



**ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK
INTERNATIONAL TERHADAP PENINGKATAN
LOYALITAS KONSUMEN DI
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh :

**AHMAD SEIN BATUBARA
NIM.18 402 00363**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK
INTERNASIONAL TERHADAP PENINGKATAN
LOYALITAS KONSUMEN DI
PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh :

AHMAD SEIN BATUBARA
NIM.18 402 00363

Pembimbing I

Azwar Hamid, M.A
NIP.19860311 2015 03 1 005

Pembimbing II

Damri Batubara, M.A
NIDN. 2019108602

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2022



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. AHMAD SEIN BATUBARA
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 26 Agustus 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. AHMAD SEIN BATUBARA yang berjudul "ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK INTERNATIONAL TERHADAP PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN DI PADANGSIDIMPUAN". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Azwar Hamid, M.A.
NIP: 19860311 201503 1 005

Pembimbing II

Damri Batubara, M.A.
NIDN.2019108602

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : AHMAD SEIN BATUBARA
NIM : 1840200363
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UIN Syahada Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK INTERNATIONAL TERHADAP PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN DI PADANGSIDIMPUAN** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini UIN Syahada Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 26 Agustus 2022
Saya yang menyatakan,



AHMAD SEIN BATUBARA
NIM. 1840200363

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD SEIN BATUBARA
NIM : 1840200363
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL
NETWORK INTERNATIONAL TERHADAP
PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN DI
PADAMGSIDIMPUAN**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 26 Agustus 2022

Saya yang Menyatakan,



AHMAD SEIN BATUBARA
NIM. 18 402 00363



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile.(0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : AHMAD SEIN BATUBARA
NIM : 18 402 00363
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK INTERNATIONAL TERHADAP PENINGKATAN LOYALITAS KONSUMEN DI PADANGSIDIMPUAN

Ketua

Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag
NIP. 19620924 199403 1 005

Sekretaris

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

Anggota

Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag
NIP. 19620924 199403 1 005

Azwar Hamid, M.A
NIP. 19860311 201503 1 005

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19830510 201503 2 003

Muhammad Isa., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 08 Desember 2022
Pukul : 13.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/71,75 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3, 45
Predikat : Memuaskan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang. Padangsidempuan 22733
Tel.(0634) 22080 Faximile.(0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : ANALISIS KUALITAS PRODUK HALAL NETWORK
INTERNATIONAL TERHADAP PENINGKATAN
LOYALITAS KONSUMEN DI PADANGSIDIMPUAN**

NAMA : AHMAD SEIN BATUBARA
NIM : 1840200363

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan
syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 26 Januari 2023

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : **Ahamad Sein Batubara**
Nim : **18 402 00363**
Judul : **Analisis Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas**

Latar belakang masalah pada penelitian ini jumlah penduduk muslim di padangsidempuan lebih banyak dari pada non muslim. Dengan banyak jumlah penduduk muslim di padangsidempuan masih banyak lebih mengutamakan produk yang belum jelas kehalalnya. Karena Produk Halal *Network International* dan Herba Penawar Alwahida Indonesia merupakan salah satu produk - produk halal dan berazaskan syariat Islam.

Dimana PT Herba Penawar Alwahida yang dikenal dengan nama Halal *Network Internasional* atau di singkat dengan HNI. Perusahaan ini bergerak dibidang produk-produk obat, suplemen, minuman, kesehatan, dan juga termasuk kosmetik yang tersedia di perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas produk halal network international terhadap peningkatan loyalitas konsumen di padangsidempuan dan untuk mengetahui apa saja kelemahan produk halal network international terhadap peningkatan loyalitas konsumen di padangsidempuan.

Jenis penelitian ini yang digunakan adalah kualitatif dengan metode menggunakan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan obseravasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Analisasi data yaitu: Menelah seluruh data, Mengadakan redukasi, Menyusun dalam satuan-satuan dan mengadakan keabsahan data. Teknik-teknik pengabsahan datanya menggunakan perpanjangan keikutan sertaan, menggunakan triangulasi dan ketekunan pengamat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kualitas produk halal network international terhadap peningkatan loyalitas konsumen di padangsidempuan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi kualitas produk Halal Network International Padangsidempuan yaitu Alami (Obat-obat herbal), Bentuk (*Form*), Ciri-ciri produk (*Features*), Kinerja (*Performance*), Ketetapan/Kesesuaian (*Corformance*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Reliability*), Kemudahan perbaikan (*Repairbility*), Gaya (*Steyle*), Desain (*Design*). Dan yang menjadi kelemahan produk halal network international ditinjau dari segi harga dan tempat penjualnya yang masih di kawasan Halal Network International Padangsidempuan namun belum ada di produknya di tempat farmasi.

Kata Kunci : **Kualitas Produk, Halal Network International, Loyalitas Konsumen**

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: “**Analisis Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Di Padangsidempuan**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M. A selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Erawadi, M.Ag

selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A selaku Wakil

Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag. Selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan , Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyrn Hasibuan, M. Ag. selaku Wakil Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M. Si. selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati, M.P selaku sekretaris program studi Ekonomi Syariah dan seluruh civitas akademika UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
4. Bapak Azwar Hamid, M.A selaku pembimbing I dan Bapak Damri Batubara, M.A selaku Pembimbing II peneliti ucapkan banyak terima kasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi M. Hum. Selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta, Ayahanda tercinta Muhammad Bakhori Batubara dan Ibunda tercinta Yusniar Nasution, yang telah menjadi motivasi untuk peneliti. Terimakasih kepada Saudara saya, abang Ismail Saleh, kakak Rahma yani, kakak Hikmah, dan adik saya Hasan Yahya, Azizah, Sakinah, Sarah, Muhammad Alfath, Muhammad Hafif dan terimakasih juga kepada sanand keluarga uda, bou, ete dan, yang selalu berdoa tiada henti-hentinya. Mereka adalah semangat peneliti agar berguna bagi diri sendiri, keluarga, agama, bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Do'a dan usaha mereka yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Terimakasih kepada teman-teman Manajemen Bisnis 3 Angkatan 2018 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

9. Terimakasih kepada teman-teman terbaik saya bang Mora Pemimpin Harahap ,M.Pd, Dino Andika,SE ,Ahmad Ramadhan, SE, Gusti Randa, Safaat Lubis, Hafis hasibuan, Raja Abdul Latif, Ahmad Yunus Siregar, Ahmadi Rizal, S.E, Ade Awari, Ahmadi Batubara, S.E, Saitarida Pulungan, Nelly Agustina Sirigar, Riska Rahayu, Iboto Nur Waidah Batubara, Karlina Tanjung dan Eva Riskiah.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Agustus 2022
Peneliti

Ahamad Sein Batubara
NIM. 18 402 00363

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan




Fonema konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	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	ħa	ħ	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	Zai	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	za	ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



B. Vokal

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




1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	ḍommah	U	U

2. Vokal rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

3. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis dibawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Mar butah

Transliterasi untuk *tamar butah* ada dua:

1. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *Ta Marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *Ta Marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

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

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ٱ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu diletakkan di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. 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 yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku 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.

I. Tajwid

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

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin, Cetakan Kelima*, Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama, 2003.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PENYUSUNAN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Batasan Istilah.....	7
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Kegunaan Penelitian.....	10
G. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Tinjauan Pustaka	11
1. Analisis.....	11
2. Kualitas Produk	12
3. Loyalitas Konsumen.....	16
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen.....	20
B. Penelitian Terdahulu	31
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	34
B. Jenis Penelitian.....	34
C. Unit Analisis/Subjek Penelitian	34
D. Sumber Data.....	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Analisis Data.....	37
G. Teknik Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum HNI HPAI.....	39
1. Sejarah berdirinya PT HPAI	39

2. Visi dan Misi PT. HPAI.....	40
B. HNI HPAI Padangsidimpuan	40
1. Sejarah Halal Network Padangsidimpuan	40
2. Struktur Organisasi HNI Padangsidimpuan.....	42
C. Deskripsi Hasil Penelitian	49
1. Kualitas Produk Halal Network International Padangsidimpuan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen	49
2. Kelemahan Produk Halal Network International Padangsidimpuan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen	59
D. Pembahasan Penelitian.....	62
 BAB IV PENUTUPAN	
A. Kesimpulan	67
B. Saran	68
 DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Jumlah Penduduk Muslim Dan Non Muslim di Padangsidempuan	5
Tabel I.2	: Konsumen Produk Halal Network International Padangsidempuan	6
Tabel I.3	: Penelitian Terdahulu	32
Tabel IV. 1	: Nama Tokoh Pendiri HNI di Indonesia	40
Gambar IV.1:	Struktur Organisasi	44
Tabel IV. 2	: Produk-produk HNI Padangsidempuan.....	46
Tabel IV. 3	: Produk-produk HNI Padangsidempuan.....	47
Tabel IV. 4	: Produk-produk HNI Padangsidempuan.....	49

DAFTAR DOKUMENTASI

Gambar II. 1 Wawancara Pemilik Kepala Usaha Halal Nertework
Intenational Padangsidempuan

Gambar II.2 Wawancara Konsumen Halal Nertework
Intenational Padangsidempuan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam dunia bisnis pemahaman tentang konsumen sangat diperlukan untuk kesuksesan bisnis yang di targetkan. Tanpa memiliki konsumen akan sulit mengembangkan dunia bisnis yang dilakukan. Karena pada dasarnya bisnis memiliki berupa tujuan untuk mendapatkan imbalan hasil secara ekonomi dengan cara memproduksi maupun menjual barang maupun jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Halal *Network International* dan Herba perusahaan yaitu PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (PT HPAI). Halal *Network International* adalah Brandnya.¹ Produk Halal *Network International* dan Herba Penawar Alwahida Indonesia merupakan salah satu produk-produk halal dan berazaskan syariat Islam. Dimana PT Herba Penawar Alwahida yang dikenal dengan nama Halal *Network Internasional* atau di singkat dengan HNI.

Perusahaan menyediakan produk-produk seperti halnya dengan obat-obatan, suplemen, minuman, kesehatan, dan juga termasuk kosmetik yang tersedia di perusahaan. Sebagaimana diketahui manusia adalah makhluk sosial, yakni tidak dapat hidup sendiri dan selalu membutuhkan orang lain atau media tertentu dalam memenuhi segala kebutuhan hidupnya. Terutama dalam hal konsumsi dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari.

¹Budi Suryana, *Minat Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Produk-produk Herba Penawar Al Wahida Indonesia (Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah)*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2019.

Bagi konsumen, pemenuhan kebutuhan adalah hal terpenting yang wajib di penuhi kebutuhan sehari-hari di rumah, mulai dari kebutuhan dapur, kamar mandi, bahkan kecantikan. Halal Penawar Alwahida Indonesia telah memberikan kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan rumah tangga dan kesehatan yang berupa produk herbal yang halal dan sangat membantu konsumen untuk mengurangi pemakaian produk yang mengandung zat kimiawi dalam kebutuhan rumah tangga.² Sebagaimana masyarakat muslim apalagi konsumen, mengkonsumsi makanan yang halal dan baik adalah sebuah keharusan. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat : 168

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

"Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu."(Q.S.Al-Baqarah: 168).³

Terjemahan ayat di atas menjelaskan, bahwa sanggahan terhadap orang Quraisy dahulu mengharamkan barang yang halal dan menyembelih binatang tidak menyebut asma Allah. Dengan adanya peristiwa itu, ayat di atas turun berlaku untuk semua orang baik Islam maupun non muslim. Haram di ayat tersebut ada dua yaitu haram zatnya dan haram arid. Haram arid yang di maksud ialah haram mendatang karena sesuatu sebab. Demikian halal berarti zat (yang telah ditetapkan oleh Allah), sedangkan *tayyibā* berarti cara

²Bonar Ikhwan, *Hidup sehat dengan produk halal*, (Jakarta: warta,ekspor),1015, hlm.3

³Al-Amin Al-Qur'an Terjemah Dan Tajwid Warna, (Bandung: Cahaya Press, 2019), 25

memperoleh. Artinya bagaimana cara manusia memperoleh segala sesuatu yang telah ditetapkan oleh Allah swt.

Muhammad Abduh menafsirkan halal adalah makanan yang baik dan dibolehkan dimakan menurut ajaran Islam, yaitu sesuai dalam al-Qur'an dan al- Hadis. Sedangkan pengertian makanan yang baik yaitu segala makanan yang dapat membawa kesehatan bagi tubuh, menimbulkan nafsu makan dan tidak ada larangan dalam al-Qur'an maupun hadis. Boleh memanfaatkan rezki yang terdapat di bumi sebagai rezki yang halal dan baik, Allah melarang mengikuti langkah-langkah setan.⁴

Pesatnya perkembangan produk HNI-HPAI yang telah beredar pesat dalam penjualan produk herbal yang di jual di halal mart ternyata tidak serta merta menyelesaikan persoalan yang ada masyarakat, Kentalnya budaya dan nilai-nilai yang masih erat melekat pada masyarakat tidak mudah dirubah seperti membalikan telapak tangan, meskipun pada dasarnya konsumen kita semua muslim. Dalam konteks konsumsi sendiri, Konsumen menjadi individu yang memiliki kekuatan positif untuk memakai dan mengkonsumsi bahkan mengajak konsumen untuk sama-sama mengkonsumsi produk yang sangat bermanfaat bagi kesehatan.

