

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sangat dianjurkan untuk memiliki lingkungan bisnis yang berlandaskan ajaran Islam, namun harus sesuai dengan ketentuan dalam Al-Qur'an dan Hadist Nabi. Keduanya merupakan norma bagi umat Islam untuk melakukan aktivitas bisnis. Di dalam kedua pedoman tersebut juga terdapat beberapa kaidah etika dalam menjalankan bisnis menurut syariah, antara lain sidiq (kejujuran), amanah (tanggung jawab), tidak riba, menepati janji, tidak curang, tidak tahfif (menipu timbangan), tidak merendahkan orang lain Pedagang, jangan menimbun barang dan barang yang dapat merugikan orang lain. Ekonomi Islam memandu dunia usaha atau bisnis yang dijiwai dengan nilai-nilai ekonomi dan moral. Di satu sisi, umat Islam, baik secara individu maupun kelompok dalam bidang ekonomi atau perdagangan, memiliki kebebasan untuk mengejar keuntungan sebesar-besarnya. Di sisi lain, umat Islam terikat oleh keyakinan dan moralnya, sehingga tidak sepenuhnya bebas untuk menginvestasikan modal atau membelanjakan kekayaannya.²

Aturan Islam menggambarkan berbagai etika bisnis yang harus diikuti saat melakukan proses jual beli. Dengan menggunakan dan mengikuti etika bisnis Islam, bisnis dan umat Islam akan tumbuh dan berkembang dengan cepat karena akan selalu diberkahi oleh Allah SWT di kehidupan ini dan selanjutnya. Etika bisnis Islam memastikan saling menguntungkan bagi pedagang dan pembeli. Kemudian, standar yang terkait dengan norma atau nilai-nilai hukum syariah yang harus dipatuhi oleh pengusaha muslim ketika melakukan aktivitas perdagangan, yaitu penerapan larangan perdagangan barang selundupan, larangan, kebenaran, amanah dan kejujuran, menegakkan keadilan, larangan perlakuan istimewa. Menggunakan kasih sayang dan melarang eksklusivitas, mempromosikan toleransi dan persaudaraan, dan menjunjung tinggi prinsip bahwa perdagangan adalah jaminan akhirat.³ Dalam dunia

²Agus Edi and Erwan Aristyanto, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Swalayan Di Surabaya ", *Jurnal Masharif Al-Syariah*, 6.1 (2021), 251–266.

³Caroline Rosa Wijaya, Innocentius Bernardo, "The Effect Of Product Value, Service Quality, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At

perdagangan (persaingan bisnis), Islam sebagai salah satu aturan hidup yang khas, telah memberikan aturan-aturan yang jelas dan rinci tentang hukum dan etika persaingan, serta telah disesuaikan dengan ajaran-ajaran Islam. Hal itu dimaksudkan dengan tujuan untuk menghindari adanya persaingan- persaingan yang tidak sehat. Dengan kata lain bisnis Islami adalah usaha untuk mencukupi kebutuhan lewat proses penyediaan oleh produsen kepada konsumen dengan cara-cara serta aturan yang menurut syariat Islam diperbolehkan. Baik cara memperolehnya, mengolahnya, maupun dari segi penggunaannya harus halal. Dari sinilah kemudian akan tampak betapa pentingnya etika bisnis Islam, sebuah kombinasi dengan nilai etika dan nilai spiritual sangat lekat dan menonjol.⁴

Oleh karena itu, sangat penting bagi umat Islam untuk memahami etika pasar muslim agar kegiatan bisnis dapat menjadi sarana untuk mendapatkan berkah daripada perdagangan.⁵ Jadi etika bisnis dalam hukum Islam adalah etika berbisnis menurut nilai-nilai Islam, jadi tidak perlu khawatir dalam berbisnis karena itu baik dan benar menurut persepsi orang. Allah SWT berfirman dalam Al Qur'an surat Annisa: 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah saling memakan harta orang lain demi kesia-siaan, kecuali cara berdagang berlaku bagi sesamamu. Dan janganlah kamu bunuh diri, sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu.⁶

Kedai Kopi Kenangan Mall Of Indonesia," *International Journal of Economics, Business And Accounting Research (IJEBAR)*, 6.3, (2022), 54.

