

ABSTRAK

Sulamur Rofiq (1620310168), SKRIPSI Judul : “**Strategi Loyalitas Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian *Coffee Shop* Muria Zayna Perspektif Manajemen Bisnis Syari’ah Studi di *Home Industy Coffee Shop* Muria Zayna**”, Progam Studi Manajemen Bisnis Syari’ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui loyalitas pelanggan dalam keputusan pembelian terhadap kopi di *Coffee Shop* Muria Zayna dan untuk mengetahui solusi serta faktor pendukung dan faktor penghambat loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop* Muria Zayna.

Penelitian kualitatif deskriptif adalah berupa penelitian dengan metode atau pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dengan teknik pengumpulan data dengan cara observasi penelitian dan wawancara kepada *Owner*, karyawan dan pelanggan.

Adapun jenis metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan penelitian lapangan (*field research*). Subyek dari penelitian ini adalah pemilik *Coffee Shop* Zayna Muria dan beberapa informan dari karyawan dan masyarakat sekitar. Sedangkan teknik analisis data adalah dengan cara reduksi data, model data dan verifikasi atau kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Coffee Shop* Muria Zayna termasuk salah satu kedai kopi yang terkenal dikalangan anak muda dan berhasil mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya sehingga mampu bertahan ditengah pandemi dan banyaknya para pesaing baru dalam dunia perkopian. Tentunya pihak *Coffee Shop* Muria Zayna memiliki strategi pemasaran tersendiri dalam mengelola usaha kopi tersebut. Salah satunya dengan menjalin komunikasi yang baik kepada para *customer* guna mengetahui kebutuhan mereka agar mampu memberikan kenyamanan tersendiri. Dengan beberapa solusi dan faktor pendukung, *Coffee Shop* Muria Zayna terbukti dapat mempertahankan daya loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian di *Coffee Shop* Muria Zayna, diantaranya : Lokasi penjual yang strategis, pelayanan yang baik, tempat persediaan yang mudah dicapai, dan tidak ramai; Desain toko; Kemampuan tenaga penjual; Harga; Pengiklanan; dan Servis yang ditawarkan kepada pelanggan.

Diharapkan dengan adanya penelitian ini penulis mampu memahami pentingnya strategi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada usaha. Saya juga mengharapkan kritik dan saran dari para pembaca agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik nantinya.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan, *Coffee Shop*