Kualitas produk menjadi salah satu indikator maju atau tidaknya sebuah badan usaha atau pun produk-produknya beredar dikalangan konsumen. Konsumen akan memiliki loyalitas yang tinggi jika kualitas produk pada sebuah badan usaha tergolong baik. Konsumen menurut pasal 1 angka 2

⁴ Marianai, *Konsep Konsumsi Dalam Tafsir Al-Man'Ar Karya Muhammad Abduh (Analisis Terhadap Ayat 168 Qs. Al-Baqarah)*, Skripsi IAIN Bone, 2020.

Undang-undang No. 8 Tahun 1999 dan pasal 1 angka 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor /350/MPP/Kep/12/2021 Yaitu “Setiap orang pemakaian barang dan/atau jasa yang tersedia didalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan”. Bisa disimpulkan bahwa konsumen itu adalah orang yang lebih setia terhadap produk yang di hasilkan dari sebuah badan usaha.

Salah satu produk yang sering diperhatikan oleh penulis yakni produk yang bergerak bidang herbal. Produk-produk herbal ini seperti Halal *Network International* yang di kemudian hari terbentuk juga Herba Penawar Al wahida Indonesia yang sudah menyebar di seluruh daerah Indonesia. HNI ini juga sudah dapat di syahkan oleh kementerian agama Islam di Indonesia sebagai produk-produk yang sudah benar-benar terjamin ke halalannya. Sehingga banyak dikalangan masyarakat yang mengkonsumsi ini. Bahkan banyak masyarakat lebih mengutamakan menggunakan HNI sebagai obat dan juga suplemen kesehatan lainnya di banding dengan produk farmasi yang ada di apotik.

Berdasarkan observasi awal peneliti dapat ditemukan bahwa HNI-HPAI ini adalah produk herbal yang dapat sertifikasi halal yang termuat di dalamnya terdapat pada khasiat yang mampu menjadi obat untuk mengobati berbagai penyakit. Diantara beberapa macam yang di peroleh HNI Mangafit yang terbuat dari ekstra jahe yang untuk obat sakit mah, sabun kolagen sebagai perawatan bahan kosmetik, dan minuman kopi yang bermerek HNI *Coffe*.

Berdasarkan hasil sementara dengan konsumen mereka menyampaikan bahwa kualitas produknya sangat bagus sehingga mereka lebih mengutamakan produk tersebut di jadikan sebagai obat atau untuk kebutuhan pribadi lainnya di banding obat-obatan yang beredar di apotik dan juga yang beredar di klinik-klinik kesehatan.

Tabel I.1
Jumlah penduduk Muslim dan Non Muslim Di Padangsidempuan

No	Agama	Jumlah
1	Muslim	191.810 Jiwa
2	Non Muslim	19.618 Jiwa

Sumber: Data Badan Pusat Statistik Padangsidempuan

Pada tabel di atas telah terlihat bahwa jumlah penduduk muslim lebih banyak dari pada penduduk non muslim yang berada di Padangsidempuan. Banyak dikalangan orang muslim masih lebih mengutamakan produk yang belum jelas kehalalnya.

Tabel I.2
Konsumen Produk Halal *Network International*

No	Tahun	Konsumen Tahun 2019	Konsumen Tahun 2020	Konsumen Tahun 2021
1	Konsumen	150	350	500

Sumber : Halal *Network International* Padangsidempuan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui konsumen penggunaan loyal dari produk HNI hampir mencapai 500 orang selebihnya hanya penggunaan tidak loyal.

Menurut Amirullah, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen secara sederhana dibagi dalam dua bagian, yaitu a) kekuatan internal, seperti :pengalaman, belajar, kepribadian dan konsep diri,

motivasi dan keterlibatan, sikap dan keinginan, b)kekuatan eksternal, seperti :faktor budaya, sosial, lingkungan ekonomi, dan bauran pemasaran.⁵ Pada dasarnya perilaku konsumen muslim itu lebih mengetahui produk mana seharusnya di utamakan dari pada produk yang belum jelas ke halalnya. Berdasarkan hasil observasi di lapangan bahwa tidak di temukan obat-obat apotik yang memiliki label halal seperti botrex, Paramex, insana, dan sebagainya. Akan tetapi masih banyak kalangan masyarakat muslim yang masih tetap menjadikan sebagai obat yang paling utama. Sehingga produk yang sudah jelas kehalalnya tidak di utamakan.⁶

Berdasarkan penelitian data di atas penelitian tertarik untuk mendalami kualitas produk HNI terhadap peningkatan loyalitas konsumen. Dari latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Produk Halal *Network International* Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen di Padangsidempuan”**.

B. Batasan Masalah

Di karenakan keluasan cakupan latar belakang diatas maka penulis perlu untuk membatasi kajian pada rencana penelitian ini. Adapun fokus masalah penelitian ini adalah hanya meneliti kualitas produk Halal Network International Padangsidempuan terhadap peningkatan loyalitas konsumennya. Selain itu peneliti juga membatasi lokasinya batasan yaitu hanya di HNI Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidempuan.

⁵Amirullah, “Perilaku Komunitas Muslim dalam Mengonsumsi produk halal,” *Jurnal Multikultural & Multiregius* Vol.11 No.2.

⁶Observasi Lapangan Obat-obat Apotik Padangsidempuan Tahun 2022.

C. Batasan Istilah

Guna menghindari kesalah pahaman dan keraguan terhadap istilah-istilah yang terdapat dalam Skripsi ini, maka penulis merasa perlu memberikan penjelasan-penjelasan istilah sebagai berikut:

1. Analisis

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional menjelaskan bahwa analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.⁷

2. Kualitas produk

Kualitas adalah kelengkapan fitur dan manfaat dari sebuah produk yang dihasilkan perusahaan, dan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi keinginan konsumen. Dengan kata lain kualitas dapat diukur sampai sejauh mana produk yang dihasilkan sesuai dengan keinginan konsumen.⁸

3. Halal Network International dan Herba Penawar Al Wahida Indonesia

Halal Network International dan Herba Penawar Al Wahida Indonesia merupakan perusahaan Halal *Network* Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal dan berkualitas yang terjaga. HPAI hanya memproduksi, menyediakan, memasarkan dan mendistribusikan produk-produk yang berkualitas berdasarkan alamiah, ilmiah dan ilahiahnya.⁹ HPAI berfokus pada produk-produk herbal yang menjual produk obat-obatan herbal, makanan dan minuman kesehatan, serta produk kosmetik dan

⁷Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional, *Buku Analisis*,(Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm.81

⁸ Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Op. Cit.*, hlm.363.

⁹ PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Buku Panduan Sukses HPAI*, (Jakarta: 2015) hlm.10.s

perawatan diri yang terjamin halalnya. Dalam penelitian ini, Peneliti membatasi pada satu kantor Stokis HNI-HPAI yang berada di Padangsidimpuan yaitu yang beralamat di Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidimpuan.

4. Loyalitas Konsumen

a. Loyalitas

Loyalitas secara harfiah diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu objek. Loyalitas sebagai kondisi di mana pelanggan mempunyai sikap positif terhadap suatu merek, mempunyai komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud meneruskan pembeliannya di masa mendatang.¹⁰ Loyalitas adalah memberikan dukungan yang kuat secara terus-menerus kepada para pembeli produk halal network international di padangsidimpuan untuk mewujudkan tujuan perusahaan yaitu mengenalkan produk herbal kesehatan dari HNI-HPAI.

b. Konsumen

Konsumen adalah setiap pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.¹¹ Konsumen yang dimaksud disini adalah orang yang hanya akan menggunakan produk tersebut tanpa menjual kembali kepada pihak-pihak tertentu.

¹⁰Mardalis Ahmad, *Merah Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005) hlm. 111

¹¹W.J.S. Poerwardarmita, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1998) hlm.590.

c. Loyalitas Konsumen

Loyalitas konsumen adalah kondisi dimana pelanggan atau konsumen secara teratur atau tetap melakukan pembelian pada suatu bisnis.

Dari pengertian di atas yang dimaksud dengan loyalitas konsumen merupakan kesetiaan pihak yang menggunakan produk dan jasa baik untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang, dengan membeli dengan menggunakan produk atau jasa secara berulang-ulang dan dengan suka rela merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada rekan-rekannya.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas produk halal *Network International* terhadap peningkatan loyalitas konsumen di Padangsidempuan?
2. Apa saja kelemahan produk halal *Network International* terhadap peningkatan loyalitas konsumen Padangsidempuan?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk halal *Network International* terhadap peningkatan Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui kelemahan produk halal *Network International* terhadap peningkatan loyalitas konsumen Padangsidempuan.

F. Kegunaan Penelitian

1. Sebagai persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE).
2. Sebagai penambah wawasan pola pikir dan memberikan suatu pengalaman yang sangat berharga tentang Analisis kualitas produk halal *Network International* terhadap peningkatan loyalitas Konsumen.
3. Sebagai bahan bacaan atau literatur untuk penelitian – penelitian yang relevan selanjutnya.
4. Sebagai penambah wawasan dan ilmu pengetahuan yang sangat begitu penting dalam kualitas produk.
5. Sebagai masukan kepada badan usaha. Untuk di jadikan bahan pertimbangan dalam membuat keputusan dalam strategi bersaing dan memberikan masukan sebagai bahan untuk memperbaiki dan meningkatkan kinerja badan usaha dimasa yang akan datang.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pembahasan ini maka peneliti membuat sistematika pembahsan sebagai berikut: Bab I, pendahuluan yang meliputi: latar belakang masalah, Identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan penelitian terlebih dahulu. Bab II, membahas kajian pustaka yang terdiri dari pengertian kualitas produk halal *Network International*, pengertian Loyalitas konsumen dan pengertian bauran pemasaran. Bab III, pembahasan mengenai metodologi peneltian yaitu : lokasi penelitian, waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, teknik keabsahan data dan sistematika penulisan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Analisis

a. Pengertian Analisis

Analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu. Dalam pengertian yang lain adalah memecahkan atau menguraikan sesuatu unit menjadi unit terkecil.¹

Dari pendapat di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan berpikir untuk menguraikan atau memecahkan suatu permasalahan dari unit menjadi unit terkecil.

b. Langkah-langkah dalam analisis yang harus dilakukan, yaitu :

- 1) Mengumpulkan data-data penting.
- 2) Memeriksa kejelasan dan kelengkapan tentang pengisian instrumen pengumpulan data.
- 3) Melakukan proses identifikasi dan klasifikasi dari setiap yang ada dalam instrumen pengumpulan data berdasarkan variabel yang akan dianalisis.

¹Yuni Septiani, Edo Arribe, Risnal Diansyah. “Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual”. Dalam *Jurnal Teknologi dan Open Source*, Vol. 3 No. 1 Juni 2020, hlm. 131-143.

- 4) Melakukan tabulasi atau kegiatan pencatatan data ke dalam tabel-tabel induk.
- 5) Melakukan pengujian terhadap kualitas data yakni dengan menguji validitas dan juga menguji reliabilitas instrumen dari pengumpulan data. Menyajikan data dalam bentuk tabel frekuensi ataupun diagram agar lebih mudah untuk memahami atau menganalisis karakteristik data.
- 6) Menguji hipotesis, Pada langkah ini dilakukan pengujian terhadap hipotesis apakah isinya benar atau tidak.²

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Beberapa pengertian dari kualitas menurut dari beberapa ahli. Bahwa kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia atau tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Tujuan kualitas mengacu pada keunggulan teknis yang sebenarnya dari produk yang dapat diverifikasi dan diukur. Sebaliknya kesan kualitas adalah penilaian tentang keunggulan produk secara keseluruhan atau superioritas. Kualitas produk yang dirasakan adalah penilaian global mulai

²*Ibid*, hlm. 2

dari buruk menjadi baik, ditandai dengan tingkat abstraksi tinggi dan mengacu pada pengaturan konsumsi tertentu.³

Disisi lain, Husein Umar mendefinisikan kualitas produk merupakan hal penting bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa.⁴ Persepsi kualitas produk bisa juga digunakan oleh pemasar sebagai kriteria segmentasi untuk mengidentifikasi kelompok konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen dengan persepsi yang berbeda kualitas (rendah, sedang, tinggi) berbeda pula dalam tingkat kepuasan dan niat pembeli.

Adapun Firman Allah dalam surah An-Nisa ayat 29 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ
بِالْبَطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا
تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS.An-Nisa : 29).⁵

³Ansauri Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hlm. 115 .

⁴Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*(Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 93.

⁵Dapartemen Agama, *Al-Quran dan Terjemahan* (Semarang: PT Karya Toha Putra), hlm.47.

Terjemahan ayat di atas menjelaskan, bahwa larangan membunuh diri sendiri termasuk juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan satu kesatuan. Secara ekspilisit sama halnya dalam berniaga antara sesama umat manusia dengan ridha sama ridha Allah SWT melarang orang yang merugikan atau menzolimi diri sendiri dan orang lain dalam berniaga. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa kaidah dalam konsep Islam dapat didefinisikan sebagai sumber hukum yaitu dari Alquran dan Hadis yang dipergunakan sebagai aturan oleh pedagang dalam pekerjaannya, baik dalam kualitas, promosi, dan pengambilan keputusan sesuai dengan kesepakatan yang telah ditetapkan oleh masing-masing antara keduanya.

b. Dimensi Kualitas Produk

Peningkatan kualitas produk dirasakan sangat perlu dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Adapun kualitas produk yaitu:

- a. Kinerja produk, merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kitabeli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.