⁴Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, and Khairul Azmi, 'Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai', *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2.2 (2021), 3.

⁵Tati handayani dan Muhammad Anwar fathoni, *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Islam*, ed. by Suryani, pertama (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019).

⁶Fitry Al Hiqmah, Titin Suprihatin, dan Sri Suwarsi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung) Effect of Islamic Business Ethics Customer Loyalty (Case Study at The Hotel Sofyan Inn Specia Bandung)," *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2.2 (2016), 803.

Dalam persaingan bisnis kopi, apa yang harus dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah kopi bagi konsumen dan memberikan alasan bagi konsumen untuk kembali ke kopi. Nilai produk merupakan alat ukur untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan puas jika nilai produk yang diterima memenuhi atau melebihi harapannya. Sebaliknya, pelanggan akan kecewa jika produk yang diterima nilainya lebih rendah atau lebih rendah dari yang diharapkan. Peningkatan nilai produk tersebut tentunya juga akan mempengaruhi persaingan di industri kuliner khususnya kopi yang semakin populer saat ini.

Kualitas pelayanan adalah upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan berdasarkan harapan untuk meningkatkan kepuasan.⁷ Kualitas layanan lebih dari kepuasan memainkan peran penting dalam menjalankan bisnis karena dapat meningkatkan pendapatan dalam jangka panjang. Kualitas pelayanan yang baik dan didukung dengan strategi harga yang kompetitif tentunya akan mempengaruhi kepercayaan konsumen dan kepuasan konsumen. Jika kepercayaan sudah terjalin antara pelanggan dan perusahaan, maka upaya untuk membangunnya tentu akan lebih mudah. Kualitas layanan merupakan faktor penting dari loyalitas pelanggan, variabel meliputi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik, pada dasarnya loyalitas pelanggan sangat mempengaruhi layanan yang diberikan oleh produsen.⁸

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, perhatian juga diberikan pada setiap variabel yang mempengaruhi loyalitas pelanggan karena setiap variabel harus bekerja secara harmonis untuk menciptakan loyalitas pelanggan. mempertahankan layanan adalah salah satu kunci untuk membantu bisnis membangun loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sebagai kekuatan hubungan antara sikap relatif individu terhadap suatu kesatuan (merek, jasa, toko, atau pemasok) dan pembelian ulang, loyalitas pelanggan menekankan pada runtutan pembelian yang dilakukan pelanggan seperti proporsi dan probabilitas pembelian. Loyalitas pelanggan merupakan faktor penting yang menjadi alat ukur pembelian kembali. Lebih lanjut, kepuasan adalah perasaan kecewa

⁷Caroline Rosa Wijaya, *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAAR)*, 6.1 (2022), 67.

⁸Muhammad Rizal Afandi, Trias Setyowati, and Nur Saidah, "Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember," *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4.1 (2019), 80.

atau puas akibat membandingkan hasil atau penampilan produk yang diterima dengan harapannya. Ketika pelanggan puas dengan hasil atau tampilan produk, juga akan puas dengan produk tersebut.⁹

Pada kabupaten Kudus telah berdiri beberapa *coffee shop*, disini peneliti mengamati beberapa *coffee shop* yang ada di Kudus dengan kriteria rating terbanyak di google. Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai nama, alamat, jumlah rating setiap *coffee shop* yang ada di Kabupaten Kudus tercantum dalam tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Nama *Coffee Shop* di Kudus

No	Nama <i>coffee shop</i>	Alamat	Rating di google dan ulasan
1.	No 8 Coffee	Jl. Menur No 8, Nganguk, Kec. Kota Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59312	4,6 (481)
2.	Halu Coffee	Jl. Nuri No. 17, Wergu Kulon, Kec. Kota, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59318	4,7 (143)
3.	Sidji Coffee	Getas, Getas Pejaten, Kec. Jati, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah 59343	4,6 (1,3rb)

