santri S.Si., M.Si

NIP. 197608062005012006



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Kelurahan Baruga, Kendari Sulawesi Tenggara
Telp/Fax. (0401) 3103710/ 3103710
email : iainkendari@yahoo.co.id website : http://iainkendari.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan Judul "Loyalitas Pelanggan Skincare Dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis IAIN KENDARI)" yang ditulis oleh SRI RESTI APRIANTI NIM. 18050101063 Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari, telah diuji dan dipresentasikan dalam Skripsi yang diselenggarakan pada hari Selasa tanggal 08 November 2022 dan dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar (SE).

Dewan Penguji Skripsi

Ketua	:	Dr. Hj. Umni Kalsum M.Ag	(.....)
Sekretaris	:	Dewi Santri S.Si, M.Si	(.....)
Anggota1	:	Abdul Wahid Mongkito S. Si., M.EI	(.....)
Anggota2	:	Muhammad Imran SE, M.Ak	(.....)

Kendari, 23 Desember 2022

Seakan

(.....)
H. Ruzdin Muhalling M.EI
NIP. 196310292000031001

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa segala informasi dalam skripsi ini yang berjudul “Loyalitas Pelanggan Skincare Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari)” melalui pembimbing Dr. Hj. Ummi Kalsum, M.Ag dan Dewi Santri, S.Si., M.Si yang telah memberikan arahan sesuai dengan pedoman keilmuan dan kode etik IAIN Kendari. Saya menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak ada karya yang sudah diajukan sebelumnya untuk mendapatkan sertifikasi empat tahun di perguruan tinggi. Semua sumber referensi yang digunakan dalam skripsi ini telah direferensikan dalam daftar Pustaka. Dengan penuh perhatian, skripsi ini saya kerjakan dan selesaikan sendiri. Jika kemudian terbukti bahwa skripsi ini adalah Salinan, pemalsuan, peniruan, yang dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau tingkat tertentu, maka skripsi dan judul yang diperoleh selanjutnya menjadi tidak sah dan batal.

Kendari, 14 Oktober 2022

Penulis



Sri Resti Aprianti
NIM. 18050101063

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Institut Agama Islam Negeri Kendari, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Resti Aprianti
Nim : 18050101063
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Kendari **Hak Bebas Royalty Noneklusif (Non Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Loyalitas Pelanggan Skincare Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalty Noneklusif ini Institut Agama Islam Negeri Kendari berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kendari 08 November 2022

Yang menyatakan,



Sri Resti Aprianti
18050101063

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur semoga senantiasa tercurahkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, hidayat dan kenikmatan-Nya kepada kita, sehingga pada kesempatan ini peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Loyalitas Pelanggan *Skincare* Mahasiswi Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari)” dengan tepat dan pada waktunya. Shalawat dan Salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita yakni Baginda Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kedzoliman, kesesatan menuju zaman yang penuh dengan petunjuk, cahaya, dan kebenaran untuk mendapat ridho Allah SWT, kepada keluarga beliau para sahabat pengikut- pengikutnya yang senantiasa istiqomah dalam menegakkan syariat Islam kapanpun dan dimanapun berada. Peneliti menyadari bahwa keterbatasan, kemampuan, dan pengetahuan telah menjauhkan peneliti ini dari kesempurnaan. Untuk itu sumbangsi saran serta kritik yang sifatnya konstruktif dari para pembaca senantiasa peneliti harapkan. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada orang tua saya terutama Bapak Nudin dan ibunda tersayang Sariyati, yang telah melahirkan, mendidik, merawat, mengasuh, dan memotivasi dengan penuh kasih sayang dan pengorbanannya baik moril dan materi yang tak ternilai dengan iringan do’anya, berkat bantuan merekalah sehingga peneliti dapat

menyelesaikan skripsi ini, kepada kakak saya Nur Insana dan Faisal Afdal yang telah memberi semangat, mendukung dan selalu mendoakan peneliti hingga tahap akhir penyelesaian. Dan tak lupa peneliti mengucapkan banyak terimah kasih kepada :

1. Prof. Dr. Faizah Binti Awad, M.Pd. selaku Rektor IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan sarana dan fasilitas serta kebijakan yang mendukung penyelesaian studi penulis.
2. Dr. Rusdin Muhalling M.EI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Syariah IAIN Kendari yang telah memberikan dukungan.
3. Abdul Wahid Mongkito S.Si.,M.E.I., selaku ketua program studi Ekonomi Syariah, sekaligus penguji 1 saya.
4. Dr. Umni Kalsum M.Ag, selaku dosen pembimbing 1 dan sekaligus sebagai dosen penasehat akademik dari penulis yang telah banyak membantu dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
5. Dewi Santri S.Si.,M.Si, selaku dosen pembimbing 2 yang memberikan Bimbingan, arahan, dan masukan selama penyusunan skripsi ini.
6. Muhammad Imran, S.E., M. Ak selaku penguji 2 saya yang telah banyak membantu dan membimbing dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Tilman, S.Sos., M.M. selaku kepala perpustakaan IAIN Kendari dan seluruh staf yang telah memfasilitasi penulis dalam mengakses sumber pustaka dalam penyusunan skripsi ini
8. Buat sahabat saya dari awal perkuliahan Irmayani, Hendra

Setiawan, Jamiluddin, Mutiara Ramadhani, Julia isyan, Putri Irya Nabila, Ramla dan Riska L Terima kasih atas motivasi dan bantuan serta doa yang diberikan kepada penulis selama penyelesaian skripsi ini.