- b. Fitur Produk, merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk, fitur bersifat pilihan bagi konsumen.
- c. Keterandalan produk, yaitu peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
- d. Kesesuaian kinerja, yaitu produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk, ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk. Berbicara mengenai kualitas produk ada beberapa hal yang terkait dengan kualitas produk yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Keandalan (*reliability*)

Keandalan produk diartikan bahwa produk tersebut memiliki kemampuan untuk digunakan dalam jangka waktu lama dan dapat dikatakan sebagai produk yang awet. Produk yang tahan lama atau awet akan membuat konsumen puas dan setia dengan produk tersebut karena konsumen merasa diuntungkan dengan produk yang tidak mudah rusak sehingga konsumen tidak perlu mengeluarkan uang lagi untuk membeli produk baru. Keandalan produk menjadi salah satu faktor pembentukan citra produk di mata konsumen.

2) Penampilan (*performance*)

Berkaitan dengan berbagai hal seperti wujud atau produk, warna dan bahan pembuatnya. Bentuk produk yang menarik akan meningkatkan daya beli konsumen untuk menggunakan produknya.

Penampilan produk yang mengikuti zaman membuat nilai tambah yang lebih di mata konsumen, Warna produk yang digunakan hendaknya bebas dari zat kimia yang berbahaya, agar tidak berdampak buruk bagi konsumen. Pemilihan warna produk yang tepat membuat konsumen lebih tertarik untuk membeli produk tersebut. Warna produk yang tidak mudah pudar dan awet membuat produk tersebut memiliki citra yang bagus dibenak konsumen. Bahan pembuat produk juga harus berkualitas baik, agar konsumen lebih mudah menggunakannya dan merasa terpuaskan dengan produk tersebut.

3) Kemampuan produk memberikan pelayanan (*serviceability*)

Agar konsumen merasa terpuaskan setelah membeli produk. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang bagus manakala saat produk yang telah dibeli konsumen tidak sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen dapat mengganti produk tersebut.

3. Loyalitas Konsumen

a. Pengertian Loyalitas Konsumen

Loyalitas Konsumen di definisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Menjadi partner berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah lebih banyak, memberikan rekomendasi

positif serta bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan.

Pemahaman loyalitas konsumen sebenarnya tidak hanya dilihat dari transaksi saja atau pembelian berulang. Ada beberapa ciri seorang pelanggan bisa dianggap loyal, antara lain sebagai berikut :

- 1) Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur.
- 2) Pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama.
- 3) Pelanggan yang mereperensikan kepada orang lain.
- 4) Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh orang untuk pindah customer merupakan *invisible advocate* bagi kita.⁶

Perilaku pengulangan pembeli diasumsikan merefleksikan penguatan atau stimulasi yang kuat. Jika pengukuran bahwa seseorang konsumen loyal atau tidak dilihat dari frekuensi perilaku pembelian terhadap satu merek. Pengukuran loyalitas konsumen dengan pendekatan menekankan pada perilaku masa lalu.⁷

Loyalitas konsumen merupakan hal yang sangat penting kaitannya dengan pengembangan usaha. Konsumen yang mempunyai loyalitas yang tinggi akan senantiasa menggunakan produk atau jasa yang disediakan perusahaan, tidak akan terpengaruh jasa yang ditawarkan pihak lain, dan ketika terdapat hal-hal yang tidak mereka sukai akan

⁶Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Andi Edisi Tiga, 2008), hlm. 24

⁷*Ibid.*, hlm. 26.

memberitahukan kepada penyedia jasa dan tidak memberitahukan orang lain.

b. Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Islam

Loyalitas konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Dalam Al-Quran dijelaskan mengenai Loyalitas Konsumen yaitu pada Surah Al-Maidah ayat 54:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا مَن يَرْتَدَّ مِنكُم عَن دِينِهِ ۖ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهُ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ ۖ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ۚ ذَٰلِكُمْ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَن يَشَاءُ ۗ وَاللَّهُ وَاسِعٌ

عَلِيمٌ

“Hai orang-orang yang beriman, Barangsiapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, Maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan merekaupun mencintainya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad dijalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya), lagi Maha mengetahui.(QS.Al-Maidah :54)⁸

⁸Dapartemen Agama, Al-Qur'an dan Terjemahan (Semarang: PT Karya Toha Putra), hlm, 52.

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah Ta'ala memberitahukan kekuasaan-Nya yang besar, yaitu barang siapa yang berpaling dari pembelaan terhadap agama-Nya dan penegakan syariat-Nya maka sesungguhnya Allah akan mengganti dengan orang yang lebih baik, yang lebih kuat dalam pembelaannya, dan lebih lurus jalannya, daripada orang terdahulu. Hal ini sebagaimana Allah berfirman, “Dan jika kamu berpaling niscaya Dia akan mengganti kamu dengan kaum yang lain, dan mereka tidak akan seperti kamu”.⁹ Ayat ini menjelaskan bahwa Allah mengancam mereka dengan mengatakan jika mereka berpaling, yaitu tidak beriman dan tidak mau memenuhi perintah-Nya dengan berinfak, maka Allah akan menghancurkan mereka, Kemudian mengganti mereka dengan kamu yang lain yang tidak seperti mereka, yaitu kaum yang mau berinfak, berjihad, melaksanakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

c. Komponen Loyalitas Konsumen

Hal terpenting adalah bersedia mendengarkan konsumen, perusahaan melakukan hubungan dengan pelanggan dengan cara memenuhi harapan serta memberikan perhatian kepada pelanggan.

1) Ciri-ciri Loyalitas Pelanggan :

- a) Melakukan pembelian secara teratur (*makes regular repeat purchases*).

⁹Muhammad Nasib ar-rifai, *Tafsir Ibnu Katsir* (Jakarta: Gema Insani Press, 1999) hlm

b) Melakukan pembelian disemua lini produk atau jasa (*purchases across product and service lines*).

c) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates on immunity to the full of the competition*)¹⁰.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen

a. Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Marketing Mix (bauran pemasaran) adalah Kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistim pemasaran perusahaan, yakni : produk, harga, promosi, distribusi.

Marketing Mix tersebut merupakan satu perangkat yang akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran bagi perusahaan. Dan semua ini ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada segmen pasar atau komponen yang dipilih. Sebelum mengadakan penggolongan barang/produk, kita perlu membahas tentang pengertian barang.

1) Barang/Produk

Barang/Produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Penggolongan Barang menurut tingkat pemakaiannya.

¹⁰Sunarto, *Pemasaran* (Yogyakarta : Ust Pres, 2006), hlm. 41

a) Barang Tahan Lama

Barang tahan lama adalah barang-barang yang secara normal dapat dipakai berkali-kali, jadi dapat dipakai untuk jangka waktu yang relatif lama. Misalnya : pakaian, mesin tulis, kaca mata, penggaris, dan sebagainya.

b) Barang Tidak Tahan Lama

Barang tidak tahan lama adalah barang-barang yang secara normal hanya dapat dipakai satu kali atau beberapa kali saja. Artinya sekali barang itu dipakai akan habis, rusak, atau tidak dapat dipakai lagi. Misalnya : Bahan baku, sabun, makanan, dan sebagainya.¹¹

2) Harga

Harga merupakan elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Karena bila konsumen akan membeli suatu barang, harga adalah faktor yang menjadi pertimbangan utama selain faktor-faktor lainnya. Hal ini bukanlah persoalan mudah, karena keputusan tersebut akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan. Keputusan tersebut akan semakin rumit jika suasana persaingan sangat meluas, yang berarti dalam pasar terdapat banyak barang yang sejenis dan sifatnya.¹²

¹¹Basu swastha dan Ibnu Sukotjo, *Op.cit.*, hlm. 193-195.

¹²Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 222.

Penetapan Harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Keputusan-keputusan mengenai harga dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal adalah keputusan harga disesuaikan dengan sasaran pemasaran, misalnya sasarannya adalah untuk bertahan hidup yaitu dengan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasarkan, dengan catatan harga murah tapi dalam kondisi yang menguntungkan. Faktor eksternal yaitu pasar dan permintaan konsumen merupakan harga tertinggi. Konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan manfaat yang dimilikinya. Oleh karena itu dalam menetapkan harga harus dipahami dahulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap produk tersebut.¹³

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga Adapun yang mempengaruhi tingkat harga yaitu :

- a) Kondisi Perekonomian
- b) Penawaran dan permintaan
- c) Elastisitas permintaan
- d) Persaingan
- e) Biaya
- f) Tujuan perusahaan

¹³Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang: UIN- Maliki Press,2010), hlm. 68.

g) Dan pengawasan pemerintah¹⁴

1) Promosi

Promosi adalah bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Menurut Sunardi dan Anita Primastiwi Promosi adalah “Sebuah tehnik untuk menyampaikan informasi mengenai suatu produk kepada konsumen”.¹⁵ Promosi merupakan kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan perusahaan untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Promosi juga bisa dikatakan sebagai proses berlanjut karena dapat menimbulkan rangkaian kegiatan perusahaan selanjutnya.¹⁶

Pemasaran tidak hanya membicarakan produk, harga produk, dan distribusi atau tempat, tetapi mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk itu dikenal dan ujung-ujungnya dibeli. Untuk mengkomunikasikan produk ini kepada masyarakat agar produk perlu dilakukan suatu strategi yang terdiri atas empat komponen, yaitu; periklanan, promosi penjualan, penjualan perorangan, dan hubungan masyarakat. Setiap kategori terdiri atas alat-alat spesifik. Misalnya: periklanan yaitu cetakan, siaran, *outdoor*, dan lain-lain.

¹⁴Basu swastha dan Ibnu Sukotjo, Loc.cit., hlm. 211.

¹⁵Sunardi dan Anita Primastiwi, *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi dan Kasus*, (Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service, 2015), hlm.202

¹⁶M. Fuad, dkk., *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm.

Penjualan perorangan yaitu sales *presentation*, *trade show*, dan program rangsangan. Promosi penjualan yaitu *point of purchase display*, premi, diskon, kupon, iklan dan demonstrasi.¹⁷

2) Tempat

Pemilihan tempat atau lokasi yang baik dan strategis Menurut Nembah F, Hartimbul Ginting berarti “menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan tempat yang tepat akan meminimumkan beban atau biaya jangka pendek maupun jangka panjang, dan akan meningkatkan daya saing perusahaan.¹⁸

Sedangkan menurut M. Nur Rianto Al- Arif tempat adalah “Lokasi berdirinya tempat dari perusahaan yang berkaitan dengan keputusan dimana operasi dan stafnya ditempatkan.¹⁹

Pemilihan tempat yang baik penting bagi perusahaan, karena akan memengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Tujuan penentuan tempat usaha yang tepat adalah untuk dapat membantu perusahaan beroperasi lancar, efektif dan efisien.

¹⁷Nembah F. Hartimbul Ginting, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: CV. YRAMA Widya, 2011), hlm. 191

¹⁸T. Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi* Edisi I, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 65.

¹⁹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta 2012), hlm. 16.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan tempat adalah dengan pertimbangan berikut :

- a) Dekat dengan kawasan industri
- b) Dekat dengan lokasi perkantoran
- c) Dekat dengan lokasi pasar
- d) Dekat dengan pusat pemerintahan
- e) Dekat dengan lokasi perumahan atau masyarakat
- f) Mempertimbangkan jumlah pesaing yang ada disuatu lokasi
- g) Sarana dan prasarana (jalan, pelabuhan, listrik dan lain-lain).

b. Startegi Mengembangkan Barang

Memproduksi barang-barang yang dapat dibanggakan kualitasnya merupakan tanggung jawab bagian produksi. Akan tetapi menciptakan barang bermutu saja belum menjamin kesuksesan penjualan barang tersebut. Pembeli perlu diberi keyakinan tentang kualitas barang yang diproduksi dan hal ini merupakan tugas bagian pemasaran.

Penggolongan barang dari sudut pandangan pemasaran antara lain :

1) Barang Konsumsi

Cara pertama untuk membedakan barang konsumsi adalah dengan membedakannya berdasarkan ketahanan barang tersebut. dengan cara pembedaan ini barang konsumsi dibedakan kepada:

barang mudah rusak, barang semi tahan lama, dan barang tahan lama. Yang tergolong barang mudah rusak adalah barang pertanian dan barang makanan seperti sayur-sayuran, buah-buahan, dan barang makanan yang sudah dimasak.

Cara kedua untuk menggolongkan barang konsumsi adalah berdasarkan kepada kemudahan cara memperolehnya dan kekerapan barang tersebut dibeli. Dalam cara penggolongan ini barang yang sering dibeli dan mudah didapat dinamakan *convenience good*. Barang jenis ini harganya murah dan sering dibeli. Contohnya seperti rokok, surat kabar (koran), kertas dan pena.

