

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Rini Andriani (2017): “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Loyalitas Pelanggan Busana Muslim Rabbani di Jalan Tuanku Tambusai Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Islam

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh asumsi bahwa pelanggan belum bisa menjadi loyal, salah satunya di sebabkan karena mempertimbangkan merek (*Brand*). Merek Rabbani yang sudah terkenal dan imagenya tidak asing lagi dimata masyarakat, tetapi tetap saja dengan merek yang terkenal ini belum bisa membuat pelanggannya menjadi loyal. Ada tiga faktor yang mempengaruhi citra merek (*Brand Image*), yaitu citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk. Faktor-faktor inilah yang mempengaruhi pelanggan agar selalu membeli produk yang sama atau yang mempengaruhi keloyalitasan pelanggan. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* yang terdiri dari (citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk) terhadap loyalitas pelanggan dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam pada pengaruh *Brand Image* yang terdiri dari (citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk) terhadap loyalitas pelanggan busana muslim Rabbani Jl. Tuanku Tambusai Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan di Outlet Rabbani Cabang Tuanku Tambusai Pekanbaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *incidental sampling* sebanyak 100 responden berdasarkan rumus Slovin dari 40.768 populasi. Sedangkan teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi, wawancara, questioner/angket dan studi pustaka. Analisis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil penelitian citra perusahaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} (2,475) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikasi $0,015 < 0,05$. Citra konsumen memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} (3,285) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikasi $0,001 > 0,05$. Citra produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai $t_{hitung} (6,405) > t_{tabel} (1,984)$ dengan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian diketahui $F_{hitung} (32,672) > F_{tabel} (2,70)$ dengan Sig. $(0,000) < 0,05$. Artinya secara citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan pada Busana Muslim Rabbani Di Jalan Tuanku Tambusai Pekanbaru. Nilai R sebesar 0,711 atau 71,1% berarti terdapat hubungan antara citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk terhadap loyalitas pelanggan. Nilai R Square sebesar 0,505 atau 50,5% citra perusahaan, citra konsumen dan citra produk dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan sementara sisanya 49,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Citra Konsumen, Citra Produk Dan Loyalitas