Sumber: Data diolah peneliti tahun 2023

Dari banyaknya *coffee shop* di Kudus disini peneliti hanya mengambil 3 *coffee shop* yang dimana ratingnya diatas 4,5 dengan orang yang memberi ulasan minimal 100. Fenomena tersebut menunjukkan pesatnya persaingan dalam bidang *coffee shop* di Kudus. Menurut Tjiptono dengan adanya peningkatan *customer satisfaction*, *customer* akan menjadi loyalitas.¹⁰ Namun, dengan tingginya permintaan *customer* tersebut tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Seperti kualitas pelayanan yang kurang memadai seperti karyawan saat memberikan pesanan tidak

⁹Muhammad Rizal Afandi, Trias Setyowati, and Nur Saidah, "Dampak Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Dira Cafe & Pool Pontang Ambulu Jember," 81.

¹⁰Chusnul Rofiah Dwi Wahyuni, "Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang", *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12.1 (2017), 8.

bertanya apakah ada yang dipesan lagi atau tidak. Jadi, menurut pelanggan kualitas pelayanannya kurang, keluhan *customer* karena keterlambatan dalam melayani. Sehingga, hal tersebut dapat menyebabkan berkurangnya kepuasan konsumen hingga *customer loyalty* terhadap *coffee shop*.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Farah Aunti Sholihah menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan pada etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen.¹¹ Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisya Muliati menyatakan bahwa terdapat tidak berpengaruh signifikan pada etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen.¹²

Pada penelitian yang dilakukan Resti Kartika Maharti dan Arasy Fahrullah menyatakan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.¹³ Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Fitry Al Hikmah, Titin Suprihatin dan Sri Suwarsi menyatakan bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.¹⁴

Pada penelitian yang dilakukan Caroline Rosa Wijaya dan Innocentius Bernardo menyatakan bahwa nilai produk mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.¹⁵ Pada penelitian yang dilakukan oleh penelitian yang dilakukan oleh Auli Lucky Yuriansyah menghasilkan bahwa nilai produk memiliki pengaruh persepsi terhadap kepuasan pelanggan, hal tersebut dikarenakan semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan bus PO. Muji Jaya

¹¹Farah Aunti Sholihah and Rachma Indrarin, "Pengaruh Persepsi Pelanggan Terkait Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna E- Commerce," *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol 2, No.3 (2019), 156–62.

¹²Trisya Muliati, Faizal Nurmatias, and Khairul Azmi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant Dr. Nia Baker Seafood N Steak House Di Kota Dumai", *Al-Hisbah Jurnal Ekonomi Syariah*, 2.2 (2021), 1–15.

¹³Resti Kartika Maharti and Arasy Fahrullah, "Penerapan Etika Bisnis Syariah dan dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Pada yayasan Aqiqoh Nurul Hayat Surabaya", *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4.1 (2021), 217.

¹⁴Fitry Al Hikmah, Titin Suprihatin dan Sri Suwarsi, "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung)", *Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2.2 (2016), 808.

¹⁵Caroline Rosa Wijaya, Innocentius Bernardo, "The Effect Of Product Value, Service Quality, And Customer Satisfaction On Customer Loyalty At Kedai Kopi Kenangan Mall Of Indonesia", *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6.1 (2022), 76.

maka kepuasan pelanggan akan semakin tinggi.¹⁶ Penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Rizan menyatakan bahwa berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa asosiasi merek, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen akan tetapi nilai produk tidak berpengaruh secara signifikan.¹⁷

Januar Efendi Panjaitan menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.¹⁸ Namun, hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Eva Napitupulu dan Lukiyana menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak ada pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan.¹⁹

Chusnul Rofiah dan Dwi Wahyuni menyatakan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif karena untuk membangun loyalitas pelanggan yang baik dapat melalui kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dan juga dari kualitas pelayanan yang baik dari bank Muamalat Jombang.²⁰ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Ida Sukmawati dan James D.D Massie menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PT Air Manado.²¹

Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Aris Irnandha dan Agung Utama menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.²² Tetapi

¹⁶Auli Lucky Yuriansyah, "Persepsi Tentang Kualitas Pelayanan, Nilai Produk Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Management Analysis Journal*, 2.1 (2013), 12.