Cara ketiga untuk membedakan barang konsumsi adalah membuat penggolongan berdasarkan sektor yang menghasilkannya. Barang yang dihasilkan sektor primer seperti udang, beras, dan sayuran dikenal sebagai barang pertanian atau hasil sektor primer.

2) Barang Industri

Yang digolongkan sebagai barang industri adalah gabungan antara barang modal dengan barang peralihan (setengah jadi). Barang modal dinamakan juga sebagai barang instalasi. Seperti telah diterangkan barang modal terdiri dari mesin-mesin dan bangunan perusahaan yang digunakan agar barang lain dapat

diproduksikan. Barang peralihan lain yang penting artinya dalam menghasilkan barang-barang konsumen maupun barang modal adalah bahan mentah. Contohnya barang pertanian (beras, kelapa sawit, dan karet). Kelompok terakhir dari barang industri adalah *industrial supplies*, yang meliputi barang-barang yang digunakan untuk melancarkan kegiatan sehari-hari di kantor dan di pabrik. Contohnya bola lampu, alat tulis, dan kertas.²⁰

c. Strategi Penetapan Harga

Harga merupakan bagian dari strategi pemasaran yang kedua yaitu dalam menetapkan harga barang yang dipasarkan. Hal ini bukanlah persoalan yang mudah, karena keputusan tersebut akan mempengaruhi penjualan dan keuntungan. Keputusan tersebut akan semakin rumit jika suasana persaingan sangat meluas, yang berarti dalam pasar terdapat banyak barang lain yang sama jenis dan sifatnya. Ada perusahaan yang menentukan harga yang lebih tinggi dari pasaran dan mampu mengatasi persaingan dan meningkatkan penjualan, sebaliknya ada perusahaan yang menjual barangnya dengan harga murah, tetapi barangnya kurang laku.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga sebagai berikut:

- 1) Mewujudkan keuntungan untuk perusahaan
- 2) Volume penjualan dan Persaingan dari perusahaan lain

²⁰Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Jakarta: 2004), hlm. 213-215.

- 3) Pandangan masyarakat terhadap sesuatu barang.
- 4) Kedudukan perusahaan dalam pasar.

Langkah-langkah yang perlu dipertimbangkan dalam penetapan harga pokok adalah sebagai berikut:²¹

- 1) Penentuan tujuan penetapan harga
- 2) Estimasi jumlah permintaan terhadap produk
- 3) Estimasi harga pokok produk
- 4) Analisa perubahan harga dari pesaing
- 5) Memilih metode penentuan harga
- 6) Memilih harga produk yang tepat

Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Adapun tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:²²

- 1) Untuk Bertahan Hidup.
- 2) Untuk memaksimalkan laba.
- 3) Untuk memperbesar *market share*.
- 4) Mutu Produk.
- 5) Karena pesaing.

d. Strategi Pendistribusian Barang

Strategi pendistribusian barang adalah salah satu fungsi penting dari pemasaran yaitu untuk menyalurkan barang dari lokasi produksi

²¹M. Manullang, Pengantar Bisnis (Jakarta: PT. Indeks, 2013), hlm. 207.

²²*Ibid*, hlm. 176

ke berbagai lokasi dimana konsumen berada Untuk melakukan kegiatan pemasaran dapat dibedakan menjadi tiga macam yaitu:

1) Pedagang besar atau *Wholesaler*

Pedagang besar dapat didefinisikan sebagai perusahaan perantara yang menghubungkan produsen dengan pedagang eceran. Perusahaan ini akan membeli barang dari produsen dalam jumlah yang cukup besar dan menjualnya kembali kepada para pengecer.

2) Pedagang eceran

Perusahaan yang tergolong dalam kategori ini adalah yang menjual barang yang diproduksi oleh pihak lain dan berhubungan langsung dengan konsumen dinamakan pedagang eceran. Perusahaan ini membeli berbagai jenis barang dalam kuantitas (jumlah) yang terbatas dan menjual barang-barang tersebut langsung kepada konsumen.

3) Agen pemasaran

Agen pemasaran biasanya digolongkan sebagai pedagang besar oleh karena menjalankan fungsi seperti yang dijalankan oleh pedagang besar, yaitu berhubungan langsung dengan produsen dan bertugas sebagai perusahaan yang membantu menjual barang atau jasa yang dihasilkan produsen. Akan tetapi dalam kegiatan

penjualan yang dilakukan, sering sekali agen pemasaran berhubungan langsung dengan konsumen.²³

e. Strategi Mempromosikan Barang

Tujuan dari strategi ini adalah untuk memperkenalkan barang supaya konsumen menyukainya dan kemudian membelinya. Pada dasarnya kegiatan mempromosikan barang atau barang-barang yang dihasilkan perusahaan meliputi tiga aspek yaitu, memberikan informasi mengenai sesuatu barang, membujuk para konsumen untuk membeli barang tersebut, mempengaruhi para konsumen.

Dalam program pemasaran, barang-barang yang dipromosikan dapat dipasarkan dengan cara:

a. Periklanan (*advertensi*)

Alat promosi ini dapat dipandang sebagai alat yang paling penting dalam memperkenalkan barang kepada masyarakat dan membujuk untuk membelinya. Peranan yang sangat penting dari iklan sebagai alat promosi disebabkan karena ia merupakan alat yang paling efektif dalam menjangkau sebanyak mungkin konsumen.

b. Promosi penjualan

Promosi penjualan meliputi kegiatan tertentu atau penawaran tertentu yang masa berlakunya terbatas. Biasanya tujuan dari melakukan promosi penjualan adalah membujuk dan

²³Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Jakarta: 2004), hlm. 227-230.

mempengaruhi konsumen untuk berbelanja lebih banyak atau lebih sering.

c. Penjualan secara langsung (*personal selling*)

Penjualan langsung atau penjualan secara pribadi merupakan cara promosi penjualan barang atau jasa yang dilakukan dengan mengirim staf penjualan menemui konsumen yang diharapkan akan membeli barang atau jasa yang dipromosikan.²⁴

B. Penelitian Terdahulu

Dalam Penelitian ini ada beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini antara lain:

Tabel 1.3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul/Tahun	Hasil Penelitian
1.	Nur Rosi Afifah, Skiripsi Universitas Diponegoro Semarang 2014	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan (studi kasus pada matahari departemen store yogyakarta)	Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan konsumen terdapat pengaruh dalam memediasi antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan (Y2), Kualitas Pelayanan (X2), dengan Loyalitas Pelanggan (Y2). Promosi (X3) dengan Loyalitas Pelanggan(Y2).

²⁴Sadono Sukirno, *Pengantar Bisnis*, Edisi Pertama, (Jakarta: 2004), hlm. 235-238.

2.	Krisna Thera Kesuma (Skripsi di Universitas Indonesia, tahun 2012)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi: Pengguna <i>Samsung Android Phone</i> di PT. Ericsson Indonesia)	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan antar variabel bebas (kualitas produk) terhadap variabel terikat (loyalitas konsumen)
3.	Sukron Napian (Skripsi di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2013)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio Soul.(Studi Pada Pengguna Yamaha Mio Soul Di Wilayah Ciputat)	Secara simultan ditemukan bahwa variable kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut: perbedaan pada penelitian Nur Rosi Afifah bahwa variabel independennya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, promosi, Kepuasan Konsumen dan loyalitas konsumen. sedangkan peneliti hanya menggunakan kualitas produk sebagai variabel independen. Persamaan dengan peneliti bahwa variabel dependennya yaitu peningkatan loyalitas konsumen.

Perbedaan dan persamaan pada penelitian Krisna Thera Kesuma bahwa variabel dependennya adalah Kualitas produk dan loyalitas konsumen,

Persamaan peneliti juga menggunakan loyalitas konsumen sebagai variabel dependen.

Perbedaan dan persamaan pada penelitian Sukron Napian bahwa variabel independennya yaitu kualitas produk, promosi, kepercayaan merek dan kepuasan konsumen, Persamaan peneliti hanya menggunakan variabel kualitas produk sebagai variabel independen. Dari segi variabel dependen penelitian Sukron Napian menggunakan keputusan pembelian sedangkan peneliti menggunakan loyalitas konsumen, dimana kepuasan konsumen ini pada penelitian Sukron Napian terletak pada variabel independen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi pelaksanaan penelitian ini adalah di Toko Halal *Network International* yang terletak di Jl. Saripada Mulia Sadabuan, Kecamatan Padangsidempuan. Waktu yang digunakan peneliti untuk penelitian yaitu jangka waktunya mulai dari penyusunan perencanaan skripsi penelitian hingga pada menggandakan laporan hasil penelitian. Penelitian ini akan dilaksanakan mulai tanggal 19 Juni-18 Juli 2022.

B. Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, Penelitian kualitatif merupakan prodesur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, Dengan kata lain laporan penelitian memiliki isi berupa kutipan-kutipan untuk memberi suatu gambaran penyajian laporan tersebut. Data di peroleh dari hasil naskah wawancara, catatan lapangan, dokumentasi pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.¹

C. Unit Analisis/Subjek Penelitian

Unit analisis dalam penelitian ini merupakan satuan tertentu yang di perhitungkan sebagai subjek penelitian. Unit analisis dilakukan oleh peneliti agar valiitas dan reabilitas peneltian dapat terjaga. Unit analisis

¹Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 3-11.

Penelitian dapat berupa individu, kelompok, organisasi, benda, wilayah dan waktu sesuai dengan fokus permasalahannya.

Jadi subjek penelitian ini berjumlah 22 subjek, Yang pertama pemilik Halal Network International Padangsidimpuan Ibu Agustyna Harahap, Distributor Mukhairi Harahap, Konsumen Ibu Efridayani, Fahimah Sari, Ibu Maya, Ibu Fitriana, Saudari Eva, Saudari Shanti, Saudari Bitu Nurhidayah, Bapak Haryanda, Ibu Dewi, Ibu Tiara, Bapak Ahmad Rifai, Ibu Ayu, Ibu Ikhwana, Saudari Cahaya, Saudari Melda, Saudari Rina, Saudari Syafi'I, Saudara Ibrahim, Saudara Kimlansyah dan Saudara Budi.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua jenis sumber data yang dibutuhkan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder, sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber data primer adalah merupakan sumber data utama dalam penelitian. Sumber atau primer atau data pokok yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari badan usaha Halal *Network International* (HNI) Padangsidimpuan. Dengan kata lain data primer merupakan data murni yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan secara langsung pada tempat tersebut, yang masih memerlukan pengolahan data yang lebih lanjut.² Adapun yang menjadi sumber data primer peneliti adalah

²Muhammad Tenguh, *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm.122

pemilik Halal Network International Padangsidempuan yang berkaitan produk-produk tersebut.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber data atau sekunder dari data yang dibutuhkan.³ Data sekunder atau data pelengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang berada di Padangsidempuan yang beralamat di Jl. Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidempuan.

E. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Menurut Mukhtar, Teknik observasi peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan langsung secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.⁴ Dalam penelitian ini peneliti akan mengumpulkan data dengan cara pengamatan secara langsung pada Toko Halal *Network Intenational* Padangsidempuan. Dimana metode ini adalah merupakan metode pengumpulan data, mencatat informasi yang disaksikan selama penelitian dan terhadap konsumen-konsumen yang loyal terhadap HNI Stokis Padangsidempuan.

³Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Jakarta : Kencana, 2008), hlm. 122.

⁴Mukhtar, *Bimbingan skripsi, tesis, dan artikel ilmiah*, (Jakarta: Gaung Persada Press, 2007), hlm. 88.

b. Wawancara

Menurut S. Nasution, wawancara berguna sebagai pelengkap metode pengumpulan data lainnya⁵. Yang mana wawancara juga merupakan percakapan antara dua orang yang melibatkan seseorang untuk mendapatkan informasi dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan objek pembahasan. Yang mana subjek penelitian ini berjumlah 22 subjek. Penelitian akan mengadakan pembicaraan langsung dengan pemilik kepala Halal *Network Intenational* (HNI) Kota Padangsidempuan. Dan juga para konsumen yang loyal terhadap HNI Padangsidempuan.

c. Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini metode yang digunakan oleh peneliti adalah dengan metode dokumentasi yang mana akan memperoleh data lembaga/organisasi yang terkait. Pengumpulan data akan dapat di peroleh dari dokumen-dokumen yang digunakan oleh Toko Halal *Network International* Padangsidempuan.

F. Analisis Data

Langkah-langkah dalam pengolahan analisis data secara kualitatif adalah:

⁵S. Nasution, "*Metode Research (penelitian Ilmiah)*", (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), hlm. 127.

- a. Menelaah seluruh data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dari wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, dokumentasi pribadi dan sebagainya.
- b. Mengadakan reduksi data dilakukan dengan jalan yang membuat abstraksi.
- c. Menyusunnya dalam satuan-satuan.
- d. Mengadakan Keabsahan data⁶

G. Teknik Keabsahan Data

Adapun hal-hal yang telah dilakukan peneliti untuk mendapatkan data yang akurat adalah sebagai berikut:

- a. Perpanjangan Keikutsertaan peneliti sangat menentukan dalam pengumpulan data. Perpanjangan keikutsertaan tersebut akan dilakukan tidak hanya dalam waktu singkat tetapi memerlukan perpanjangan Keikutsertaan peneliti pada latar penelitian.
- b. Triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data (wawancara mendalam tak berstruktur, pengamatan, dan dokumentasi) dari berbagai sumber (orang, waktu, dan tempat) yang berbeda.⁷

⁶Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 190.

