

**HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN
CHAMPION ALUMINIUM TAMBAK**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy)

IAIN PURWOKERTO
Oleh:

Ria Rizki Setia Ningrum
NIM. 1123205010

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2016**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ria Rizki Setia Ningrum

NIM : 1123205010

Jenjang : S-1

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : **Hubungan Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen
Champion Alumunium Tambak**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 16 Desember 2015

Saya yang menyatakan,



Ria Rizki Setia Ningrum
NIM.1123205010



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi berjudul

HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN CHAMPION ALUMUNIUM TAMBAK

Yang disusun oleh Saudara/i **RIA RIZKI SETIA NINGRUM NIM. 1123205010** Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syariah**, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal 14 Januari 2016 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.Sy.)** oleh **Sidang Dewan Penguji Skripsi**.

Ketua Sidang/Penguji

Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, SP., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Pembimbing/Penguji

M. Bachrul Ulum, SH., MH.
NIP. 19720906 200003 1 002

Purwokerto, Januari 2016

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan,



Dr. Fathul Aminudin Aziz, M.M.
NIP. 19680403 199403 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Purwokerto
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari Ria Rizki Setia Ningrum, NIM. 1123205010 yang berjudul :

Hubungan Kualitas Produk Dan Loyalitas Konsumen Champion

Alumunium Tambak

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ekonomi Syari'ah (S.E.Sy)

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 16 Desember 2015
Pembimbing



M. Bachrul Ulum, SH., MH.
NIP. 19720906 200003 1 002

Hubungan Kualitas Produk Dan Loyalitas Konsumen Champion Alumunium Tambak

Ria Rizki Setia Ningrum

NIM. 1123205010

E-mail: riarizkis@yahoo.com

**Program Studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto**

ABSTRAK

Champion alumunium merupakan suatu industri yang bergerak dalam bidang perakitan alumunium untuk produk-produk rumah tangga. Produk tersebut meliputi lemari alumunium, *kitchen set*, rak piring, pintu alumunium dan kaca, dan lain sebagainya. Champion Alumunium ini membuat barang tersebut sesuai dengan pesanan dari konsumen itu sendiri. Dalam hal ini produk-produk yang dihasilkan memiliki umur ekonomis yang lebih panjang, sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan untuk menggunakan produk-produk tersebut.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan dilokasi dengan mengadakan suatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. Sedangkan pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di Champion Alumunium Tambak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan loyalitas konsumen ini. Dimana kualitas produk menjadi salah satu cara untuk membentuk loyalitas konsumen. Kualitas produk yang dihasilkan oleh Champion Alumunium ini telah sesuai dengan standar mutu yang telah ditetapkan. Sehingga kualitas tersebut dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen yang memberikan sebuah kepuasan pada konsumen. Kepuasan ini yang telah menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Kepuasan inilah yang menjadi modal awal terbentuknya loyalitas konsumen terhadap produk tersebut. loyalitas konsumen inilah yang nantinya dapat membantu perusahaan untuk berkembang dan semakin maju.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 158 tahun 1987 Nomor 0543 b/u/1987 tanggal 10 September 1987 tentang pedoman transliterasi Arab-Latin dengan beberapa penyesuaian menjadi berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	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	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zak	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ž	ž	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain‘....	koma terbalik ke 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	Wawu	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

1) Vokal tunggal (monoftong)

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

Tanda	Nama	Huruf latin	Nama
ـَ	fathah	A	A
ـِ	Kasroh	I	I
ـُ	ḍammah	U	U

Contoh: كَتَبَ -kataba

يَذْهَبُ - yazhabu

فَعَلَ - fa'ala

سُئِلَ - su'ila

2) Vokal rangkap (diftong)

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ـَـيْ	fathāh dan ya	Ai	a dan i
ـَـوْ	fathāh dan wawu	Au	a dan u

Contoh: كَيْفَ - kaifa

هَوَّلَ - haula

3. Maddah

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

Tanda dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ـَـا...ا...ا...يْ	fathāh dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ـِـيْ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
ـَـوْ	ḍammah dan wawu	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla

قِيلَ - qīla

رَمَى - ramā

يَقُولُ - yaqūlu

4. Ta Marbūṭah

Transliterasi untuk *ta marbūṭah* ada dua:

1) *Ta marbūṭah* hidup

ta marbūṭah yang hidup atau mendapatkan *ḥarakatfathah*, *kasrah* dan *ḍammah*, transliterasinya adalah /t/.

2) *Ta marbūṭah* mati

Ta marbūṭah yang mati atau mendapat *ḥarakat sukun*, transliterasinya adalah /h/.

3) Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *tamarbūṭah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al*, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbūṭah* itu ditransliterasikan dengan *ha* (h)

contoh:

روضۃ الأطفال	Raudah al-Aṭfāl
المدينة المنوره	al-Madīnah al-Munawwarah
طلحة	Talḥah

5. Syaddah (tasydīd)

Syaddah atau tasydīd yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah atau tanda tasydīd. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* dengan kata sandang yang diikuti huruf *qamariyyah*.

- 1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah*, kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiyyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
- 2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariyyah*, ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf *syamsiyyah* maupun huruf *qamariyyah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung atau hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu
القَلَمُ - al-qalamu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrop. Namun itu, hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila Hamzah itu terletak di awal kata, ia dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal	أكل	Akala
Hamzah di tengah	تأخذون	ta'khuzūna
Hamzah di akhir	النوء	an-nau'u

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dua cara; bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan. Namun penulis memilih penulisan kata ini dengan perkata.