¹⁷Mohammad Rizan and Harun Arrasyid, "Analisis Asosiasi Merek, Nilai Produk, dan Kualitas Pelayanan, serta pengaruhnya terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Sepeda Motor," *Jurnal Siasat Bisnis*, 12.2 (2008), 145.

¹⁸Januar Efendi Panjaitan, Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung," *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11.2 (2016), 285.

¹⁹Eva Napitupulu and Lukiyana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Pt.Taksi Blue Bird Group Jakarta", *Jurnal Online Internasional & Nasional*, 5.2 (2017), 71.

²⁰Chusnul Rofiah Dwi Wahyuni, (2017), 81.

²¹James D.D Massie Ida Sukmawati, "Kepercayaan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt Air Manado," *Jurnal EMBA*, 3.3 (2015), 740.

²²Irnandha Aris and Agung Utama, "The Effect of Service Quality Toward Customer Loyalty Through Customer Satisfaction of Land Lines

berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rita Zahara menyatakan bahwa kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.²³

Penelitian yang dilakukan oleh I Kadek Agus Maha Putra, I Gusti Ayu Wimba dan Putu Herny Susanti menyatakan bahwa kualitas pelayanan melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan.²⁴ Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah bank Mandiri” yang menyatakan tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap loyalitas. Namun kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.²⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Risma Nur Maulidya menyatakan bahwa etika bisnis Islam terdapat pengaruh positif pada kepuasan dan loyalitas.²⁶ Namun berbeda pada penelitian yang dilakukan oleh Fitry Al Hikmah, dkk menyatakan bahwa etika bisnis Islam tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.²⁷ Pada penelitian Trisya Muliati menyatakan bahwa terdapat tidak

Shipping Services (A Case Study of Satisfaction of Jne Hijrah Sagan Yogyakarta Area)," *Jurnal of Business and Management Sciences*, 2.3 (2015), 2928.

²³Rita Zahara, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 3.1, (2020), 31–38.

²⁴I Kadek Agus Maha Putra, I Gusti Ayu Wimba, dan Putu Herny Susanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada CV. Jaya Utama Teknik Di Kabupaten Badung," *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1.4 (2021), 1279.

²⁵Rachmad Hidayat, “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah bank Mandiri,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 11.1 (2009), 70.

²⁶Risma Nur Maulidya, Ahmad Mulyadi Kosim, dan Abrista Devi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor,” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 11.2 (2019), 238.

²⁷Fitry Al Hikmah, Titin Suprihatin dan Sri Suwarsi, “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus pada Hotel Sofyan Inn Specia Bandung),” *Jurnal Prosiding Keuangan dan Perbankan Syariah*, 2.2 (2016), 808.

berpengaruh signifikan pada etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen.²⁸

Dari fenomena tersebut menunjukkan bahwa variabel independen dalam hal ini etika bisnis Islam, kualitas layanan dan nilai produk merupakan faktor yang sangat potensial untuk mempengaruhi kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen jika dikelola dengan baik. Hasil penelitian sebelumnya selalu bertentangan, sehingga diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui hasil penelitian mana yang dapat didukung oleh penelitian sebelumnya yang lebih banyak. Alasan peneliti melakukan penelitian mengenai variabel etika bisnis Islam adalah karena pemilik toko dan karyawan dapat menjalankan tugasnya dengan sebaik mungkin sesuai kaidah Islam.

Meskipun alasan dilakukannya penelitian mengenai variabel kualitas pelayanan adalah untuk menjaga kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan jumlah pengunjung atau konsumen agar konsumen melakukan pembelian ulang. *Product value* juga menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan jumlah pengunjung karena *product value* yang diberikan kepada *customer* sesuai dengan kebutuhan atau keinginan *customer*. Peneliti memilih *coffee shop* di Kudus sebagai bahan penelitian karena tempat usaha yang tidak hanya menjual kopi saja tetapi banyak varian minuman kekinian yang di jual sehingga banyak kalangan remaja maupun dewasa yang berkunjung di *coffee shop* dan juga di Kudus terdapat beberapa *coffee shop* yang ada di per kecamatan jadi memudahkan para kalangan untuk melakukan pembelian yang jaraknya terjangkau. Selain itu, *coffee shop* dijadikan para remaja maupun dewasa untuk mengerjakan tugas dan juga berkumpul pada teman-teman ataupun keluarga.

