

PENDAHULUAN

Agama Islam merupakan agama mayoritas yang dipeluk oleh penduduk Indonesia. Sebagai agama, Islam memberikan warna kepada setiap aspek kehidupan pemeluknya. Dimulai dari segi ibadah, politik, sosial, dan ekonomi walaupun Indonesia tidak menggunakan agama sebagai dasar negara. Konsep-konsep ajaran agama ini dijalankan secara individual oleh pemeluknya. Masyarakat muslim percaya apabila keselamatan dan keberuntungan akan dicapai ketika kaum muslim mengamalkan dan menerapkan ajaran agama dalam kehidupan. Al-Qur'an menegaskan kepada setiap muslim untuk senantiasa terikat dengan aturan-aturan Allah SWT dalam setiap aspek kehidupan yang dijalankannya.

Menurut Marsum restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّهُمْ مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “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”.²

Manfaat makanan halal bagi diri seorang adalah dapat menjaga kesehatan jiwa dan rohani karena dengan mengonsumsi makanan halal tubuh akan mendapat suplai yang baik sehingga spiritual akan jadi membaik. Seorang muslim seharusnya melakukan upaya mengonsumsi makanan berkualitas baik sehingga kehidupan mereka akan lebih diberkati oleh Allah SWT jadi dalam segi perilaku konsumen tidak terlepas dari hukum agama tersebut.

Pada Waroeng Steak and Shake penulis menemukan simbol-simbol agama Islam yang diindikasikan sebagai konsep dari restoran tersebut. Waroeng Steak and Shake membuka cabang di Surabaya terhitung baru, akan tetapi minat dari masyarakat sendiri sudah baik. Waroeng Steak and Shake yang bertempat di Jl. Flores no.31 Surabaya merupakan salah satu cabang dari Waroeng Steak and Shake yang berpusat di Yogyakarta. Restoran ini

² Al-Quran Terjemahan, *Surat Al-Baqarah* Ayat : 168,

Loyalitas konsumen dalam pemasaran merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Dalam hal ini perusahaan sangat mengharapkan akan dapat mempertahankan konsumennya dalam waktu yang lama. Sebab apabila perusahaan memiliki seorang konsumen yang loyal, maka hal itu dapat menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Kotler menyatakan bahwa pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Mempertahankan semua pelanggan yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan pergantian pelanggan karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada.³

Dari permasalahan kasus diatas penulis mengindikasikan simbol-simbol agama Islam sebagai jati diri dari sebuah restoran. Hal tersebut yang membuat ciri khas dari suatu restoran atau pembeda dari lainnya dan dapat menarik minat konsumen untuk datang di restoran tersebut. Maka peneliti ingin mengambil judul “Pengaruh Simbol-Simbol Keagamaan terhadap Loyalitas Konsumen pada Waroeng Steak and Shake di Surabaya”.

[illegible]

- ### C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian tersebut, maka tujuan peneliti melakukan penelitian tersebut adalah:

- #### D. Kegunaan Penelitian

- [illegible]

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai simbol-simbol keagamaan yang ada di Waroeng Steak and Shake di Surabaya serta pengaruhnya terhadap loyalitas konsumen.
 - b. Penelitian ini sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari di bangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan di lapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.
2. Bagi organisasi dan perusahaan

Dapat dijadikan sebagai bahan informasi dan pertimbangan oleh manajer perusahaan agar dapat terus memperbaiki dan meningkatkan strategi pemasaran terutama dalam menjaga dan memelihara loyalitas konsumen.
 3. Bagi Perguruan Tinggi

Penelitian ini dapat digunakan sebagai data awal dan referensi bagi penelitian selanjutnya serta memberikan sumbangsih data dalam kaitannya dengan teori perilaku konsumen.
 4. Bagi Pihak Lain

Bisa diwujudkan sebagai alat pembanding bagi tujuan lain yang membahas hal sejenis dan berguna bagi pembaca lain yang hanya ingin mengetahui maupun bagi mereka yang ingin menelaah lebih jauh dari tujuan yang ada.