⁷Lexy J. Moleong, *Op.Cit.*, hlm. 175-178.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum HNI HPAI

1. Sejarah Berdirinya PT HPAI

PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HPAI, merupakan salah satu perusahaan bisnis halal network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI, sesuai akta pendirian perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 maret 2012. Pendirian HPAI diprakarsai oleh 18 orang muslim yang merupakan pakar bisnis sekaligus pakar herbal yaitu:¹

Tabel IV.1

Nama Tokoh Pendiri Produk

Halal Network International di Indonesia

No	Nama	No	Nama
1	Agung Yulianto, SE. Ak, M. Kom	10	Ari Maryadi
2	Rofik Hananto, SE	11	Ir. Rudi Yanto
3	H. Muslim M. Yatim, Lc	12	Anton Slamet, ST
4	Erwin Candra Kelana, ST	13	Barjana, S. Ag
5	Soriono	14	Bagus Hernowo
6	Zulchaidir B. Firly Ramly, S.Si	15	Sudarmadi
7	Adi Suprpto, SE	16	Amin Sugiharto
8	Helmi Herdianto	17	Muhammad iwan
9	Wisnu Wijaya Adi Putra, ST	18	Syafrudin, S.pd

¹ Panduan Sukses HPAI Produk Halal Tanggung Jawab Bersama, Jakarta : PT. HPAI, 2016, h. 3

Sumber : Halal Network International Indonesia

HPAI dibangun dari perjuangan panjang yang bertujuan menjayaan produk-produk halal dan berkualitas berasaskan *Thibbunnabawi*, serta dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam diIndonesia melalui *enterpreneurship* dengan motto produk halal tanggung jawab bersama.

2. Visi dan Misi PT. HPAI

a. Visi

Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkualitas

b. Misi

Menjadi perusahaan jaringan pemasaran kebanggan Ummat. Menjadi wadah perjuangan penyediaan produk-produk halal bagi ummat Islam. Menghasilkan Pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.²

B. HNI HPAI di Padangsidimpuan

1. Sejarah Halal Network Padasngsidimpuan

Halal Network Padangsidimpuan berdiri pada 30 September 2016 dengan Agustina Sari Harahap sebagai pemilik resminya. Alamat lengkapnya berada di jalan Sutan Soripada Mulia 72, Tanobato, Padangsidimpuan.³

² Visi dan Misi Halal Network International, 2018

³ Dokumen Stokis HNI cabang Padangsidimpuan, 2020

Berdasarkan hasil penelitian alasan kepala Agustina Sari Harahap mendirikan Halal Network International Padangsidempuan ini adalah pertama, Alasan sebelum memutuskan untuk bergabung menjadi bagian dari HNI-HPAI kepala Usaha Agustina Sari mengatakan bahwa sejak suami saya mengalami sakit dan disarankan oleh salah satu saudaranya untuk mengkonsumsi produk herbal dari HNI-HPAI, Alhamdulillah atas izin Allah SWT sakit yang diderita sembuh. Oleh karena itu ia berharap bahwa lebih banyak lagi orang yang merasakan khasiat dan memperoleh kesembuhan dengan mengkonsumsi produk herbal kesehatan dari HNI-HPAI.

Dengan berbagai pertimbangan Agustina Sari Harahap akhirnya memutuskan untuk mendirikan HNI-HPAI di Padangsidempuan untuk memudahkan masyarakat memperoleh produk herbal yang berkualitas lagi halal. Alasan kedua, dimana arena tempatnya sangat strategis. karena beliau memandang bahwa usaha pemasaran produk-produk Halal Network International tersebut dapat dikembangkan. Hal itu didukung dengan telah berhasilnya membentuk jaringan kerja dibawahnya, sehingga omset penjualannya memenuhi persyaratan untuk mendirikan Usaha Produk-produk Halal Network International. Alasan berikutnya yaitu karena di Padangsidempuan masih belum terdapat Stokis produk-produk Halal Network International. Alasan yang lainnya yaitu Agustina Sari Harahap selaku pendiri Usaha Halal

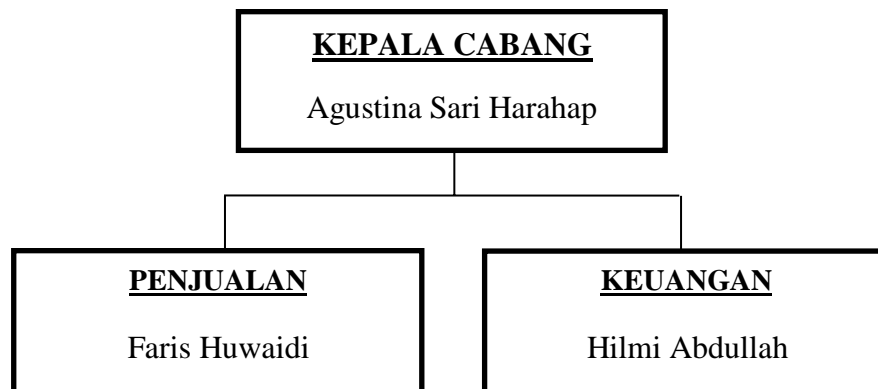
Network International Padangsidempuan mendapatkan dukungan penuh dari keluarga, sehingga hal tersebut membuatnya terus semangat dalam berwirausaha.⁴

Selain itu melihat perkembangan jaringan toko HNI-HPAI di Padangsidempuan juga sudah cukup banyak distributor dari produk-produk HNI-HPAI sehingga dengan mendirikan Usaha Halal Network International Padangsidempuan akan membawa keuntungan tersendiri dalam usaha penyaluran produk-produk HNI-HPAI ini, Akan secara otomatis konsumen memudahkan untuk berbelanja tidak harus ke luar kota lagi cukup di Padangsidempuan saja sudah bisa memenuhi kebutuhan stok produknya.

2. Struktur Organisasi Halal Network International

Menjalankan suatu perusahaan diperlukan organisasi dan manajemen yang dapat membantu aktivitas perusahaan berjalan sesuai dengan apa yang diinginkan. Sedangkan untuk menjalankan organisasi tersebut sesuai dengan yang diinginkan, maka dibutuhkan suatu pengelolaan yang baik. Pengelolaan yang baik dari suatu organisasi membutuhkan adanya suatu struktur organisasi agar dapat membedakan tugas dan fungsi dari setiap bagian dari organisasi tersebut, sehingga tercapai tujuan yang diharapkan.

⁴Agustina Sari Harahap selaku pemilik Stokis Halal Network Internasional Padangsidempuan, Wawancara, 15 Juni 2022.

Gambar IV. 1**Struktur Organisasi**

Sumber: Dokumen HNI-HPAI Padangsidempuan, 2022

Struktur organisasi adalah gambaran skematis yang menunjukkan hubungan aktifitas, fungsi-fungsi, wewenang, tugas dan tanggung jawab yang dibebankan untuk mencapai tujuan perusahaan. Adapun tugas dan wewenang serta tanggung jawab pada struktur organisasi akan diuraikan secara ringkas sebagai berikut:

1. Kepala Cabang**a. Tugas dan Kewajiban**

- 1) Mengawasi dan melakukan pengelolaan administrasi dan keuangan sesuai dengan ketentuan perusahaan.
- 2) Membina dan mengawasi karyawan dilingkungan perusahaan cabang.

b. Kewenangan dan tanggung jawab

- 1) Mengawasi dan mengkoordinir terlaksananya operasional perusahaan lingkungan kantor cabang.

- 2) Menandatangani surat-surat yang berhubungan dengan Surat keluar perusahaan berdasarkan ketentuan yang ada dan Surat-surat kantor.
- 3) Kepala cabang bertanggung jawab atas pelaksanaan pengelolaan administrasi serta keuangan di kantor cabang.

2. Penjualan

- a. Mengontrol barang masuk keluar.
- b. Membuat laporan perhari ke pusat.
- c. Pemesanan barang-barang ke pusat jika persediaan barang sisa 30%.

3. Keuangan

- a. Membuat laporan penjualan perhari.
- b. Membuat laporan penjualan per 10 hari.
- c. Membuat laporan penjualan perbulan.
- d. Merekap pengeluaran perhari.
- e. Merekap pengeluaran per 10 hari.
- f. Rekap pengeluaran perbulan.
- g. Mengirim laporan ke kantor HNI - HPAI pusat.

Tabel IV. 2
Produk-Produk Halal Network International Padangsidimpuan
1. Herbs Product

No	Nama Produk	Fungsi Produk
1.	Andrographhis Centella	Secara tradisional digunakan untuk melindungi hati, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, menurunkan Panas, menghilangkan rasa nyeri dan antibiotik alami.
2.	Bilberry	Membantu memelihara kesehatan mata dan kesehatan tubuh.
3.	Biosir	Membantu meringankan gejala wasir
4.	Carnocap	Membantu memelihara kondisi kesehatan pada penderita kanker.
5.	Deep Squa	Suplemen untuk membantu menjaga kesehatan.
6.	Diabextrac	Membantu meringankan gejala kencing manis.
7.	Gamat Kapsul	Membantu meredakan nyeri sendi.
8.	Ginextrac	Membantu meluruhkan batu urin di saluran kemih dan membantu melancarkan buang air kecil.
9.	Habbasauda HPAI	Membantu memelihara daya tahan tubuh, membantu meringankan gejala asma dan melancarkan ASI.
10.	Harumi	Secara tradisional digunakan untuk membantu mengurangi bau badan, bau pada organ intim wanita, mengurangi lendir yang berlebih, dan menjaga kesehatan tubuh.
11.	Kelosin	Membantu memperkuat daya ingat.
12.	Langsingin	Membantu mengurangi lemak.
13.	Laurik	Membantu meredakan nyeri di persendian, encok, asam urat dan rematik.
14.	Magafit	Membantu memelihara kesehatan dan fungsi saluran pencernaan.
15.	Mahkota Dara	Membantu mengurangi lendir yang berlebihan pada daerah kewanitaan.
16.	Mengkudu	Secara tradisional digunakan untuk membantu meringankan gejala tekanan darah tinggi.
17.	Minyak Herba Sinergi	Secara tradisional digunakan sebagai minyak gosok dan minyak urut untuk

		membantu meredakan pegal linu dan nyeri sendi, serta luka memar.
18.	Minyak Kayu Putih	Membantu melegakan hidung hidung tersumbat, membantu meredakan gatal-gatal akibat digigit serangan.
19.	N-Green	Membantu memelihara daya tahan tubuh.
20.	Pegagan HS	Membantu sirkulasi darah.
21.	Procumin Habbatussauda Rich E	Membantu menjaga kesehatan.
22.	Procumin Propolis abbatussauda	Membantu menjaga kesehatan
23.	Rosella HS	Membantu memelihara kesehatan dan daya tahan tubuh.
24.	Redangin	Obat herbal yang membantu meredakan gejala masuk angin dengan bahan baku herbal pilih.
25.	Siena	Membantu melancarkan buang angin
26.	Spirulina	Digunakan untuk membantu memelihara daya tahan tubuh dan mengatasi anemia.
27.	Truson	Membantu memelihara stamina pria.

Sumber: Dokumen HNI-HPAI Padangsidempuan, 2022.

Tabel IV. 3
Produk-produk Halal Network International Padangsidempuan

2. *Cosmetics & HomeCare Products*

No	Nama Produk	Fungsi Produk
1.	Day Cream	Membantu merawat kulit wajah pada pagi maupun siang hari. Diperkaya Blue Light protector, Skin Booster, dan Anti Pollution.
2.	Deodorant	Roll-on deodorant untuk pria dan wanita. Cepat meresap, tidak lengket, bebas alkohol dan aluminium, dan bahan aktif lainnya.
3.	Night Cream	Membantu merawat kulit wajah pada malam hari. Diperkaya Blue Light protector, Skin Booster, dan Anti Pollution.
4.	Green Wash Detergent	Deterjen konsentrasi super tinggi, redah busa, anti karat, antiredeposisi, terbuat dari bahan baku eco-friendly
5.	Green Wash Softener	
6.	Hayya Mild Shampoo	Shampoo dengan natural ingredients yang membantu membersihkan rambut dan kulit

		kepala.
7.	Hibis Pembalut dan Pantyliner	Kesehatan kewanitaan dengan sinergi herba pilihan yang di proses menggunakan teknologi modern.
8.	HNI Body Wash	Sabun mandi dengan kandungan ekstrak propolis yang kaya akan antioksidan dan nekerja sebagai antibakteri alami.
9.	HNI Shampo	Shampoo dengan ekstrak propolis yang kaya akan antioksidan, antibakteri, dan bio-flavanoid alami. Dilengkapi dengan formula anti rontok.
10.	HNI Diapers	Ft di badan bayi tidak terlalu ketat, bahan lembut seperti kain, terdapat channeling system untuk mempercepat penyerapan urin.
11.	Pasta Gigi Herbal Anak-anak	Pasta gigi yang diformulasikan khusus untuk anak-anak tersedia 3 rasa.Yaitu ras strobery,anggur dan tutty Fruity.
12.	Pasta Gigi Herbal HPAI	Pasta gigi dengan kandungan siwak, sirih, mint, dan herba lain yang dihadirkan dalam beberapa varian yang berbeda. Seperti Pasta gigi cengkeh dan pasta gigh propolis.
13.	My Shields	Masker medis 3 lapis dengan lapisan aromaterapi yang mengandung Eucalyptus Globulus.
14.	Pasta Gigi Herbal Sensitif	Membantu membersihkan gigi serta menjaga gigi dan rongga mulut tetap sehat.
15.	Promol 12	Kumpulan Mikro Organisme Lokal yang dapat beradaptasi dengan sempurna untuk lingkungan tropis di indonesia.
16.	Promax – 5	Tablet additive bahan bakar organik yang berfungsi meningkatkan kualitas bahan bakar (bensin dan diesel).
17.	Sabun Transparan Madu, Propolis dan Kolagen	Sabun mandi dengan kandungan madu/propolis /kolagen, membersihkan dan memelihara kesehatan kulit.