Berdasarkan uraian diatas yang dijelaskan penulis, maka *coffee shop* di Kudus memiliki banyaknya pesaing yang sudah lama berbisnis di bidang *coffee shop*, sehingga dihadapkan dengan banyaknya pilihan *coffee shop*. Hal tersebut dipengaruhi adanya etika bisnis Islam, nilai produk dan kualitas pelayanan yang diduga menjadi faktor yang mempengaruhi *customer satisfaction* dan juga *customer loyalty*. Atas dasar permasalahan tersebut, peneliti

²⁸Trisya Muliati, Faizal Nurmatias dan Khairul Azmi, "Pengaruh Etika Binis Islam dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Pada Restaurant DR. Nia Baker Seafood Steak House di Kota Dumai," *Jurnal Al-Hisbah*, 2.2 (2022), 11.

terdorong untuk mengkaji dalam sebuah penelitian mengenai etika bisnis Islam, *product value* dan *service quality coffee shop* di Kudus dengan judul “**Pengaruh Etika Bisnis Islam, Product Value, Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening**”

B. Rumusan Masalah

Sesuai identifikasi masalah dan batasan masalah tersebut, maka dapat dituliskan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?
2. Apakah *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?
4. Apakah *Customer Satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus?
5. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus?
6. Apakah *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus?
7. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus?
8. Apakah Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?
9. Apakah *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?
10. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus?

C. Tujuan Penelitian

Bersandar pada latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.
3. Untuk mengetahui pengaruh *service Quality* berpengaruh terhadap *Customer satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Customer satisfaction* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus.

5. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus.
6. Untuk mengetahui pengaruh *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* di *Coffee Shop* Kudus.
8. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.
9. Untuk mengetahui pengaruh *Product Value* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.
10. Untuk mengetahui pengaruh *Service Quality* berpengaruh terhadap *Customer Loyalty* melalui *Customer Satisfaction* di *Coffee Shop* Kudus.

D. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi berupa manfaat atau kegunaan bagi peneliti dan pihak lain yang membutuhkan, terutama dalam pengembangan dan pengamalan ilmu pengetahuan. Manfaat dari kajian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan tentang perilaku konsumen dan pengetahuan tentang ekonomi Islam.
 - b. Menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik pada bidang yang terkait dengan penelitian.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Pemilik *Coffee Shop*

Melalui penelitian ini diharapkan Kedai Kopi Kudus mendapatkan wawasan dalam penerapan etika bisnis berdasarkan ajaran syariah yang berorientasi pada kepentingan masyarakat muslim

- b. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang bagaimana konsumen menilai kedai kopi untuk merumuskan strategi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disertasi atau penelitian bertujuan untuk memperoleh gambaran dan garis besar dari berbagai bagian atau keterkaitan untuk memperoleh kajian yang sistematis dan wajar. Berikut adalah sistem penulisan skripsi yang akan penulis tulis:

1. Bagian Awal

Halaman depan terdiri dari: halaman judul, halaman pembimbing, halaman pengesahan, halaman motto, halaman persembahan, kata pengantar, halaman abstraksi, halaman daftar isi dan daftar tabel.

2. Bagian Isi, meliputi:

Bagian ini terdiri dari lima bab, bab pertama sampai kelima saling berkaitan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dari penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori etika bisnis islam, *product value*, *service quality*, *customer satisfaction*, *customer loyalty*, penelitian terdahulu, skrangka berpikir, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, populasi dan sampel, identifikasi variabel, definisi variabel operasional, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data serta pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, saran-saran dan penutup.

3. Bagian akhir meliputi: daftar pustaka, daftar riwayat hidup dan lampiran-lampiran.