Contoh:

وان الله لهو خير الرازقين : *wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn*
 فاوفوا الكيل والميزان : *fa afulū al-kaila wa al-mīzāna*

IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah Swt yang telah memberikan kesempatan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Kualitas Produk Dan Loyalitas Konsumen Champion Alumunium Tambak”.

”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad Saw. Sang revolusioner Umat Islam.

Oleh karena itu, pada kesempatan ini Penulis menyampaikan ucapan Dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari beberapa pihak terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M. Ag, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
2. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.
3. M. Bachrul Ulum, S.H., M.H., Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap Dosen dan Staff administrasi IAIN Purwokerto.
5. Bapak dan Ibu terima kasih atas iringando'a , motivasi dan bimbingannya serta terima kasih atas semua perhatian dan kasih sayangnya yang telah diberikan selama ini. Ribuan ucapan terima kasih tidak dapat menggantikan semuanya hanya doa,

semoga bapak dan ibu mendapatkan limpahan rahmat, ridha dan balasan dari Allah SWT.

6. Teman-temanku angkatan 2011, teman Ekonomi Syariah yang telah memberikan motivasi dan bantuan sehingga terwujud skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, penulis hanya berusaha atas dasar kelebihan yang sangat kecil, penuh kesalahan dan khilaf yang telah diberikan Allah berupa akal fikiran, hari dan juga kesempatan. Kesempurnaan semua milik Allah SWT, untuk itu kritik dan saran dari pembaca, penulis nanti-nantikan dan harapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini dan mohon maaf atas segala khilaf serta kekurangan. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, *Amiin ya robbal 'alamiin.*

Purwokerto, 16 Desember 2015

IAIN PURWOKERTO
Penulis,

Ria Rizki Setia Ningrum
NIM. 1123205010

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLITERASI	vi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Kegunaan Penelitian	9
E. Definisi Operasional	10
F. Kajian Pustaka	11
G. Sistematika Penulisan	14
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk.....	15
1. Pengertian Kualitas Produk	15
2. Klasifikasi Produk	18
3. Faktor Penentu KualitasProduk	19

4. Dimensi Kualitas Produk.....	22
B. KepuasanKonsumen.....	26
1. PengertianKepuasanKonsumen.....	26
2. MetodePengukuranKepuasanKonsumen.....	27
C. Loyalitas Konsumen.....	29
1. Pengertian Loyalitas Konsumen.....	29
2. Macam-macam Loyalitas Konsumen.....	30
3. Prinsip-Prinsip Loyalitas Konsumen.....	32
4. Karakteristik dan Ciri-Ciri Loyalitas Konsumen.....	35
5. Tahap-Tahap Loyalitas.....	37
6. MengukurLoyalitas.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	41
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	41
D. Sumber Data.....	42
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
F. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian.....	49
1. Sejarah Cahampion Alumunium Tambak.....	49
2. Visi dan Misi.....	52
3. Struktur Organisasi.....	53

4. Letak Geografis.....	55
5. Macam-macamProduk	56
B. Implementasi Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen	
Champion Alumunium Tambak	56
1. Kualitas Produk.....	56
2. KepuasanKonsumen.....	71
3. Loyalitas Konsumen.....	72
C. Analisis Kualitas Produk dan Loyalitas Konsumen	
Champion Alumunium Tambak	74
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan sekarang.....	11
Tabel 2 Jenis produk yang dihasilkan dengan harga	56



DAFTAR LAMPIRAN

1. Fotodokumentasi kegiatan penelitian
2. Fotoproses produksi
3. Pedoman wawancara
4. Surat ijin riset individual
5. Surat keterangan telah melakukan riset
6. Surat keterangan mengikuti seminar proposal skripsi
7. Surat keterangan permohonan persetujuan judul skripsi
8. Surat kesediaan menjadi pembimbing skripsi
9. Surat bimbingan skripsi
10. Surat rekomendasi seminar rencanaskripsi
11. Surat keterangan seminar proposal skripsi
12. Blangko bimbingan skripsi
13. Rekomendasi munaqosyah
14. Surat berita acara sidang munaqosyah
15. Surat keterangan lulus ujian komprehensif
16. Surat keterangan wakaf perpustakaan
17. Sertifikat Opak
18. Sertifikat komputer
19. Sertifikat BTA PPI
20. Sertifikat pengembangan bahasa Arab
21. Sertifikat pengembangan bahasa Inggris
22. Sertifikat PPL
23. Sertifikat KKN
24. Daftar Riwayat Hidup

TAIN PURWOKERTO

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas diri

1. Nama Lengkap : **Ria Rizki Setia Ningrum**
2. NIM : 1123205010
3. Tempat, Tgl Lahir : Banyumas, 31 Maret 1994
4. Alamat Rumah : Kamulyan rt 08/01, Kec. Tambak, Kab. Banyumas,
Kode Pos: 53196
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Nama Ayah : Sutrisno
7. Nama Ibu : Supiah

B. Riwayat Pendidikan

1. Pendidikan Formal
 - a. SDN 2 Kamulyan, Tahun Lulus : 2005
 - b. SMP N 1 Tambak, Tahun Lulus : 2008
 - c. SMK Mpu Tantular Kemranjen, Tahun Lulus : 2011

Demikian Daftar riwayat Hidup ini Penulis buat dengan sebenar-benarnya.