Sumber: Dokumen HNI-HPAI Padangsidempuan, 2022.

Tabel IV. 4
Produk-produk Halal Network International Padangsidimpuan
3. Health Foods & Beverages Products

No	Nama Produk	Kadungan
1.	Al-Ard	Minyak zaitun premium dari palestina
2.	Centella Teh Sinergi	Pegagan, teh hijau, jati belanda, jahe merah.
4	Deeep Olive	<i>Extra Virgin Olive Oil</i> 100%
5	Etta Goat Milk	Susu kambing ettawa bubuk dan gula.
6	Extra Food	
7	HPAI Coffee	Kopi dengan kandungan habbatusauda madu, susu kambing, coklat.
8	Janna Tea Cold dan Hot	Teh yang diramu dari herba pilihan yang mampu memeberikan sensasi segar (cold) dan sensasi hangat (hot)
10	Kopi 7 Elemen	Kopi dengan kandungan 7 elemen tanman: biji, akar, batang, kulit, daun, bunga, dan buah.
11	Madu Asli Multiflora	Madu MultiFlora 100%
12	Madu Habbat	Madu 100%
13	Madu Pahit	Madu 100%
14	Madu S Jaga	Membantu memelihara daya tahan tubuh
15	Sari Kurma	Sari kurma 100%
16	Sinai Olive Oil	Menjaga kesehatan dan daya tahan tubuh.
17	Stimfibre	Herbal serat alami dengan kandungan Aphanizomenon flos-aquae (AFA) Psyllium Husk dan Ekstrak Daun Murbei.
18	Zidavit	Membantu memelihara kesehatan dengan menambah zat besi dan membantu meningkatkan nafsu makan.

Sumber: Dokumen HNI-HPAI Padangsidimpuan, 2022

Berdasarkan hasil observasi lapangan penelitian di Halal Network International Padangsidimpuan bahwa ditemukan produk-produk obat, suplemen, minuman, kesehatan, dan termasuk kosmetik yang tersedia di stokis. Memiliki label halal seperti pada di tabel diatas sudah tercantum bahwa sudah di halal kan sesuai dengan syariat Islam dan juga terdapat merk/label produk yang di syahkan oleh Kementerian Agama Islam.

Kemsudian memiliki khasiat bagi kesehatan tubuh manusia dan dapat membantu perekonomian islam sehingga konsumen menyadarinya produk yang manalah seharus dia dipilih.⁵

C. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Kualitas Produk Halal *Network International* Padangsidimpuan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen

Halal Network International-Herba Penawar Al-wahida adalah pusat layanan bisnis dan kegiatan HPAI yang berlaku bagi semua Agen HPAI baik Agen atau jaringan di bawah *leader* pemilik usaha atau agen di luar jaringan pemilik stokis. Salah satu misi dari stokis HNI-HPAI adalah menjadi pelopor menyediakan produk herbal kesehatan yang halal di kalangan masyarakat.⁶ Adapun yang menjadi dimensi kualitas produk yang dimaksud dalam pembahasan ini adalah:

1. Alami (obat-obat herbal)

Herbal adalah obat yang bersal dari bahan alami tanpa campuran bahan kimia. Dalam hal ini yang dimaksud peneliti adalah produk Halal Network International sebagai umat Islam kita diwajibkan menggunakan atau mengkonsumsi produk halal memakan makanan halal yang sesuai dengan syariat Islam. Produk halal adalah makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia biologik, produk rekayasa

⁵Observasi Lapangan di HNI Padangsidimpuan Tahun 2022.

⁶PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia, *Panduan Sukses HNI-HPAI* (Jakarta: 2019) hlm.58.

genetik yang tersusun dari unsur yang halal untuk dimakan, diminum, dipakai, atau digunakan yang telah melalui proses produk halal sesuai dengan syariat. Produk halal dituntut untuk tidak menggunakan bahah-bahan yang diharamkan seperti kimia dan juga tidak mengandung babi, seperti halnya yang terdapat didalam produk herbal yang mereka hasilkan dari bahan alami tanpa campuran bahan kimia dan kandungan dari daging babi.

Berdasarkan wawancara peneliti bersama Ibu Agustyna Harahap yang bertema “Ayo hijrah produk halal” Dengan metode menceritakan sebuah videodengan menjelaskan beberapa produk yang berasal dari babi (*khinzir*) mulai dari produk sehari-hari sampai kepada bahan makanan kimia yang mengandung bahan haram, dengan demikian Agustina Sari menjelaskan bahwa menggunakan bahan yang terkandung bahan kimia dan haram akan berdampak buruk kepada yang mengkonsumsinya. Kemudian beliau juga menjelaskan betapa pentingnya mengetahui kehalalan suatu barang yang akan digunakan.⁷

Pernyataan yang disampaikan Agustina Sari Harahap untuk mengajak hijrah produk adalah :

“Saya memberikan pemahaman tentang pentingnya untuk mengetahui barang yang digunakan sehari-hari apakah mengandung zat kimia atau haram, dan bahayanya seorang muslim jika menggunakan produk yang ada unsur haram didalamnya. Salah satu akibat dari menggunakan produk yang mengandung zat haram adalah perilakunya akan menjadi buruk, perasaannya akan mudah resah, doa

⁷Observasi Lapangan Hni-Hpai Padangsidempuan Tahun 2022

nya sulit dikabulkan dan serta dapat merusak tubuh serta akal. Sebaliknya jika seseorang selalu memakan makanan yang halal, maka akhlaknya akan baik, hatinya menjadi baik dan tentram, menjadi sebab dikabulkannya doa dan bermanfaat untuk akal serta tubuh. Sebetulnya gini, di HPAI itu arahnya kan pertama mencetak menjadi terapis thibunnabawi, yang kedua jadi konsultan kesehatan yang ketiga, sebagai marketing. Kalau di BC sendiri yaitu cenderung ke arah mengajak kepada hijrah produk halalnya, yaitu dengan mengenakan pengobatan ala Nabi dan juga ke bisnisnya untuk memperkuat ekonomi umat.⁸

Mukhairi Harahap yang juga selaku distributor dalam melakukan pembinaan lebih ke arah mengajak untuk hijrah. Adapun penuturannya sebagai berikut:

“Benar, saya selalu berusaha mengajak konsumen maupun orang-orang disekitar saya untuk beralih ke produk yang terjamin halal dan hijrah menggunakan produk HNI. Mengajak hijrah ke produk yang menjelaskan manfaat produk, dan penguatan ekonomi dimana mengajak untuk berbisnis.”⁹

Hal ini juga disampaikan oleh Efridayani (Konsumen) yang menyatakan:

“Iya itu benar sekali, hal awal yang selalu saya sampaikan ialah meyakinkan produk herbal HNI yang terjamin kehalalannya lebih baik daripada produk yang beredar di pasaran saat ini. Karena saya sudah menggunakan dan merasakan manfaatnya sehingga saya bisa meyakinkan kepada konsumen. Bagi saya sangat penting untuk memastikan sesuatu yang akan saya konsumsi adalah produk yang halal lagi baik.”¹⁰

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Fahimah Sari dan Maya Angelia (konsumen biasa) yang sudah menjadi anggota/

⁸ Agustina Sari Harahap (Stokis) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 19 Juni 2022

⁹ Mukhairi Harahap (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 20 Juni 2022.

¹⁰ Efridayani (Konsumen) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 20 Juni 2022 .

member HNI-HPAI:

“Benar awal dari ketertarikan saya memilih menggunakan produk HNI-HPAI ini karena yakin dengan ucapan yang disampaikan oleh Ibu Agustina tentang pentingnya memastikan sesuatu yang akan kita konsumsi itu harus terjamin kehalalannya. Dari itulah saya mencoba pertama kali dan merasakan manfaatnya sehingga saya memutuskan untuk tetap memakai produk herbal HNI-HPAI.”¹¹

Adapun hasil wawancara dengan konsumen biasa yang bernama Fitriana dan Epa Srimahyuni mengatakan bahwa :

“Dengan kualitas produk yang diberikan oleh kepala HNI dan juga usaha di jaringan saya, saya merasa untuk menggunakan produk dari HNI-HPAI karena produk ini sudah terjamin kehalalannya dan saya merasa aman untuk menggunakan produk halal ini. produk HNI-HPAI yang sudah saya konsumsi dengan rutin yaitu pasta gigi, sabun, dan shampo.”¹²

Adapun hasil wawancara dengan konsumen biasa Shanti Rahmadani dan Bitu Nurhidayati mengatakan bahwa :

“Awal mula saya bergabung menjadi anggota HNI-HPAI ini karena tertarik dengan bisnis yang dijalankannya, saya hanya menjualkan produk dan belum memakainya. Namun karena banyak konsumen yang belum mengetahui dan bertanya kepada saya sehingga saya mencoba memakai dan setelah mengetahui khasiat dan mengetahui juga banyaknya testimoni yang diberikan mentor diatas saya, saya perlahan-lahan hijrah produk dari produk yang saya gunakan sehari-hari dan mencicil satu persatu ke produk dari HNI-HPAI.”¹³

Para konsumen menggunakan produk yang *halalan thayyiban* didasari karena faktor kekuatan internal, yaitu pengalaman, belajar, kepribadian dan konsep diri, motivasi dan keterlibatan, sikap dan

¹¹Fahimah Sari Harahap dan Maya Angelia (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 20 Juni 2022.

¹²Fitriana dan Epa Srimahyuni (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 20 Juni 2022

¹³Shanti Rahmadani dan Bitu Nurhidayati (Konsumen biasa) HNI-HPAI Padangsidempuan, *Wawancara*, 20 Juni 2022.

keinginan kemudian faktor kekuatan eksternal yaitu faktor budaya, sosial, lingkungan ekonomi, dan bauran pemasaran. Sehingga pada dasarnya kesadaran diri seseorang sebagai seorang muslim yang harus taat terhadap ajaran Islam. Menggunakan produk yang halal dan baik akan mencerminkan sikap orang yang mengkonsumsinya, karena yang membuat seorang muslim selamat dari api neraka adalah dengan selalu menggunakan yang halal saja dan hidup di jalan yang halal. Sehingga dengan itu tercapai ridha Allah SWT dan masuk ke dalam surga-Nya, Insya Allah.

2. Bentuk (*From*)

Salah satu bahan perhatian para konsumen yaitu bentuk produk. Bentuk produk adalah tampilan luar produk seperti ukuran, tekstur dan pola yang sering kali menjadi daya tarik pertama bagi calon pembeli. Desain atau bentuk produk merupakan atribut yang sangat penting untuk mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik dan kemudian membelinya. Berdasarkan Hasil Observasi peneliti di lapangan bahwa peneliti melihat bahwa kualitas bentuk produk dari Hni-Hpai ini sudah sangat bagus, Terlihat dari segi desain produknya yang begitu menarik para konsumen untuk membelinya dan peneliti melihat produknya unit dan berbeda dengan produk yang lain sehingga konsumen ingin mencoba membeli dan mengkonsumsinya produk hni-hpai.¹⁴

¹⁴Observasi Lapangan di Hni-Hpai Padangsidimpuan tanggal 21 Juni 2022

3. Ciri – ciri *produk (Features)*

Keistimewaan fungsi dasar produk karakteristik atau pelengkap yang berguna untuk menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangnya. Produk Halal Network International ini adalah dapat digunakan sebagai obat suplemen kesehatan, minuman, kosmetik dan sebagainya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala HNI-HPAI Padangsidimpuan yang bernama Agustina sari ia mengatakan bahwa:

“Produk yang ditawarkan ini sudah terbukti kualitasnya, dimana sudah begitu banyak member yang mebuktikan manfaat atau khasiatnya sendiri. Jadi kita mempromosikan dengan menceritakan pengalaman Agen yang berhasil sembuh dengan melakukan ikhtiar dengan produk-produk dari HNI- HPAI. Dan biasanya memang konsumen yang melakukan pembelian akan kembali lagi dengan alasan sudah merasakan manfaat dari produk yang dikonsumsi. Misalnya produk pasta gigi yang terbukti khasiatnya.”¹⁵

Berikut hasil wawancara dengan bapak Haryanda (Konsumen) yang di dapat peneliti mengenai perihal tentang Kualitas produk HNI-HPAI:

“Kualitas produknya sangat bagus sekali, karna memang dia adalah produk halalan thoyyiban. setelah saya mengenal produk ini saya langsung berhijrah ke produk ini dan merasakan manfaatnya.”¹⁶

Berikut hasil wawancara yang di dapat peneliti bersama ibu dewi (konsumen biasa) mengenai perihal pendapat anda tentang Kualitas produk HNI-HPAI menyatakan, Bahwa:

¹⁵ Agustina Sari Harahap selaku pemilik Usaha Hni-Hpai Padangsidimpuan, *Wawancara*, 15 Juni 2022.

