

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN MUNAQOSAH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>v</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian.....	12
C. Rumusan Masalah .....	12
D. Tujuan Penelitian .....	13
E. Manfaat Penelitian .....	13
F. Sistematika Penelitian.....	14
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	16
1. Loyalitas Konsumen.....	16
a. Pengertian Loyalitas Konsumen .....	16
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas.....	18
c. Tahapan Loyalitas .....	20
d. Karakteristik Loyalitas Konsumen .....	22
e. Jenis-Jenis Program Loyalitas Konsumen .....	23
2. Strategi Mempertahankan Konsumen.....	25
a. Pengertian Strategi .....	25
b. Bauran Pemasaran dalam Perspektif Ekonomi Islam .....	28
3. Ekonomi Islam .....	38
a. Pengertian Ekonomi Islam.....	38
b. Tujuan Ekonomi Islam .....	39
c. Prinsip Ekonomi Islam .....	40

d. Strategi dan Perilaku Nabi dalam Berbisnis .....	44
4. Strategi Mempertahankan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	49
B. Penelitian terdahulu .....	51
C. Kerangka Riset.....	56

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis dan Pendekatan .....	58
B. Setting Penelitian .....	59
C. Subyek Penelitian .....	60
D. Sumber Data .....	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	61
F. Pengujian Keabsahan Data .....	63
G. Teknik Analisis Data .....	64

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Objek Penelitian .....	66
1. Sejarah Pertamina Superbonus .....	66
2. Lokasi Pertamina Superbonus.....	67
3. Waktu Operasional Pertamina Superbonus.....	67
4. Struktur Organisasi Pertamina Superbonus.....	67
5. Produk yang Dijual Pertamina Superbonus .....	68
B. Deskripsi Data Penelitian .....	68
1. Strategi Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Perspektif Ekonomi Islam.....	69
a. Membangun Komunikasi .....	69
b. Menarik Perhatian Konsumen/ Promosi.....	70
c. Pelayanan.....	73
d. Usaha Pertamina Superbonus dalam Pandangan Ekonomi Islam.....	76
2. Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus .....	78
a. Melakukan Transaksi Secara Teratur .....	79
b. Tidak Terpengaruh Layanan Jasa/ Produk Lain.....	80
c. Merekomendasikan Kepada Orang Lain.....	81
3. Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen .....	82

a.	Faktor Pendukung .....	82
b.	Faktor Penghambat .....	87
C.	Analisis Data Penelitian .....	88
1.	Analisis Strategi Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen Perspektif Ekonomi Islam .....	88
a.	Membangun Komunikasi .....	88
b.	Menarik Perhatian Konsumen/ Promosi.....	89
c.	Pelayanan.....	90
d.	Usaha Pertamina Superbonus dalam Pandangan Ekonomi Islam.....	91
2.	Analisis Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus .....	94
a.	Melakukan Transaksi Secara Teratur .....	94
b.	Tidak Terpengaruh Layanan Jasa/ Produk Lain.....	94
c.	Merekomendasikan Kepada Orang Lain .....	95
3.	Analisis Faktor Pendukung dan Penghambat Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen .....	96
a.	Faktor Pendukung .....	96
b.	Faktor Penghambat .....	99
 <b>BAB V PENUTUP</b>		
A.	Kesimpulan .....	100
B.	Keterbatasan Penelitian.....	100
C.	Saran .....	101
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPRAN-LAMPIRAN</b>		
<b>DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN</b>		

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Siklus Pembelajaran ..... 20  
Gambar 2.2 Kerangka Riset ..... 56



**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1	Laporan Hasil Penjualan BBM Pertamina Superbonus .....	9
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Pertamina Superbonus .....	67
Tabel 4.2	Data Narasumber .....	68
Tabel 4.3	Matrik Strategi Pertamina Superbonus dalam mempertahankan loyalitas konsumen perspektif ekonomi Islam .....	93
Tabel 4.4	Matrik Karakteristik Loyalitas Konsumen pada Usaha Pertamina Superbonus .....	95
Tabel 4.5	Faktor Pendukung Usaha Pertamina Superbonus dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen .....	98