IAIN PURWOKERTO Purwokerto, 16 Desember 2015
Yang Mengajukan

Ria Rizki Setia Ningrum
NIM. 1123205010

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan bertambah majunya perekonomian yang ada di Indonesia yang diikuti dengan peningkatan pendapatan pula. Dan seiring dengan perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa akan semakin meningkat pula. Jika kebutuhan masyarakat masih dapat dipenuhi oleh sumber daya yang ada, maka tidak akan terjadi persaingan. Akan tetapi jika kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa sudah tidak dapat terpenuhi dengan sumber daya yang ada maka hal ini yang dapat memicu persaingan dan kelangkaan atas barang dan jasa. Pada saat inilah manusia diberikan pilihan untuk mengalokasikan sumber daya yang ada, agar tepenuhinya kebutuhan secara optimal.¹

Berkurangnya ketersediaan sumber daya yang ada, maka manusia dituntut untuk dapat mengalokasikan sumber daya tersebut untuk memenuhi kebutuhan manusia. Salah satunya yaitu dengan melakukan proses produksi. Produksi yaitu suatu aktivitas menciptakan manfaat dimasa kini dan mendatang². Dengan melakukan kegiatan produksi, maka dapat mengolah bahan baku yang ada menjadi barang sesuai dengan kebutuhan. Karena adanya hasil produksi inilah yang akan memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan kebutuhan. Dan hasil

¹ Musthafa Edwin Nasution, dkk. (*Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 54

²Musthafa Edwin Nasution, dkk. *Pengenalan Ekklusif Ekonomi Islam*, hlm. 108

produksi ini disebut dengan produk. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, diperoleh, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan.³

Memproduksi bukan hanya untuk menghasilkan produk saja akan tetapi harus memperhatikan standar mutu atau kualitas produk tersebut. Kualitas inilah yang nantinya akan membedakan produk yang dihasilkan dengan produk yang lainnya, maka dari itu mutu ini menjadi sangat penting. Pada dasarnya mutu adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang melebihi atau melampaui harapan pelanggan, dalam usaha untuk terus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.⁴ Maka dari itu kualitas ini yang harus selalu diperhatikan agar kualitas yang diberikan baik dan sesuai dengan keinginan dari pelanggan itu sendiri. Karena kepuasan yang diberikan kepada pelanggan ini yang akan membantu keberlangsungan perusahaan.

Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut telah memenuhi kedelapan dimensi kualitas produk atau barang. Kedelapan dimensi inilah yang nantinya akan menentukan apakah produk tersebut berkualitas atau tidak. Kedelapan dimensi ini yaitu *Performance*, *Feature*, *Reliability*, *Comformance*, *Durability*, *Serviceability*, *Aesthetic*, dan *Perseption*. Produk yang mempunyai kualitas yang baik pasti akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Akan tetapi produk yang berkualitas tersebut harus sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen. Jika produk tersebut tidak sesuai dengan

³ Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia cetakan kedua*, (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 560

⁴ Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm.103

harapan dan keinginan konsumen, maka yang akan terjadi yaitu konsumen akan merasa tidak puas atau bahkan kecewa karena produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan harapan. Bahkan konsumen akan kembali mencari informasi-informasi tentang produk yang dibutuhkan. Ketika konsumen merasa puas maka kemungkinan untuk melakukan pembelian kembali pada masa depan akan terjadi.

Konsumen akan merasa puas apabila harapan dan keinginannya telah terpenuhi dalam produk tersebut. Kepuasan inilah yang nantinya akan menimbulkan kepercayaan terhadap produk tersebut maupun perusahaan yang menghasilkan produk tersebut. Kepercayaan inilah yang nantinya menjadi awal mula mengapa konsumen loyal terhadap produk tersebut sehingga melakukan pembelian ulang produk tersebut. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.⁵ Dengan begitu konsumen dapat loyal terhadap produk yang dihasilkan. Loyalitas itu sendiri mengandung arti kekonsistensian konsumen terhadap merek yang ada setiap waktu. Dengan hal ini peneliti melihat bahwa yang lebih diperhatikan yaitu terhadap loyalitas merek, karena lebih kepada kualitas produk yang dimiliki.

Kepuasan konsumen inilah yang dapat menciptakan pembelian barang secara terus menerus dan menciptakan loyalitas. Menurut Oliver dan Hurriyati menyatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan

⁵ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2003), hlm. 16

perubahan perilaku⁶. Dan loyalitas ini sangat penting untuk keberlangsungan suatu perusahaan karena dengan adanya loyalitas konsumen terhadap suatu produk ini dapat menstabilkan penjualan. Dan dengan loyalitas ini pula kita mendapatkan kepercayaan pelanggan tentang hasil produk sehingga menjadi pemacu untuk menghasilkan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas produk dan loyalitas konsumen inilah yang dapat dijadikan pertimbangan untuk perusahaan. Karena kualitas produk dan loyalitas konsumen ini dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu perusahaan. Hal inilah yang dapat menjadi dasar untuk membuktikan bagaimana hubungan kualitas suatu produk dan loyalitas konsumen. Seperti pada Champion Alumunium yang selalu berusaha untuk menghasilkan produk-produk yang berkualitas. Hal ini hanya ditunjukkan untuk memenuhi kepuasan konsumen atas produk-produk yang dihasilkan oleh Champion Alumunium Tambak. Pemilihan Champion Alumunium sebagai tempat untuk mengetahui hubungan kualitas produk dan loyalitas konsumen dengan didasarkan pada tiga hal.