¹⁶ Agustina Sari Harahap selaku pemilik Hni-Hpai Padangsidimpuan, *Wawancara*, tanggal 15 Juni 2022.

“Kualitas Produk HNI-HPAI itu sangat bagus berkhasiat sekali, terjamin kehalalannya untuk kita pakai, dan juga terdaftar di balai POM.¹⁷

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu Tiara:

“Menurut saya, produk HNI-HPAI itu bagus, karena saya sudah merasakan manfaatnya dan khasiat yang saya sudah saya pakai hasilnya sangat bagus¹⁸.

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Bapak Ahmad

Rifa’i:

“Kualitas produk ini bagus, produk ini juga memiliki jargon dan juga punya ide besar yaitu halalan thoyyiban. kemaren saya ingin mencoba saja dan itu ternyata benar terbukti halalan thoyyibannya sangat dapat.¹⁹

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan ibu Ayu :

“Kualitas produknya sangat bagus, terjamin halalannya dan saya sudah memakai beberapa produk dari HNI-HPAI ini dan sudah merasakan sekali manfaat dan khasiatnya.²⁰

Berikut hasil wawancara yang peneliti lakukan dengan Ibu Ikhwana:

“HNI-HPAI itu sangat bagus, sebab saya melihat dari teknisinya dia sangat mengedepankan yang namanya syari’ah dan kenapa juga HNI-HPAI ini tidak ada di televisi yang di iklankan karena dia ingin syari’ah.²¹

Hal yang sebelumnya serupa juga disampaikan Cahya Purnama dan

Melda Khairani (konsumen biasa):

“Produk yang rutin saya gunakan yaitu sabun kolagen, dan pasta gigi. Karena saya sudah pakai dan tahu manfaat dari produknya jadi saya tidak ada keinginan untuk mengganti lagi karena udah cocok dengan ini. Meskipun harganya sedikit lebih mahal tapi menurut saya harga sudah

¹⁷Wawancara dengan ibu dewi selaku Konsumen pada tanggal 17 Juni 2022

¹⁸Wawancara dengan ibu tiara selaku Konsumen pada tanggal 18 Juni 2022

¹⁹Wawancara dengan saudari nanda selaku konsumen pada tanggal 18 Juni 2022

²⁰Wawancara dengan ibu Hasmida selaku konsumen pada tanggal 18 Juni 2022

²¹Wawancara dengan ibu Ikhwana selaku konsumen pada tanggal 20 Juni 2022

sesuai dengan kualitas.”²²

Hal yang sama juga disampaikan oleh Rina Sari:

“Saya sudah menggunakan produk krim siang malam dari HNI-HPAI dan merasakan bahwa ini produk yang cocok dengan wajah saya, karena sudah tau kualitasnya saya memutuskan untuk bergabung menjadi mitra dan menceritakan pengalaman saya kepada keluarga dan teman-teman supaya mereka juga ikut beralih menggunakan produk HNI-HPAI ini.”²³

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui dalam hal tentang kualitas produk HNI-HPAI ini, dimana pemilik usaha dan para konsumen berpendapat bahwa produk HNI-HPAI ini sangat bagus, mereka sangat merasakan manfaat atau khasiatnya dan mereka sudah mengetahui bahwa produk terjamin kehalalannya dan juga terdaftar di balai POM. Kemudian penulis juga bertanya mengenai dari mana mereka mengetahui produk HNI-HPAI tersebut.²⁴

4. Kinerja (*Performance*)

Kualitas dari karakteristik dasar produk. Berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli barang tersebut. Adapun yang menjadi pertimbangan oleh para konsumen pada saat membeli adalah mengetahui prestasi yang diraih dari produk tersebut. Seperti halnya dengan produk HNI-HPAI ini sudah mendapatkan sertifikasi

²² Cahya Purnama dan Melda Khairani (Konsumen biasa) HNI-HPAI, *Wawancara*, 17 Juni 2022.

²³Rina Sari (Konsumen biasa) HNI-HPAI, *Wawancara*, 18 Juni 2022.

²⁴Observasi Lapangan di Hni-Hpai Padangsidempuan tanggal 22 Juni 2022

MUI sebagai obat herbal yang terjamin kehalalannya dan terdaftar di POM di Indonesia.²⁵

5. Ketetapan/Kesesuaian (*Conformance*)

Berkaitan dengan tingkat kesesuaian dengan spesifikasi yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Kesesuaian merefleksikan derajat ketepatan antara karakteristik desain produk dengan karakteristik kualitas standar yang telah ditetapkan. Dimana ketetapan yang di syahkan oleh MUI terhadap label halal yang terdapat di produk HNI-HPAI itu sendiri.²⁶

6. Ketahanan (*Durability*)

Berkaitan dengan beberapa lama suatu produk dapat digunakan. Pada bagian luar kemasan produk HNI-HPAI mempunyai tanda masanya produk yang harus digunakan oleh para konsumen sehingga memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.²⁷

7. Keandalan (*Reliability*)

Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula. Peneliti menemukan peluang usaha Hpai sangat berkembang sakali di karena sudah mulai banyak yang membuka usaha-usaha di padangsidimpuan.²⁸

²⁵Observasi Lapangan di Hni –Hpai Padangsidimpuan tanggal 22 Juni 2022

²⁶Observasi Lapngan di Hni –Hpai Padangsidimpuan tanggal 22 Juni 2022

²⁷Observasi Lapangan di Hni-Hpai Padangsidimpuan tanggal 22 Juni 2022

²⁸Observasi Lapangan di Hni –Hpai Padangsidimpuan tanggal 22 Juni 2022

8. Kemudahan perbaikan (*Repairability*)

Berkaitan dengan kemudahan perbaikan atas produk jika rusak. idealnya produk akan mudah di perbaiki sendiri oleh pengguna jika rusak. Kemampuan produk HNI-HPAI ini bilamana masa *exp* sudah habis maka di ganti dengan produk yang baru sehingga konsumen tidak merasakan kecewa terhadap produk tersebut.²⁹

9. Gaya (*Steyle*)

Penampilam produk dan kesan konsumen terhadap suatu produk. Dimana konsumen akan mulai berpikir produk mana yang seharusnya ia pilih berdasarkan wawasan atau pengetahuan yang ia miliki. contohnya Ciri-ciri barang yang ia akan di beli, maupun negara pembuatan produknya.³⁰

10. Desain (*Design*)

Keseluruhan keistimewaan produk yang akan mempengaruhi penampilan dan fungsi produk terhadap keinginan konsumen. Dalam mewujudkan keberhasilan usaha kita sangat di perlu mendesain produk secara unik yang membuat konsumen mencari tahu bahwa tentang produk ini. Sehingga konsumen merasakan penasaran ada apa di dalam produk HNI-HPAI.³¹

²⁹ Observasi Lapangan di Hni –Hpai Padangsidempuan tanggal 22 Juni 2022

³⁰ Observasi Lapangan di Hni –Hpai Padangsidempuan tanggal 22 Juni 2022

³¹ Observasi Lapangan di Hni –Hpai Padangsidempuan tanggal 22 Juni 2022

2. Kelemahan Produk Halal Network International Padangsidempuan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen

Pada dasarnya konsumen tidak menemukan kelemahan kualitas produk karena mereka sudah merasakan manfaat dan khasiatnya. Konsumen mereka sebenarnya tidak merasakan kelemahannya hanya saja mereka mengeluh dengan harga dan tempat produk itu. Dari sisi harga sangat terlalu mahal bagi konsumen untuk membeli produk ini. Sehingga banyak kalangan konsumen untuk lebih membeli produk yang lain murah di tempat-tempat seperti di warung.

Harga adalah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa atau jumlah nilai konsumennya pertukaran untuk mendapatkan manfaat menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang berperan penting dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin tajam. Harga juga menjadi faktor penentu dalam pembelian dan menghasilkan komitmen dan loyalitas konsumen agar supaya dapat menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama Imam Syafi'i. Menyampaikan pendapat tentang kelemahan kualitas produk. Menyatakan bahwa :

“Saya menggunakan produk dari tahun 2020. Kualitas produknya memerlukan proses waktu yang lama. Hanya tetapi harga produk tergolong mahal untuk sejenis produk herbal di pasaran, Walaupun berbeda *brand* atau merk. Karena keduanya masih-masih mempunyai fungsi yang sama sesuai yang dibutuhkan konsumen. Baik dari efektivitas setelah produk tersebut digunakan. Kemudian

harga, tidak jarang akan konsumen memilih harga yang paling terjangkau.³²

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama Ibrahim. Menyampaikan pendapat tentang kelemahan kualitas produk.

Menyatakan bahwa :

“Saya memakai produk ini hamir 1 tahun ini, Memang kualitas produk sangat bagus tak sembarang produk. Karena produk ini lebih mengutamakan kehalal dan thoyyiban. Dan produk ini mengikuti sunnah nabi loh. Kalau kelemahan produk ini saya hanya dari segi tempat penjualan Hni-Hpai itu masih di kawasan itu saja. Namun belum terdapat produknya di swalayan dan di farmasi.³³

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama Kimlansyah. Menyampaikan pendapat tentang kelemahan kualitas produk. Menyatakan bahwa :

“Saya sudah 10 kali membeli produk Hni-Hpai, Yang saya rasakan pada odolnya yang kualitas produk masih terasa pedas, Untuk kelemahaannya itu sendiri pada tempat penjual yang masih belum secara luas termasuk di swalayan.³⁴

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama Budi. Menyampaikan pendapat tentang kelemahan kualitas produk.

Menyatakan bahwa :

“Saya memakai produk ini sudah 7 kali, Namun reaksi obatnya begitu lama. Sedangkan kelemahannya itu terdapat pada harga yang mahal dan tempat masih belum tersebar di farmasi atau apotik padangsidimpun.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen biasa bernama

2022 ³² Wawancara dengan saudara Imam Syafi'i selaku konsumen biasa pada tanggal 25 Juni

³³ Wawancara dengan saudara Ibrahim selaku konsumen biasa tanggal 25 Juni 2022

³⁴ Wawancara dengan saudara selaku konsumen biasa pada tanggal 25 Juni 2022

Budi. Menyampaikan pendapat tentang kelemahan kualitas produk.

Menyatakan bahwa :

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas maka dapat diketahui kelemahan kualitas produknya di bagian reaksi obatnya masih belum akurat dan masih ada pun produk odol yang rasanya masih terlalu pedas. Kemudian konsumen merasa mahal dengan harga yang ditawarkan oleh HNI-HPAI dan mereka berpendapat bahwa harga yang mereka jual sesuai saja dengan produk yang mereka jual dan kualitas yang mereka jual dan pun tempat penjualannya masih berada di kawasan HNI-HPAI saja. Dengan demikian ketika peneliti mengobservasi di lapangan, kebanyakan para anggota/member menggunakan produk adalah karena menyadari pentingnya untuk hijrah produk dengan yang terjamin kehalalannya dan juga merasakan manfaat barulah memutuskan untuk bergabung menjadi anggota HNI-HPAI. Konsumen bahwa mereka berpendapat bahwa kelebihan produk ini dibandingkan produk lain yaitu produknya sudah terjamin kehalalannya karena sudah bersertifikat MUI, harganya terjangkau, dan produk tersebut dibacakan Al-Qur'an setiap proses produksinya, dan memang jauh lebih baik produk HNI-HPAI ini dibandingkan Produk lainnya. Produk ini juga dibuat oleh asli orang Indonesia dan juga orang-orang yang sholeh.

D. Pembahasan Penelitian

Sebagai umat Islam kita diwajibkan menggunakan atau mengkonsumsi produk halal memakan makanan halal yang sesuai dengan syariat Islam. Produk halal adalah makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia biologik, produk rekayasa genetik yang tersusun dari unsur yang halal untuk dimakan, diminum, dipakai, atau digunakan yang telah melalui proses produk halal sesuai dengan syariat. Produk halal dituntut untuk tidak menggunakan bahah-bahan yang diharamkan seperti kimia dan juga tidak mengandung babi, seperti halnya yang terdapat didalam produk herbal yang mereka hasilkan dari bahan alami tanpa campuran bahan kimia dan kandungan dari daging babi.

1. Kualitas Produk Halal Network International Padangsidimpuan Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen

Pengertian kualitas produk menurut **Goestch dan Davis (2000:04)** menyatakan bahwa “kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang dihubungkan dengan barang dan jasa, manusia, proses dari lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” Produk halal adalah makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimia biologik, produk rekayasa genetik yang tersusun dari unsur yang halal untuk dimakan, diminum, dipakai, atau digunakan yang telah melalui proses produk halal sesuai dengan syariat.

