

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HALAL AWARENESS
TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN YANG
DIMEDIASI KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Kasus: d'BestO Cabang Bandar Buat Padang)**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Penulisan Skripsi Pada Program
Studi Manajemen Bisnis Syariah**



**UIN IMAM BONJOL
PADANG**

OLEH:

ILHAM RAMADHAN

2216030078

PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

IMAM BONJOL PADANG

1447 H / 2026 M

LEMBARAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Halal Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: d'BestO Cabang Bandar Buat Padang)" yang disusun oleh Ilham Ramadhan dengan NIM 2216030078 telah diuji dalam sidang munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Hari Selasa 22 September Tahun 2026 dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.I) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Padang, 28 September 2026

Tim Penguji Munaqasyah

Ketua

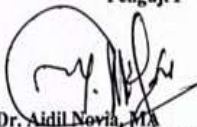

Dr. Aidil Novia, MA
NIP. 198311112015031001

Sekretaris

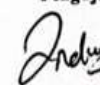

Ghita Yoshanti, MSM
NIP. 198809232020122015

Anggota

Penguji I


Dr. Aidil Novia, MA
NIP. 198311112015031001

Penguji II


Andre Wiratha, SE.Sv.,M.M
NIP. 199001252023211019

Pembimbing

Pembimbing I


Dr. Roni Andespa, SE. M.M
NIP. 198311112015031001

Pembimbing II


Ghita Yoshanti, MSM
NIP. 198809232020122015

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang



Prof. Dr. Tesru Hendra, M.Ag.
NIP. 19760604 200312 1001

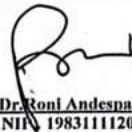
PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi ini berjudul " Pengaruh Kualitas Layanan Dan Hatal Awareness Terhadap Loyaltas Konsumen (Studi Kasus: D'besto Cabang Bandar Buat)" yang disusun oleh Ilham Ramadhan NIM.2216030078 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan di setujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasyah Skripsi.

Demikian persetujuan ini diberikan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Padang, 1 September 2026

Dosen Pembimbing I



Dr. Roni Andespa, SE, M.M
NIP. 198311112015031001

Dosen Pembimbing II



Ghita Yoshanti, MSM
NIP. 198709142019031004

PERNYATAAN KEORISINILAN

Saya sebagai penulis Skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Halal Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: d'BestO Cabang Bandar Buat Padang)" menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi tersebut benar hasil karya saya sendiri, bukan tiruan ataupun dipublikasi dari Skripsi atau karya ilmiah lain yang sudah di publikasikan dan pernah dipergunakan sebagai syarat memperoleh gelar Strata-1 di UIN Imam Bonjol Padang maupun perguruan tinggi lainnya. Kecuali bagian informasi lainnya yang sumbernya telah dicantumkan sebagaimana mestinya sesuai tata penulis karya ilmiah yang ditetapkan UIN Imam Bonjol Padang. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiasi atau tiruan dan tindakan orisinal maka saya bersedia untuk dibatalkan keabsahan skripsi ini dan gelar kesarjanaannya saya.

Padang, 28 September 2026

Menyatakan,

Ilham Ramadhan
NIM.2216030078

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat, taufik, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Halal Awareness terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus: d’BestO Cabang Bandar Buat Padang)”**. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu ‘Alaihi Wasallam, beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya yang senantiasa istiqamah dalam mengikuti ajarannya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Martin Kustati, M.Pd selaku Rektor Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang beserta seluruh jajarannya, atas segala fasilitas dan kemudahan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
2. Bapak Prof. Dr. Testru Hendra, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta seluruh Wakil Dekan, atas arahan dan dukungan akademik yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
3. Ibu Hesti Maria Putri, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, atas bimbingan, arahan, dan motivasi yang telah diberikan kepada penulis selama proses studi berlangsung.
4. Bapak Romi Iskandar, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Akademik (PA), yang telah memberikan ilmu, saran, kritik, dan motivasi selama masa perkuliahan.
5. Bapak Dr. Roni Andespa, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 1, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Ghita Yoshti, MSM. selaku Dosen Pembimbing 2, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Bapak Dr.Aidil Novia,MA. selaku Dosen Penguji 1 dan Bapak Andre wiratha,SE.Sy.,M.M. selaku Dosen Penguji 2, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan masukan, saran, serta kritik yang sangat berharga demi penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan Tenaga Kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta pelayanan akademik selama penulis menempuh pendidikan.
9. Pihak D'BestO Cabang Bandar Buat Padang yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian serta memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian, sehingga data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dapat terkumpul dengan baik.
11. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan, semangat, dan motivasi bagi penulis dalam menjalani setiap proses perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini. Terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, kasih sayang, perhatian, pengorbanan, dukungan, serta segala usaha yang telah diberikan kepada penulis. Tanpa doa dan dukungan dari Ayah dan Ibu, penulis mungkin tidak akan mampu melewati berbagai proses dan tantangan selama menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala senantiasa memberikan kesehatan, umur yang panjang, kebahagiaan, serta membalas setiap pengorbanan dan kebaikan Ayah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk rasa terima kasih dan kebanggaan kepada kedua orang tua tercinta.
12. Teman-teman seperjuangan yang telah memberikan bantuan, semangat, dukungan, dan kebersamaan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang berkepentingan dan dapat menjadi tambahan pengetahuan dalam bidang manajemen, khususnya mengenai kualitas layanan, *Halal Awareness*, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Padang, 30 September 2026

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Ilham Ramadhan', with a long horizontal stroke extending to the right.