9. Rekan-rekan Mahasiswa Program studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 yang telah memberikan masukan terhadap penulisan. Serta sepupu saya Magfirah yang selalu memberi motivasi serta dukungan.
10. Dan Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan semua namanya terima kasih karena telah memberikan banyak dukungan kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis berharap semoga bantuan dan berbagai upaya yang telah di sumbangkan kepada penulis mendapatkan pahala yang setimpal di sisi Allah SWT dan tetap dalam lindungan-Nya dalam menjalankan aktivitas sehari- hari. Penulis memohon ampunan kepada Allah SWT atas segala khilaf baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan para pihak lainnya.

Kendari, 08
November 2022



Sri Resti Aprianti

ABSTRAK

Sri Resti Aprianti NIM 18050101063, Loyalitas Pelanggan Skincare dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kendari), dibimbing oleh Dr. Ummi Kalsum M.Ag dan DewiSantri S. Si., M. Si Program Studi Ekonomi Syariah, 2022.

Loyalitas pelanggan pada skincare saat ini adalah hal yang penting terhadap kepuasan konsumen *Skincare* merupakan salah satu merek yang saat ini banyak dicari oleh para konsumen, terutama kaum hawa yang setiap harinya tidak pernah terlepas dari berbagai merek *skincare* atau merek kosmetik. Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik dan ingin mengetahui Loyalitas Merek Skincare Dalam Prespektif Ekonomi Islam Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Kendari.

Pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana loyalitas pelanggan *skincare* mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari dalam perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif lapangan (*field Research*). Peneliti memperoleh data melalui wawancara atau memberikan pertanyaan-pertanyaan mengenai masalah yang diliti dengan Mahasiswi Ekonomi dan Bisnis Islam sebagai narasumber dari penelitian ini. Penulis menggunakan tehnik pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah untuk menjawab rumusan masalah yaitu Loyalitas Pelanggan *skincare* Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari dalam Perspektif Ekonomi Islam. Loyalitas pelanggan *skincare* dapat dilihat dari 1). Kebiasaan transaksi, seberapa sering pelanggan melakukan transaksi terhadap *skincare* yang digunakan. 2). Pembelian ulang, dilihat dari kemauan pelanggan untuk melakukan pembelian ulang terhadap *skincare* dengan memanfaatkan berbagai layanan. 3). Rekomendasi, pengkomunikasian secara langsung atau ikut mempromosikan terhadap *skincare* yang digunakan oleh pelanggan. 4). Komitmen atau kesetiaan, kemauan pelanggan untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang disediakan.

Kata Kunci : Loyalitas, Pelanggan, Skincare, Prespektif Islam

ABSTRACT

Sri Resti Aprianti NIM 18050101063, *Skincare Customer Loyalty in the Perspective of Islamic Economics (Case Study at a Student of the Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Kendari), guided by Dr. Ummi Kalsum M.Ag and Dewi Santri S. Si., M. Si Program Studi Ekonomi Syariah, 2022*

Customer loyalty in skincare today is important to consumer satisfaction. Skincare is one of the brands that is currently much sought after by consumers, especially women who are never separated from various skincare brands or cosmetic brands. Based on this, the researcher is interested and wants to know the Loyalty of Skincare Brands in the Islamic Economic Perspective on Students of the Islamic Economics and Business Faculty IAIN Kendari.

In this study, the aim of this study was to find out how the customer loyalty of skincare students of the Islamic Economics and Business Faculty IAIN Kendari in the perspective of Islamic Economics.

This study uses a descriptive qualitative field analysis method (field Research). The researcher obtained data through interviews or asked questions about the problems studied with Islamic Economics and Business Students as resource persons for this research. The author uses data collection techniques through interviews, observation and documentation.

The results of this study are to answer the problem formulation, namely Customer Loyalty for skincare students of the Islamic Economics and Business Faculty IAIN Kendari in an Islamic Economic Perspective. Skincare customer loyalty can be seen from 1). Transaction habits, how often customers make transactions on the skincare used. 2). Repurchase, seen from the willingness of customers to make repeat purchases of skincare by utilizing various services. 3).

Keywords: Loyalty, Customer, Skincare, Islamic Perspective

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Rumusan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.6. Definisi Operasional	8
1.7. Sistematika Pembahasan	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
2.2. Landasan Teori.....	15
2.2.1. Loyalitas pelanggan.....	15
2.2.2. Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	24
2.2.3. Label Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Pada Legalitas Skincare ..	30
2.3. Kerangka Pemikiran	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Jenis Metode dan Pendekatan Peneltian.....	35
3.2. Waktu dan Tempat Penelitian	36
3.2.1. Waktu Penelitian	36
3.2.2. Tempat Penelitian.....	36
3.3. Data dan sumber data	36

3.3.1. Data	36
3.3.2. Sumber Data	37
3.4. Teknik Pengumpulan Data	37
3.5. Teknik Analisis Data	39
3.6. Teknik Keabsahan Data.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN	43
4.1. Gambaran Umum Hasil Penelitian	43
4.1.1. Deskripsi Mahasiswi FEBI IAIN KENDARI (2018-2021)	43
4.1.2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kendari 2015 – 2025	45
4.2. Hasil Penelitian.....	45
4.2.1. Ukuran Terhadap Loyalitas Pelanggan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kendari.....	45
4.2.2. Label Halal dan BPOM Pada Skincare yang digunakan Pelanggan Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.....	51
4.3. Pembahasan	55
4.3.1. Loyalitas Pelanggan Skincare Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Binis Islam Dalam Perspektif Ekonomi Islam.	55
4.3.2. Pengaruh Label Halal & BPOM terhadap penggunaan Skincare.....	60
BAB V KESIMPULAN.....	62
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran.....	63
5.3. Limitasi Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Mahasiswi FEBI yang diterima tahun 2018-2021	43
Tabel 1.2. Rekomendasi Responden terhadap pemakaian Skincare	49
Tabel 1.3. Kehalalan Produk Skincare	51