Berdasarkan dari wawancara di atas maka dapat diketahui dalam hal kualitas produk Hni Hpai ini, dimana pemilik stokis dan para konsumen berpendapat bahwa produk Hni Hpai ini sangat bagus, mereka sangat merasakan manfaat dan khasiatnya dan mereka sudah mengetahui bahwa produk terjamin kehalalannya dan juga terdaftar di balai POM. Kemudian penulis juga bertanya mengenai dari mana mereka mengetahui produk Hni Hpai tersebut.

Berdasarkan hasil observasi peneliti kualitas dari produk juga mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Meskipun relatif lebih mahal dari produk sejenis di pasaran namun tidak sedikit yang beralih menggunakan produk HNI-HPAI seperti pasta gigi karena sudah merasakan manfaatnya. Hal ini terlihat dari banyaknya testimoni yang diberikan oleh pemakai produk dan melakukan pembelian kembali ke agenstok terdekat di sekitarnya.

Menurut pandangan penulis berdasarkan hasil wawancara diatas bahwa kualitas produk halal lebih ditekankan pada manfaat dan khasiat serta menjamin suatu kehalalan produk bagi konsumen. Konsumen tidak menemukan kelemahan kualitas produk karna mereka sudah merasakan manfaat dan khasiatnya. Konsumen mereka sebenarnya tidak merasakan namun kelemahannya hanya saja mereka mengeluh dengan harga produk itu mahal.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas maka dapat diketahui

konsumen mereka tidak keberatan dengan harga yang ditawarkan oleh HNI-HPAI dan mereka berpendapat bahwa harga yang mereka jual sesuai saja dengan produk yang mereka jual dan kualitas yang mereka jual. Dengan demikian ketika peneliti mengobservasi di lapangan, kebanyakan para anggota/member menggunakan produk adalah karena menyadari pentingnya untuk hijrah produk dengan yang terjamin kehalalannya dan juga merasakan manfaat barulah memutuskan untuk bergabung menjadi anggota HNI-HPAI. Konsumen bahwa mereka berpendapat bahwa kelebihan produk ini dibandingkan produk lain yaitu produknya sudah terjamin kehalalannya karena sudah bersertifikat MUI, harganya terjangkau, dan produk tersebut dibacakan Al-Qur'an setiap proses produksinya, dan memang jauh lebih baik produk HNI HPAI ini dibandingkan Produk lainnya. Produk ini juga dibuat oleh asli orang Indonesia dan juga orang-orang yang sholeh.

Berdasarkan analisis penulis hasil dari wawancara yang telah dipaparkan diatas, bahwasanya para konsumen mereka berpendapat bahwa produk tersebut mempunyai khasiat dan manfaat serta mendapatkan kehalal, sedangkan para konsumen yang lainnya berpendapat bahwa harganya mahal.

Pengetahuan produk, yaitu kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. Merek yang akrab dengan konsumen merupakan perangkat kesadaran (*awareness set*). Sebaliknya, sulit untuk menjual

produk yang tidak dikenal. Akibatnya, sasaran pemasaran memindahkan merek ke dalam perangkat kesadaran.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas maka dapat diketahui dengan konsumen alasan mereka masih bertahan dengan produk itu karena mereka sudah merasakan manfaat, hasil dan khasiat yang mereka dapat selama mereka memakai produk HNI-HPAI dan juga mereka sudah mengetahui produk ini dan mereka juga sadar bahwa mereka sebagai umat muslim diwajibkan untuk menggunakan dan mengkonsumsi produk halal.

Berdasarkan analisis penulis bahwasanya alasan mereka bertahan dengan produk HNI-HPAI mengetahui dan mengenal produk tersebut sehingga membuat mereka kembali untuk membeli produk tersebut. Mereka juga mempunyai kesadaran bahwasanya sebagai seorang umat muslim diwajibkan untuk mengkonsumsi produk halal dan sudah bersertifikat halal.

Menurut hemat penulis, jika persepsi konsumen produk ini sangat bagus, mereka merasakan khasiat dan manfaatnya dari produk ini, maka kemungkinan besar konsumen akan kembali untuk membeli dan menggunakan produk tersebut yang berdampak terhadap loyalitas produk. Jika persepsi konsumen terhadap produk itu jelek, maka besar kemungkinan konsumen tidak akan melakukan pembelian lagi dengan produk tersebut dan hal itu dalam jangka panjang dapat berpengaruh

terhadap loyalitas produk. Selain itu juga keputusan konsumen juga bisa dipengaruhi oleh dua faktor. Pertama, konsumen akan memilih dikarenakan oleh faktor keluarga atau teman dekat meskipun baik atau tidaknya suatu produk, konsumen akan memilih produk tersebut tersebut. Kedua, konsumen akan memilih dikarenakan produk yang ditawarkannya memang terjamin kualitasnya, kehalalannya bagus unuk dikonsumsi maupun digunakan meskipun yang menawarkan produk tersebut orang lain. Diketahui bahwa menurut mereka produk HNI-HPAI ini sangat bagus, sangat bermanfaat dan khasiatnya pun terasa sekali, terjamin kehalalannya karna sudah memiliki setifikat MUI dan juga harganya sangat terjangkau. Produk ini secara herbal secara tibunnabawi, secara syariah sesuai dengan anjuran Nabi Muhammad, produk ini juga bagus untuk kesehatan dan tubuh juga.

BAB V

PENUNUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penelitian yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas produk sebagai Produk ini herbal secara *tibunnabawi*, secara syariah sesuai dengan anjuran Nabi Muhammad, produk ini juga bagus untuk kesehatan dan tubuh. Kemudian memiliki dimensi kualitas produk diantara lain yaitu: Alami(Obat-obat herbal), Bentuk (*Form*), Ciri-ciri produk(*Features*), Kinerja (*Performance*), Ketetapan/Kesesuaian (*Conformance*), Ketahanan (*Durability*), Keandalan (*Reliability*), Kemudahan perbaiki produk (*Repairability*), Gaya (*Style*), Desain (*Design*) yang sudah memiliki sertifikat halal dari MUI, harganya sangat terjangkau dibandingkan produk lain, proses pembuatan produk herbal ini dibacakan Al-Qur'an dan dibuat asli oleh orang indonesia dan orang-orang yang sholeh. Kemudian dikalangan (Konsumen) menyatakan bahwa kualitas produk tersebut sangat bagus, sangat bermanfaat dan khasiatnya pun terasa sekali, terjamin kehalalannya karna sudah memiliki sertifikat MUI .Kelemahan produk ini adalah harganya sangat terjangkau di mata konsumen dan promosi pun masih belum berada di Farmasi atau juga berada pada swalayan.

B. Saran

1. Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna dan dijadikan rujukan bagi penelitian selanjutnya dalam meneliti hal terkait atau memperdalam substansi penelitian dengan melihat dari sudut pandang yang berbeda.
2. Bagi para konsumen agar dapat lebih teliti untuk memilih produk-produk yang akan mereka gunakan yang sesuai dengan kebutuhan, kesehatan dan juga produk yang baik, aman, terjamin, dan teruji oleh lembaga yang berwenang sesuai dalam hal hukum produk yang berlaku, dan jika merasa keberatan bisa memberikan komplain serta saran yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Ar – rifai, Muhammad Nasib. *Tafsir Ibnu Katsir*. Jakarta: Gema Insani Press, 1999.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Fuad, dkk. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Handoko, T. Hani. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi Edisi I*, Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Hartimbul, F. Ginting Nembah. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV. YRAMA Widya, 2011.
- Ikhwan, Bonar. *Hidup sehat dengan produk halal*. Jakarata: warta,ekspor 1015.
- Moleong, Lexy. J. *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2000.
- _____, *Metode Penelitian Kualitatif* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2002.
- Manullang, M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Indeks, 2013.

- Nasution. “*Metode Research (penelitian Ilmiah)*”. Jakarta: Bumi Aksara, 2011.
- Primastiwi, Sunardi Anita. *Pengantar Bisnis Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service, 2015.
- Sofjan Ansauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Srategi* Jakarta: Rajawali Pers , 2001.
- Sucipto, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN - Maliki Press, 2010.
- Sukirno, Sadono. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2004.
- Sunarto. *Pemasaran*. Yogyakarta : Ust Pres, 2006.
- Tenguh, Muhammad. *Metode Penelitian Ekonomi Teori dan Aplikasi*. Jaka Raja Grapindo Persada, 2011.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Edisi Tiga, Yogyakarta: Andi, 2008.
- Umar, Husein. *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.

Sumber Jurnal:

- Risnal Diansyah, , Edo Arribe, Yuni Septiani. “*Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual.*” *Jurnal Teknologi dan Open Source*, Vol . 3 No .1, (2020).

Sumber Skripsi:

- Budi Suryana, *Minat Mahasiswa Dalam Mengonsumsi Produk-produk Herba Penawar Al Wahida Indonesia (Studi pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah)*, Skripsi IAIN Bengkulu, 2019.
- Marianai, *Konsep Konsumsi Dalam Tafsir Al-ManĀr Karya Muḥammad Abduh (Analisis Terhadap Ayat 168 Qs. Al-Baqarah)*, Skripsi IAIN Bone, 2020.

Afifah, Rosi Nur. *“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”*, Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2014.

Wawancara:

Hasil Wawancara dengan Ibu Agustyna Sari Harahap, Halal Network International Padangsidempuan, Minggu 19 Juni 2022.

Hasil Wawancara dengan Konsumen Halal Network International Padangsidempuan, Mulai Senin 20 Juni sampai Selasa 18 Juli 2022.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Identitas Diri

- a. Nama : Ahmad Sein Batubara
- b. Tempat/Tanggal Lahir : Mompang Jae, 04 Januari 1998
- c. Agama : Islam
- d. Jenis Kelamin : Laki - Laki
- e. Alamat : Mompang Jae
Kec. Panyabungan Utara Mandailing
Natal

2. Orangtua

- a. Ayah
Nama : Mhd Bakhori Batubara
Pekerjaan : Wiraswasta
- b. Ibu
Nama : Yusniar Nasution
Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga
- c. Alamat : Mompang Jae
Kec. Panyabungan Utara Mandailing
Natal

3. Pendidikan

- a. SD N 062 Mompang Jae tamat tahun 2012
- b. SMP IT Al Husnayain tamat tahun 2015
- c. SMA IT Al Husnayain tamat tahun 2018
- d. Tahun 2018 melanjutkan pendidikan Program S-1 di
Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan Jurusan Ekonomi Syariah Konsentrasi
Manajemen Bisnis

LAMPIRAN I PEDOMAN WAWANCARA

A. Identitas Peneliti

- Nama : Ahmad Sein Batubara
- Alamat : Mompang Jae Kecamatan. Panyabungan Utara

Kabupaten. Mandailing Natal

Agama :Islam

Judul Skripsi :Analisis Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen di Padangsidempuan.

Lokasi :JL. Saripada Mulia Sadabuan, Kecamatan. Padangsidempuan Provinsi Sumatera Utara.

Tujuan :Sebagai persyaratan menyelesaikan tugas akhir Skripsi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Islam

Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

B. Daftar Wawancara Kepada Pemilik Halal Network International

1. Kapan berdirinya perusahaan Halal Network International di padangsidempuan?
2. Siapa nama orang yang menderikan Halal Network International di padangsidempuan?
3. Sejak kapan bapak/ibu memulai usaha produk Halal Network Intertional di padangsidempuan ?
4. Kenapa memilih produk Halal Network International sebagai usaha?
5. Apa saja kualitas produk Halal Network International terhadap peningkatan loyalitas konsumen di padang sidempuan?

6. Bagaimana tanggapan bapak/ibu terhadap kualitas produk Halal Network International?
7. Apa saja alasan bapak/ibu sehingga loyal terhadap produk Halal Network International di padangsidimpuan?
8. Apa perbedaan produk Halal Network International dengan produk yang lainnya?
9. Bagaimana perkembangan produk Halal Network International di Padangsidimpuan?
10. Apakah kekurangan (Kelemahan) produk Halal Network di padangsidimpuan?
11. Apakah kelemahan Halal Network International mengurangi loyalitas konsumen?

C. Pedoman Wawancara Terhadap Konsumen

1. Apakah Bapak/Ibu sebagai konsumen Halal Network International di padangsidimpuan?
2. Kenapa bapak/ibu menjadi konsumen Halal Network International di padangsidimpuan?
3. Sudah berapa lama bapak/Ibu Konsumen Halal Network International?
4. Apa saja kualitas produk Halal Network International yang bapak ketahui?
5. Apakah bapak/ibu menemukan kelemahan produk Halal Network International?

6. Apa saja kelemahan produk Halal Network International di padangsidimpuan?

\

LAMPIRAN II

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam rangka mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian yang berjudul “**Analisis Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Padangsidimpuan**”, maka penulis menyusun pedoman observasi sebagai berikut:

- 1) Mengobservasi letak geografis
- 2) Mengobservasi Analisis Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Padangsidimpuan.
- 3) Mengobservasi Pemilik kepala usaha mengenai hal Kualitas Produk Halal Network International Terhadap Peningkatan Loyalitas Konsumen Padangsidimpuan.

DOKUMENTASI

Foto-foto kegiatan wawancara Pemilik kepala Usaha Halal Network International Padangsidimpuan:



Foto-foto wawancara konsumen biasa Halal Network International

Padangsidimpuan :