Pertama, Champion Alumunium ini merupakan suatu usaha yang dirintis dari kecil hingga sekarang menjadi sebuah usaha yang cukup besar. Dimana modal yang digunakan ini dengan modal yang kecil bukan dengan modal yang besar. Tapi dengan modal ini dapat digunakan untuk melakukan proses produksi untuk pertama kalinya. Karena modal ini digunakan hanya untuk membeli bahan baku dan tidak dapat membeli mesin, sehingga proses produksi ini menggunakan

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 104-105

peralatan yang manual. Tetapi dengan hal ini membuat Agus Mashudi untuk terus mengembangkan usahanya menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Sekarang terbukti dengan perkembangan yang semakin pesat dari tahun ke tahun.

Kedua, perkembangan yang ditunjukkan dari tahun ke tahun sangat signifikan. Hal ini ditunjukkan dengan telah dibukanya cabang dari Champion Alumunium yang berada di Gombong. Cabang ini mempunyai tujuan untuk mengembangkan usahanya sehingga pangsa pasar yang dimiliki juga semakin luas. Dan juga dapat lebih mengembangkan usaha yang telah dirintis menjadi lebih baik, karena membuka peluang yang lebih besar. Dan mencakup wilayah yang lebih banyak.

Ketiga, perekrutan karyawan selalu diutamakan pada warga sekitar usaha ini. Dengan semakin berkembangnya usaha ini, memberikan keinginan untuk mengalokasikan para pemuda lingkungan sekitar usaha agar tidak terjadi pengangguran. Ketika telah memasuki lingkungan kerja mereka akan dikumpulkan dan diberikan pelatihan tentang bagaimana cara membuat barang dari bahan dasar alumunium. Mulai dari pengenalan bahan, pemilihan bahan, pemotongan, dan perakitan sehingga menjadi sebuah produk yang baik. Sehingga mereka memiliki penghasilan sendiri dan dapat mengurangi pengangguran di daerah tersebut.

Champion alumunium ini merupakan salah satu usaha keluarga yang bergerak dalam bidang perakitan alumunium. Dapat pula disebut dengan industri manufaktur. Industri manufaktur merupakan suatu industri yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi dan barang jadi dan dapat bermanfaat.

Champion ini memproduksi barang kebutuhan rumah tangga yang menjadi kebutuhan sekunder masyarakat. Produknya dapat berupa lemari pakaian, *kitchen set*, *swing door*, *rolling door*, *sliding door*, *etalase*, dan lain sebagainya.

Champion Alumunium Tambak ini mempunyai pangsa pasar yang cukup luas. Wilayah pemasarannya meliputi tambak, sumpiuh, kebumen dan sekitarnya. Mereka memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk melakukan pesanan melalui telepon ataupun email. Dan juga memberikan pilihan dalam pembayarannya. Ada yang menggunakan sistem *Cash* (tunai) ataupun angsuran, pembayaran cash biasanya dilakukan pada saat pemesanan maupun pengiriman. Dan pembayaran angsuran dilakukan dengan membayar secara berkala dengan jumlah tertentu sesuai dengan harga, disini tidak dikenakan bunga ataupun biaya jadi yang dibayarkan hanya harga barang itu sendiri.

Champion alumunium ini memproduksi barang dengan bahan dasar alumunium yang dapat dijadikan sebagai bahan alternatif pengganti kayu. Kayu merupakan salah satu sumber daya alam yang sering digunakan untuk membuat kebutuhan rumah tangga. Akan tetapi seiring dengan perkembangan zaman semakin berkurangnya sumber daya alam yang tersedia untuk membuat kebutuhan barang rumah tangga. Bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan yang semakin meningkat akan tetapi juga dengan pengambilan sumber daya alam yang ilegal oleh beberapa pihak yang tidak bertanggung jawab. Sehingga dibutuhkan bahan alternatif lain pengganti kayu salah satunya yaitu alumunium.

Champion alumunium ini telah bekerja sama dengan beberapa *supplayer* untuk menunjang keberlangsungan produktifitas barang yang dihasilkan.

Beberapa *supplayer* inilah yang nantinya membantu dalam memasok bahan baku yang digunakan untuk produksi dan juga bahan pelengkap agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas. Bahan baku yang utama yaitu alumunium dan kaca sesuai jenis dan ukuran yang dibutuhkan. Sedangkan bahan pelengkapya yaitu *skruw*, *handle*, *refeat*, esel, roda, kunci, dan lain sebagainya.

Bahan alumunium ini masih rentan terhadap kenaikan harga ketika harga kurs dolar meningkat dari pada rupiah. Karena bahan baku (misalnya kaca dan alumunium) sebagian besar menggunakan bahan baku import. Hal inilah yang menyebabkan harga ini menjadi tidak stabil, dapat berubah ketika hal tersebut terjadi. Hal ini akan sangat berpengaruh terhadap konsumen pemula yang ingin membeli barang ini. Akan tetapi perubahan harga ini tidak akan mempengaruhi kualitas yang dihasilkan oleh **Champion Alumunium**.

Produk yang dihasilkan oleh **Champion Alumunium** dapat dikatakan berkualitas dilihat dari beberapa segi yaitu kekuatan, kerapihan, dan kusesuaian. Kekuatan suatu produk dapat dilihat dari beberapa hal salah satunya yaitu penggunaan bahan yang sesuai dengan standar operasional perusahaan dengan ukuran alumunium sebesar 1 ¼ “ dan ukuran kaca setebal 5 ml. Jika penggunaan bahan tersebut sesuai dengan standar dalam membuat suatu produk, maka produk tersebut memiliki kekuatan dalam menopang berat barang-barang yang akan diletakkan diatasnya. Sehingga produk tersebut dapat digunakan sebagaimana fungsinya tanpa khawatir akan kekuatan yang dimiliki oleh produk tersebut.

