

## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul : **“Pengaruh Kualitas dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Toko Kaca Laris Pekanbaru Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam”**.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh asumsi bahwa untuk mempertahankan suatu usaha, maka pengusaha harus membuat konsumen loyal terhadap produk yang dihasilkannya. Banyaknya usaha yang sejenis membuat pengusaha harus memberikan produk yang terbaik kepada konsumen. Salah satu caranya dengan memberikan kualitas yang terbaik dan melakukan inovasi secara terus menerus. Kualitas dan inovasi produk dapat yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Konsumen akan puas dan bahkan loyal jika perusahaan mampu memberikan kualitas dan inovasi. Karena konsumen akan mempertimbangkan kualitas produk yang akan digunakan haruslah yang terbaik dan biasanya konsumen memesan suatu produk sesuai dengan perkembangan zaman. Rumusan masalah penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas terhadap loyalitas konsumen, pengaruh inovasi produk terhadap loyalitas konsumen, pengaruh kualitas dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam dalam kualitas dan inovasi produk terhadap loyalitas konsumen Toko Kaca Laris Pekanbaru.

Penelitian ini dilakukan pada Toko Kaca Laris Pekanbaru yang berlokasi di Jalan H. Imam Munandar No. 104 A Kelurahan Tangkerang Selatan, Kecamatan Bukit Raya, Kota Pekanbaru, Riau. Sampel dalam penelitian ini adalah 53 orang yaitu konsumen yang membeli produk di Toko Kaca Laris Pekanbaru, dengan pengambilan sample menggunakan *Accidental Sampling* yaitu teknik memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket, dan dokumentasi. Penulis menganalisa data dengan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu melakukan uji statistik. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan uji instrument penelitian, uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa seluruh variabel independen mempengaruhi variabel dependen dengan penjelasan sebagai berikut, Persamaan regresi yang diperoleh, yaitu  $Y = 1,548 + 0,281X_1 + 0,236X_2$  arti dari persamaan tersebut nilai konstanta (a) sebesar 1,548, menyatakan bahwa loyalitas konsumen mengalami kenaikan jika kualitas produk dan inovasi produk dianggap konstan (tetap). Nilai regresi kualitas produk sebesar sebesar 0,281. Artinya jika variabel meningkat 1 poin maka loyalitas konsumen juga akan meningkat sebesar 0,281. Nilai regresi inovasi produk sebesar 0,236. Artinya jika variabel meningkat 1 poin maka loyalitas konsumen juga akan meningkat sebesar 0,236. Dengan menggunakan uji t diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan loyalitas konsumen yaitu nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,758 > 1,67591$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.000 masih berada dibawah 0,05. Kemudian juga dengan menggunakan uji t diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap loyalitas konsumen dengan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,100 > 1.67591$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.003 masih berada dibawah

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.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

0,05. Selanjutnya dengan uji F diketahui bahwa kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $24,322 > 3,183$ ) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 masih berada dibawah 0,05. Hubungan antara kualitas dan inovasi produk secara bersama-sama dengan loyalitas konsumen adalah sebesar 0,702 yaitu kuat atau tinggi. Dan koefesien determinasi sebesar 0.493. Artinya adalah bahwa kontribusi yang diberikan oleh variabel kualitas produk dan inovasi produk secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen sebesar 49,3% sedangkan sisanya sebesar 50,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini

Menurut tinjauan ekonomi Islam, kualitas dan inovasi produk yang diberikan oleh Toko Kaca Laris Pekanbaru sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan tidak bertentangan. Dalam Islam sangat penting untuk menekankan kualitas seperti kekokohan, tidak mencurangi ukuran dan daya tahan yang semestinya. Sementara inovasi yang dilakukan dengan cara adanya pengembangan, perbaikan dan tidak bertentangan dengan sunnah. Loyalitas yang ditunjukkan bukan untuk mengahamburkan harta melainkan pemenuhan kebutuhan, kesetian atau kecintaan terhadap produk dan tidak mudah pindah ke produk pesaing.