Ilham Ramadhan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Halal Awareness* dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi pada konsumen d'BestO cabang Bandar Buat Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 108 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen d'BestO cabang Bandar Buat Padang. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Halal Awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Kualitas Layanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. Selanjutnya, Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen. Hasil pengujian mediasi menunjukkan bahwa Kepuasan Konsumen mampu memediasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen. Kepuasan Konsumen juga mampu memediasi pengaruh *Halal Awareness* terhadap Loyalitas Konsumen. Di antara variabel yang diuji, Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung paling besar terhadap Loyalitas Konsumen dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,369. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan, disertai dengan perhatian terhadap kesadaran halal dan kepuasan konsumen, dapat mendukung terbentuknya loyalitas konsumen pada d'BestO cabang Bandar Buat Padang.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Halal Awareness, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Halal Awareness and Service Quality on Consumer Loyalty, with Consumer Satisfaction as a mediating variable among consumers of d'BestO Bandar Buat Padang. This study employed a quantitative approach with an associative research method. The sample consisted of 108 respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through questionnaires distributed to consumers of d'BestO Bandar Buat Padang. The data were analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of SmartPLS software. The results show that Halal Awareness has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. Service Quality also has a positive and significant effect on Consumer Satisfaction and Consumer Loyalty. Furthermore, Consumer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty. The mediation test indicates that Consumer Satisfaction mediates the effect of Service Quality on Consumer Loyalty. Consumer Satisfaction also mediates the effect of Halal Awareness on Consumer Loyalty. Among the variables examined, Service Quality has the largest direct effect on Consumer Loyalty, with a path coefficient of 0.369. These findings indicate that improving service quality, accompanied by attention to halal awareness and consumer satisfaction, can support the development of consumer loyalty at d'BestO Bandar Buat Padang.

Keywords: Service Quality, Halal Awareness, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty.

DAFTAR ISI

SKRIPSI	
KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. RUMUSAN MASALAH	6
C. BATASAN MASALAH	7
D. TUJUAN PENELITIAN	7
E. MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II KAJIAN TEORI	10
A. Landasan Teori	10
1. Kualitas Pelayanan	10
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
c. Indikator Kualitas Pelayanan	15
2. Halal Awareness	15
a. Pengertian Halal Awareness	15
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Halal Awareness	17
c. Indikator Halal Awareness	18
3. Loyalitas Konsumen	19
a. Pengertian Loyalitas Konsumen	19
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen	20
c. Indikator Loyalitas Konsumen	20
4. Kepuasan Konsumen	21
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	21
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	22
c. Indikator Kepuasan Konsumen	23
B. Penelitian Terdahulu	24

C. Hubungan Antar Variabel	33
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen	33
2. Pengaruh Halal Awareness Terhadap Loyalitas Konsumen.....	34
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	35
4. Pengaruh Halal Awareness Terhadap Kepuasan	35
5. Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen.....	36
6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas yang dimediasi Kepuasan Konsumen	37
7. Pengaruh Halal Awareness Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Kepuasan	37
D. Kerangka Berfikir	38
E. Hipotesis Penelitian.....	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
A. Pendekatan Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	29
C. Variabel Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel	32
E. Jenis dan Sumber Data	33
F. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	35
1. Model Pengukuran (Outer Model).....	35
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.	41
B. Visi Dan Misi D'besto.....	42
B. Demografis Responden	43
D. Analisis Data	45
1. Model Pengukuran (Outer Model).....	45
a. <i>Convergent Validity Dan Reliabilitas Konstruk 30 Responden</i>	45
b. Convergent Validity Dan Reliabilitas Konstruk	48
B. Discriminant Validity	50
2. Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	52
1. Uji Hipotesis	52

2. R square	55
3. f square (effect size f^2).....	56
4. Q square	57
E. Pembahasan	57
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen	57
2. Pengaruh Halal Awareness terhadap Loyalitas Konsumen	59
3. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	61
4. Pengaruh Halal Awareness terhadap Kepuasan Konsumen	63
5. Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen	65
6. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan	67
7. Pengaruh Halal Awareness terhadap Loyalitas melalui Kepuasan.....	69
F. Implikasi Penelitian	73
1. Implikasi Teoritis	73
2. Implikasi Praktis	74
BAB V PENUTUP.....	77
A. Kesimpulan	77
B. Keterbatasan Penelitian	78
C. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban Menggunakan Skala <i>Likert</i>	34
Tabel 3.3 Ringkasan Analisis SEM-Partial Least Square (PLS)	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan	45
Tabel 4.5 Convergent Validity Dan Reliabilitas Konstruk 30 Responden	46
Tabel 4.6 Convergent Validity Dan Reliabilitas Konstruk 30 Responden Tahap Eliminasi	47
Tabel 4.7 Hasil <i>Convergent Validity</i> Dan Reliabilitas Konstruk	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Discriminant Validity Melalui Cross Loading	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Discriminant Validity Melalui Fornell-Larcker Criterion	51
Tabel 4.10 Hasil Uji Discriminant Validity Melalui (HTMT).....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis	53
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>R-Square</i>	55
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Effect size (f²)</i>	56
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Q-Square (Q²)</i>	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	38
Gambar 4.1 Model Pengukuran <i>Outer Model 30 responden</i>	46
Gambar 4.2 Model Pengukuran <i>Outer Model</i>	48
Gambar 4.3 Model <i>bootstrapping</i>	53