Kerapihan dalam hal ini berhubungan erat dengan pelaksanaan proses produksi dalam membuat suatu produk. Karena kerapihan pemotongan bahan dan

perakitan yang benar akan membuat produk tersebut baik. Jika terjadi celah dalam perakitannya akan membuat produk tersebut kurang indah dan juga akan mempengaruhi kekuatan produk tersebut. Dimana celah yang terjadi akan mengurangi kekuatan produk yang sebenarnya. Selain kedua hal diatas yang tidak kalah penting yaitu kesesuaian produk. Dimana dalam hal ini kesesuaian ini sangat berhubungan erat dengan keinginan dan harapan konsumen itu sendiri.

Kekuatan dan kerapihan yang telah terpenuhi maka hal ini akan mempengaruhi umur ekonomis produk tersebut. Pada dasarnya produk dari bahan dasar alumunium dan kaca sudah memiliki umur ekonomis yang lebih lama dari produk yang lain. Akan tetapi jika kedua hal tersebut terpenuhi maka produk tersebut tidak akan cepat rusak. Hal ini sesuai dengan harapan konsumen, bahwa dalam membeli barang walaupun mempunyai desain bentuk yang berbeda akan tetapi harus memiliki kualitas yang sama.⁷

Champion Alumunium selalu berusaha untuk memberikan kualitas yang terbaik pada produk yang akan diberikan kepada konsumen. Dan kualitas inilah yang akan memenuhi harapan konsumen sehingga konsumen merasa puas akan produk yang dihasilkan. Dan diharapkan dengan kepuasan yang telah dirasakan oleh konsumen menjadikan konsumen loyal terhadap produk-produk yang dihasilkan. Kelayalan ini diharapkan terjadi pembelian-pembelian kembali dimasa yang akan datang.

⁷ Hasil wawancara kepada konsumen Champion Alumunium Tambak, pada 10 September 2015

Berdasarkan hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “HUBUNGAN KUALITAS PRODUK DAN LOYALITAS KONSUMEN CHAMPION ALUMINIUM TAMBAK”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka permasalahan yang akan dibahas yaitu bagaimana hubungan kualitas produk yang dihasilkan dan loyalitas konsumen di Champion Aluminium Tambak?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan hubungan kualitas produk yang dihasilkan dan loyalitas konsumen di Champion Aluminium Tambak.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan dan wawasan peneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas yang dihasilkan terhadap loyalitas konsumen di Champion aluminium tersebut.

2. Bagi Objek yang Diteliti

Mampu mengetahui kualitas produk barang yang dihasilkan oleh perusahaan yang berkualitas dan juga bermutu. Sehingga dapat memberikan kepuasan pada konsumen yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas konsumen terhadap barang tersebut.

Dapat pula digunakan untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat memuaskan konsumen agar dapat menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut, dan juga dapat meningkatkan pendapatan perusahaan tersebut.

3. Bagi Pembaca

Menambah wacana pembaca tentang bagaimana pentingnya menciptakan sebuah produk yang bagus dan bermutu sehingga menciptakan kepuasan terhadap konsumen. Hal ini juga berhubungan atau berkaitan dengan loyalitas konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Sehingga dapat dijadikan referensi dalam menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu untuk memuaskan konsumen.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan batasan konsep atau istilah yang digunakan dalam sebuah judul penelitian sebagai mana yang telah ditetapkan dalam penelitian tersebut dan penegasan penulis terhadap konsep yang digunakan. Dalam penelitian ini penulis menegaskan definisi operasional sebagai berikut:

Kualitas produk (*product quality*) menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiha yaitu evaluasi menyeluruh pelanggan atas kebaikan kinerja suatu barang atau jasa.

Menurut Oliver dan Hurriyati mengatakan bahwa loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali

atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi-potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

F. Kajian Pustaka

Untuk pengayaan wacana sebagai bahan rujukan baik untuk diterima maupun disanggah dan relevansinya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis ini, maka berikut ini akan penulis paparkan wacana tersebut:

Tabel 1.1
Persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu
dengan penelitian sekarang

No.	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Vivi Novi Yanah	Manajemen Kualitas Produk home Industri perspektif Ekonomi Islam (skripsi STAIN Purwokerto)	Beberapa faktor yang dapat berpengaruh dalam membentuk kualitas pada produk dan unsur-unsur yang mempengaruhi kualitas produk itu sendiri.	Pengaruh manajemen yang baik terhadap pembentukan kualitas produksi.
2.	Nina Suciati	Manajemen produksi mebel untuk meningkatkan penjualan (skripsi STAIN Purwokerto, 2014)	Proses produksi yang dilakukan akan sangat berpengaruh terhadap kualitas produk yang akan dihasilkan.	Hal yang paling utama adalah manajemen produksi, dan tidak terfokus pada kualitas produk yang akan dihasilkan.
3.	Khaerul Abdul Aziz	Pengaruh produk dan tempat dalam mendorong minat beli konsumen di toko Kripik Sawangan No. 1 Purwokerto. (skripsi	Produk menjadi salah satu pengaruh dalam menumbuhkan minat beli konsumen. Dan minat beli ini sangat	Produk ini bukan menjadi satu-satunya tolak ukur dalam menentukan minat beli konsumen, akan

		STAIN Purwokerto, 2013)	berhubungan dengan kepuasan yang nantinya akan menjadikan konsumen loyal terhadap produk tersebut.	tetapi terdapat tempat yang juga berperan penting.
4.	Bagus Dwi Setiawan	Pengaruh kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai variabel intervening (skripsi Universitas Negeri Semarang, 2013)	Kualitas produk yang diberikan kepada konsumen akan menimbulkan kepuasan dan kepercayaan sehingga konsumen dapat loyal terhadap produk tersebut.	Kepuasan dalam penelitian ini dijadikan sebagai variabel pembanding saja.
5.	Novi Kardianti NST	Pengaruh strategi penetapan harga terhadap loyalitas konsumen di Rifa Swalayan Garuda Sakti Pekanbaru menurut ekonomi islam (skripsi UIN Sultan Syarif Kasmin, Riau Pekanbaru 2014)	Loyalitas konsumen yang terjadi bukan hanya terdapat pada kegiatan ekonomi saja akan tetapi pada kehidupan beribadah loyalitas juga dapat dipraktikkan.	Dalam skripsi ini menggunakan harga sebagai faktor yang mempengaruhi loyalitas bukan dengan kualitas suatu produk.

Selain dalam beberapa penelitian diatas, ada beberapa buku yang dapat dijadikan sebagai acuan dalam penelitian ini. Beberapa buku yang digunakan oleh peneliti antara lain:

Justin G. Longenecker dalam bukunya *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil* menjelaskan teori kualitas. Dalam buku ini menyebutkan bahwa kualitas produk ini sebagai totalitas keistimewaan dan karakteristik dari suatu barang atau jasa yang berhubungan dengan kemampuannya yang dinyatakan

secara langsung atau tidak.⁸ Karena kualitas inilah yang akan membedakan produk ini dengan produk yang lainnya. Atau dapat dijadikan sebagai ciri khas yang melekat pada suatu produk dan dapat digunakan sebagai pembeda dengan produk yang lainnya sekaligus memberikan sebuah kepuasan kepada konsumen.

Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana dalam bukunya *Total Quality Manajement* edisi revisi, yang mengutip dari Garvin bahwa ada delapan dimensi kualitas produk yang dikembangkan dan dapat digunakan sebagai perencanaan strategis dan analisis terutama untuk industri manufaktur. Dalam buku ini hanya menyebutkan saja tidak menjelaskan bagaimana implementasinya. Ketika kualitas produk ini merupakan suatu hal yang sangat penting yang tidak dapat dilepaskan oleh sebuah perusahaan. karena dalam buku ini lebih menjelaskan kepada sistem manajemen yang bermutu sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan maupun kualitas barang yang dimiliki oleh perusahaan.

Etta Mamang Sungadji dan Sopiha dalam bukunya *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis* menjelaskan tentang kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Dalam buku ini dijelaskan dari pengertian loyalitas konsumen dan karakteristik loyalitas konsumen. Karakteristik dan ciri loyalitas inilah yang nantinya dapat dijadikan ukuran apakah konsumen tersebut dapat dikatakan loyal terhadap produk yang dihasilkan. Bagaimana kita mengetahui bahwa konsumen tersebut loyal terhadap produk yang kita miliki, hal ini juga dijelaskan dalam beberapa poin. Dan juga terdapat sepuluh prinsip loyalitas pelanggan yang juga dijelaskan didalamnya.

⁸ Justin G Longenecker. dkk. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 538

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut:

Bab I meliputi pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, Sistematika Pembahasan.

Bab II dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan kualitas produk dan loyalitas konsumen.

Bab III berisi tentang metode penelitian yang digunakan oleh penulis baik dari jenis penelitian menggunakan penelitian lapangan atau *field research*, subjek dan objek penelitian, waktu penelitian, dan teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan metode deskriptif.

Bab IV pada bab ini berisi hasil penelitian tentang bagaimana hubungan kualitas Produk dan loyalitas konsumen di Champion Alumunium Tambak.

Bab V adalah penutup yang terdiri dari kesimpulan penelitian yang telah dilakukan tentang hubungan kualitas produk dan loyalitas konsumen Champion Alumunium Tambak, saran dan kata penutup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang dihasilkan oleh Champion Alumunium mempunyai hubungan yang sangat penting dengan loyalitas konsumen. Karena loyalitas konsumen ini terbentuk karena adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dan menumbuhkan rasa kepercayaan atas penggunaan produk tersebut. Produk ini dapat memberikan kepuasan kepada konsumen karena produk tersebut berkualitas sehingga dapat memenuhi harapan konsumen. Karena kualitas produk ini menjadi salah satu cara pembentuk loyalitas. Dan kepuasan konsumen ini merupakan modal awal terbentuknya loyalitas. Loyalitas ini dapat membantu perusahaan untuk terus berkembang.

IAIN PURWOKERTO

B. Saran-saran

Setelah melaksanakan penelitian tentang Hubungan Kualitas Produk dan loyalitas Konsumen Champion Alumunium Tambak, penulis memiliki beberapa saran bagi pembuatan produk alumunium supaya kedepannya lebih baik. Saran-saran tersebut meliputi:

1. Penerimaan sumber daya manusia (SDM) yang ada untuk menjadi karyawan dalam proses produksi harus lebih diperhatikan. Perhatian ini lebih kepada kemampuan yang dimiliki oleh orang tersebut dalam menyerap pelajaran-

pelajaran yang bersifat baru. Sehingga ketika diberikan pelatihan dalam membuat suatu barang ini dapat belajar dengan cepat dan baik.

2. Penambahan jumlah mesin produksi sehingga proses produksi dapat dilakukan dengan cepat. Jadi dalam pelaksanaan proses produksi tidak bergantian antara karyawan yang satu dengan yang lainnya. Hal ini pula dapat mempercepat pembuatan suatu produk dan menambah variasi produk-produk baru.
3. Peningkatan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh karyawan demi kenyamanan yang dirasakan oleh karyawan. Misalnya ketersediaan P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan) sehingga dapat digunakan jika terjadi kecelakaan kerja ringan pada karyawan.
4. Perluasan tempat produksi sehingga dalam memproduksi tidak terjadi saling desak-desakan sehingga dapat mempercepat kegiatan produksi dan memaksimalkan hasil produksi tersebut.

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arikunto, Suharsimi. 2003. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Aziz, Fathul Aminudin. 2012. *Manajemen Perspektif Islam*. Cilacap: Pustaka El-Bayan.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Griffin. 2003. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga
- Haming, Murdifin dan Mahfud Nurnajamuddin. 2007. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara.
- HB Sutopo. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret Press.
- Kotler, Philip dan A.B. Susanto. 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia cetakan kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- , 2006. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Longenecker, Justin G . dkk. 2001. *Kewirausahaan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, Musthafa Edwin dkk. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Nurohman, Dede. 2011. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Teras.
- Rahmat Sahid. 2011. "Analisis Data Penelitian Kualitatif Model Miles dan Huberman," Sangit26.blogspot.com, diakses 18 April 2015 pukul 20.15.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta Barat: INDEKS.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Surakhmad, Winarno. 1994. *Pengantar Penelitian Ilmu Dasar, Metode da Teknik, edisi ke VII*. Bandung: Tarsito.

Suryabrata, Sumadi. 1998. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosda Karya.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2000. *Total Quality Manajement*, Yogyakarta: Andi Offset.

-----, 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset

Yuliadi, Imamudin. 2001. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.

Zulfa, Umi. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*, Yogyakarta: Cahaya Ilmu.

Non Buku

Aziz, Khaerul Abdul. 2013. "Pengaruh Produk Dan Tempat Dalam Mendorong Minat Beli Konsumen Di Toko Kripik Sawangan No. 1 Purwokerto" Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

Kardianti, Novi. 2014. "Pengaruh Strategi Penerapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Rifa Swalayan Garuda Sakti Penkanbaru Menurut Ekonomi Islam," Skripsi. Riau: UIN Sultan Syarif Kasmin.

Setiawan, Bagus Dwi. 2013. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening," Skripsi. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Suciati, Nina. 2014. "Manajemen Produksi Mabel Untuk Meningkatkan Penjualan," Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

Yanah, Vivi Novi. 2011. "Manajemen Kualitas Produk Home Industri Perspektif Ekonomi islam," Skripsi. Purwokerto: STAIN Purwokerto.

FOTO DOKUMEN PENELITIAN



GAMBAR 1

Wawancara dengan bapak Agus Mashudi selaku pimpinan Champion Alumunium Tambak tentang sejarah dan proses produksi



Gambar 2

Wawancara dengan Quota “ayun selaku sekertaris Champion Alumunium tentang pembagian kerja dari masing-masing bagian

Gambar 3

Produk-produk yang dihasilkan oleh Champion Alumunium



Lampiran-lampiran



Gambar 4

Langkah-langkah dalam proses produksi



Lampiran-lampiran



**PEDOMAN WAWNCARA DENGAN PIMPINAN CHAMPION
ALUMUNIUM TAMBAK**

A. Pertanyaan

1. Kapan berdirinya dan bagaimana sejarah Champion Alumunium Tambak?
2. Apa visi dan misi dari Champion Alumunium Tambak?
3. Apakah sudah mempunyai cabang? Bagaimana sejarahnya?
4. Bagaimana sistem perekrutan karyawan dan pelatihan yang dilakukan sebelum melakukan kegiatan produksi?
5. Bagaimana menjaga kualitas produk yang dimiliki?

B. Hasil Wawancara

1. Informan

Berdiri pada tahun 2003 dengan menyewa sebuah ruko sebagai tempat produksi dan juga toko dengan modal awal Rp. 800.000,00 . modal awal ini digunakan untuk sewa ruko sebesar Rp. 500.000,00 dan rp. 300.000,00 digunakan untuk produksi. Produk yang pertama kali dibuat yaitu satu unit rak piring. Pada awal melakukan produksi masih menggunakan peralatan yang manual dan belum mempunyai mesin-
mesin produksi.

2. Informan

Visi: menjadi perusahaan yang bermanfaat untuk sebanyak-banyak kebaikan umat

Misi: - Memberikan produk dan pelayanan yang terbaik kepada konsumen

-Menciptakan suasana kerja yang nyaman untuk karyawan

3. Informan

Pembukaan cabang yaitu pada tahun 2007 yang bertempat di Jl. Yos Soedarso no. 15 Gombang, Kebumen. Tempat produksi masih sama menggunakan sistem sewa ruko. Dicabang gombang terdapat 3

karyawan, 1 orang sebagai sekretaris dan 2 orang sebagai tukang untuk membuat produk.

4. Informan

Perekrutan karyawan diutamakan oranglingkungan sekitar sehingga dapat menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran. Pelatihan yang dilakukan kepada karyawan baru sekurang-kurangnya selama 2 minggu sehingga sudah mengetahui bagaimana proses membuat produk yang seharusnya dilakukan. Setelah itu barulah diberikan tanggung jawab untuk membuat produk, dan dievaluasi dalam setiap langkahnya.

5. Informan

Hal yang paling penting dalam kualitas produk yaitu kesesuaian produk yang dihasilkan sampai dengan pesanan konsumen. Selain itu dapat dilihat dari kerapihan dan kekuatan produk tersebut. menjaga kualitas produk yang dimiliki, hanya dengan tetap mempertahankan standar mutu sebagai dasar penentu kualitas. Dan selalu dilakukan pengecekan sehingga terdapat kesesuaian antara produk yang dihasilkan dengan pesanan konsumen.

IAIN PURWOKERTO

Tambak, 17 September 2015

Informan

Pimpinan Champion

Peneliti

Agus Mashudi

Ria Rizki Setia N

NIM. 1123205010

PEDOMAN WAWANCARA DENGAN SEKERTARIS CHAMPION ALUMUNIUM TAMBAK

A. Pertanyaan

1. Tugas apa saja yang dipegang oleh sekretaris?
2. Bagaimana pemberian produk yang diberikan kepada tukang untuk diproses?
3. Bagaimana sistem pemesanan produk yang biasanya dilakukan?
4. Berapakah jumlah produk yang biasanya dibuat dalam satu bulan?
5. Bagaimana cara mengevaluasi produk sehingga sesuai dengan pesanan?

B. Hasil wawancara

1. Informan

Dekretaris memiliki banyak peran penting di Champion ini, karena mempunyai beberapa tugas yang harus dikerjakan. Tugas dari sekretaris yaitu bagian penjualan, administrasi, gudang, dan pembukuan. Bagian penjualan, memberikan sekretaris tugas untuk menjual barang-barang yang dihasilkan kepada konsumen baik dalam lingkup toko maupun diluar tempat kerja. Administrasi, sekretaris harus mencatat semua kegiatan transaksi baik itu penjualan, pembelian, dan pengeluaran dana untuk biaya setiap harinya. Gudang, harus mengetahui berapa jumlah stok bahan baku yang tersedia untuk kegiatan produksi juga mengetahui berapa jumlah bahan yang masuk dan digunakan untuk membuat suatu produk. Pembukuan, harus menyusun jurnal pada setiap bulannya.

2. Informan

Setelah terjadi kesepakatan dengan konsumen maka permintaan akan produk yang tadi akan diberikan kepada tukang untuk diproses. Pemberian tugas ini bukan hanya memberikan sebuah gambar akan tetapi meliputi ukuran yang diminta, karakteristik produk yang diinginkan, jenis bahan yang digunakan. Dan juga kelengkapan yang

diminta oleh konsumen. Sehingga tidak terjadi kesalahan dalam proses produksi.

3. Informan

Sistem pemesanan yang dilakukandengan datang langsung ketoko maupun dapat melalui telephon. Biasanya pemesanan melalui telephon bagi konsumen yang telah mempunyai pengalaman dalam penggunaan produk tersebut.

4. Informan

Jumlah produk yang biasanya diproduksi dalam satu bulan tergantung kepada jumlah permintaan oleh konsumen. Akan tetapi minimal dalam satu bulan yaitu 10 unit barang.

5. Pengevaluasian produk dilakukan pada saat produk tersebut setengah jadi dan setelah produk tersebut jadi. Pada saat produk tersebut setengah jadi ini melihat dari kerangka barang membandingkan dengan karakteristik yang diminta oleh konsumen. Setelah produk tersebut jadi maka pengevaluasian lebih di tekankan pada pengujian kekuatan dan kerapihan pada produk tersebut.

IAIN PURWOKERTO Tambak, 17 September 2015

Informan

Sekretaris Champion

Peneliti

Quota 'ayun

Ria Rizki Setia N

NIM. 1123205010

**PEDOMAN WAWANCARA DENGAN TUKANG CHAMPION
ALUMINIUM**

A. Pertanyaan

1. Berapa lama pelatihan yang diberikan dalam membuat suatu barang?
2. Bagaimana proses dalam membuat suatu barang?
3. Apa saja yang harus diperhatikan dalam membuat suatu barang?

B. Hasil Wawancara

1. Informan

Pelatihan yang diberikan sebelum diberikan tanggung jawab membuat barang yaitu 2 minggu.

2. Informan

Langkah-langkah yang biasanya dilakukan dalam membuat suatu barang meliputi: pemilihan bahan, pemotongan sesuai dengan ukuran yang dilakukan, perakitan, dan pemberian p=kelengkapan pada barang. Seluruh tahapan tersebut dilakukan sesuai dengan permintaan Pembeli.

3. Informan

Yang harus diperhatikan yaitu kesesuaian produk yang diinginkan dengan pesanan baik dari jenis, ukuran, dan karakteristiknya. Selain itu kerapihan barang atau produk yang dihasilkan dan kekuatannya.

Tambak 17 September 2015

Informan

Tukang

Peneliti

Ria Rizki Setia N

NIM. 1123205010

Lampiran-lampiran



CHAMPION ALUMUNIAM

Etalase, Rolling Door, Folding Gate, Kusen dan Pintu Alumunium, Besi dan Stainless

Jl. Diponegoro no. 5 Kamulyan, Kec. Tambak, Kab. Banyumas, Telp. 08164899917

No : /CA-MH/V/2015
Lampiran : _
Perihal : Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Champion Alumunium menyatakan bahwa:

Nama : Ria Rizki Setia Ningrum
NIM : 1123205010
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melakukan penelitian pada tanggal 7 Juli – 7 September untuk keperluan pembuatan Skripsi dengan judul: “Analisa Kualitas Produk Terhadap loyalitas Konsumen Champion Alumunium Tambak”

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya, dan untuk dipergunakan semestinya.

Purwokerto, 05 September 2015

Pemilik Champion Alumunium

Agus Mashudi