

**Hak Cipta Dilindungi 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.

**PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN RASHIQ STORE  
JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**NURUL FITRAH AWALIYAH**

**NIM. 11625204362**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2020**

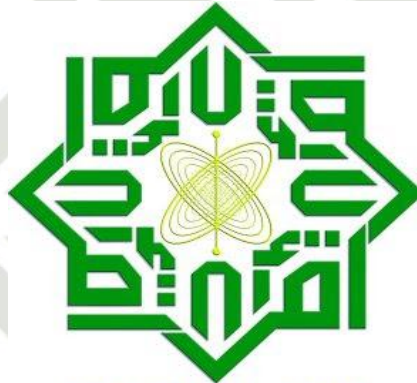
**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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.

**PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
LOYALITAS KONSUMEN RASHIQ STORE  
JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

**SKRIPSI**

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
(S.E.)*



UIN SUSKA RIAU

**OLEH:**

**NURUL FITRAH AWALIYAH**

**NIM. 11625204362**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
PEKANBARU**

**2020**

Hak Cipta Dilindungi 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.

PERSETUJUAN

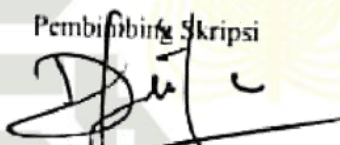
Skripsi dengan judul **"PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM"** yang ditulis oleh:

Nama : Nurul Fitrah Awaliyah  
Nim : 11625204362  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, Juni 2020

Pembimbing Skripsi



Dr. Jannah, SE., M.M.  
NIP. 19650126 201411 2 001

UIN SUSKA RIAU





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون  
FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul Skripsi : PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
Nama Panulis : NURUL FITRAH AWALIAH  
NIM : 11625204362  
Program Studi : EKONOMI SYARIAH  
Telah dimunaqasyahkan pada :  
Hari / Tanggal : Senin / 15 Juni 2020  
Waktu : 13.00 Wib

Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau

Pekanbaru, 2020  
Tim Penguji



- Dr. Wahidin, M.Ag  
(Ketua sekaligus Anggota Penguji)
- Afdhol Rinaldi, SE., M.Ec.  
(Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)
- Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak  
(Anggota Penguji)
- Budi Azwar, M.Ec  
(Anggota Penguji)

Mengetahui  
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs.H. Hajar, M.Ag.  
NIP. 19580712 198601 1 005

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
- Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

**ABSTRAK**

**Nurul Fitrah Awaliyah (2020) : Pengaruh Mutu Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen dan bagaimana tinjauan ekonomi syariah mengenai pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru. Data yang digunakan bersumber dari konsumen Rashiq Store. Jumlah sampel 100 orang konsumen Rashiq Store. Dalam menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data *Accidental Sampling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil persamaan regresi  $Y = -5.955 + 0,517 X_1 + 0,519 X_2$ . Dengan menggunakan uji parsial diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu produk terhadap loyalitas konsumen yaitu dengan nilai  $t$  hitung  $5,610 > t$  tabel yaitu  $1,660$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Kemudian juga dengan menggunakan uji parsial diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas konsumen dengan nilai  $t$  hitung  $5,032 > t$  tabel yaitu  $1,660$  dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dan keputusannya menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ .

Pengujian secara bersama-sama dari variabel produk, harga dan loyalitas konsumen, ditunjukkan dengan  $F$  hitung sebesar  $57.162$  dan sig.  $F$   $0,000$ . Dan koefisien determinasi sebesar  $53,4\%$  artinya kontribusi yang diberikan oleh mutu produk dan harga secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen adalah sebesar  $53,4\%$  sedangkan sisanya sebesar  $46,6\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kesimpulannya bahwa mutu produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru. Menurut tinjauan ekonomi Islam, loyalitas konsumen dan Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru dapat terjalin salah satunya dengan mengaplikasikan nilai-nilai syariah dalam setiap aktivitas pembelian atau konsumsi yang dilakukan. Saran-saran yang dapat diberikan guna perkembangan dan penentuan kebijaksanaan di masa mendatang adalah, perusahaan harus memperhatikan kualitas produk, harga, inovasi agar konsumen puas dan tetap menggunakan produk pakaian dari Rashiq Store dan tidak berpindah ke merek atau toko yang lain.

**Kata Kunci: Mutu, Harga, Loyalitas**





**Hak Cipta Dilindungi 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.

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadirat Allah swt yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan untuk dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Mutu Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**. Sehingga akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan tanpa ada suatu hambatan apapun. Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad saw beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa’at beliau di hari akhir kelak, amin.

Dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini. Oleh sebab itu dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat, penulis menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada:

Dua sosok yang sangat kubanggakan, ayah dan ibu tercinta (Iskandar dan Yusro), semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang kepada kalian.

Bapak Prof. Dr. KH. Ahmad Mujahiddin, MA, sebagai Rektor universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Dr. Drs. Hajar, M. Ag, sebagai Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

Bapak Dr. Syahpawi, S.Ag, M.Sh, dan Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc. Ak, selaku Ketua Jurusan dan sekretaris jurusan Ekonomi Syariah

Ibu Dr. Jenita, MM . Selaku dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan ketersediaannya meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.

Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.

7. Ibu Darnilawati SE M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.

8. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terima kasih atas peminjaman buku.

9. Kepada Adikku, Muhammad Alfaizin yang selalu mengingatkanku dan memberikan dukungan, serta seluruh keluarga besar Alm Mbah Syuaib yang telah banyak memberikan support hingga skripsi ini selesai.

10. Teman-teman seperjuangan di Lokal EIB angkatan 2016 yang telah memberikan semangat. Serta sahabat-sahabat tercinta Liza Hastuti SE, Vivid Kurniawati SE, Sutriana, Nora elviana, Finadio Lara Pangestu, Ayunda Maya Astika, dan Rina Saputtri yang tidak henti-hentinya memberikan motivasi dan dukungan kepada penulis. sebagai referensi bagi penulis.

Keluarga besar Asrama Putri Bengkalis di Pekanbaru, terutama Intan Nurul ilma S.Tr. Keb dan Wirda Syafika S.Tr.Par. Terima kasih atas semangat yang



**Hak Cipta Dilindungi 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.

diberikan kepada penulis, selama kurang lebih empat tahun kita bersama, susah senang hidup di perantauan dan apapun itu kalian adalah saudara yang terbaik.

Semoga bantuan yang diberikan dalam bentuk apapun mendapat pahala yang setimpal dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, masih banyak kesalahan dan kejanggalan di sana-sini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak guna memperbaiki penulisan skripsi ini. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Pekanbaru, Juni 2020

Penulis

**NURUL FITRAH AWALIYAH**  
**NIM : 11625204362**

UIN SUSKA RIAU





**DAFTAR ISI**

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBA.....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Kerangka Teori.....	17
G. Penelitian Terdahulu .....	18
H. Sistematika Penulisan .....	19
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Umum Rashiq Store .....	22
B. Visi Dan Misi.....	23
C. Struktur Organisasi .....	23
D. Aktivitas dan Produk Rashiq Store.....	24
<b>BAB III TINJAUAN TEORITIS</b>	
A. Mutu Produk.....	27
B. Harga .....	34
C. Loyalitas Konsumen.....	39
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.....	45
1. Karakteristik responden .....	45
2. Deskriptif Variabel Penelitian .....	48
3. Uji Validitas dan Realibilitas.....	55

Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

4. Uji Asumsi Klasik .....	57
a. Uji Normalitas .....	57
b. Uji Multikorelinearitas .....	58
c. Uji Heteroskedastisitas .....	58
5. Pengujian Hipotesis .....	59
a. Analisis Regresi Linear Berganda .....	59
b. Uji Simultan (Uji F) .....	61
c. Uji Parsial (Uji t) .....	62
d. Koefisien Korelasi (r) .....	63
e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	64
B. Pembahasan .....	64
C. Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen .....	66
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	70

**DAFTAR PUSTAKA**



**DAFTAR TABEL**

Tabel I.1	Daftar Harga Produk Rashiq Store .....	5
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	18
Tabel I.3	Penelitian Terdahulu .....	19
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian .....	47
Tabel IV.4	Tanggapan Responden mengenai mutu produk .....	48
Tabel IV.5	Tanggapan Responden mengenai Harga.....	51
Tabel IV.6	Tanggapan Responden Mengenai loyalitas .....	53
Tabel IV.7	Hasil Uji Validitas .....	56
Tabel IV.8	Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel IV.9	Hasil Uji Normalitas .....	57
Tabel IV.10	Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel IV.11	Hasil Analisis Regresi .....	60
Tabel IV.12	Hasil Uji F.....	61
Tabel IV.13	Hasil Uji t.....	62
Tabel IV.14	Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	63
Tabel IV.15	Hasil Uji Determinasi $R^2$ .....	64

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

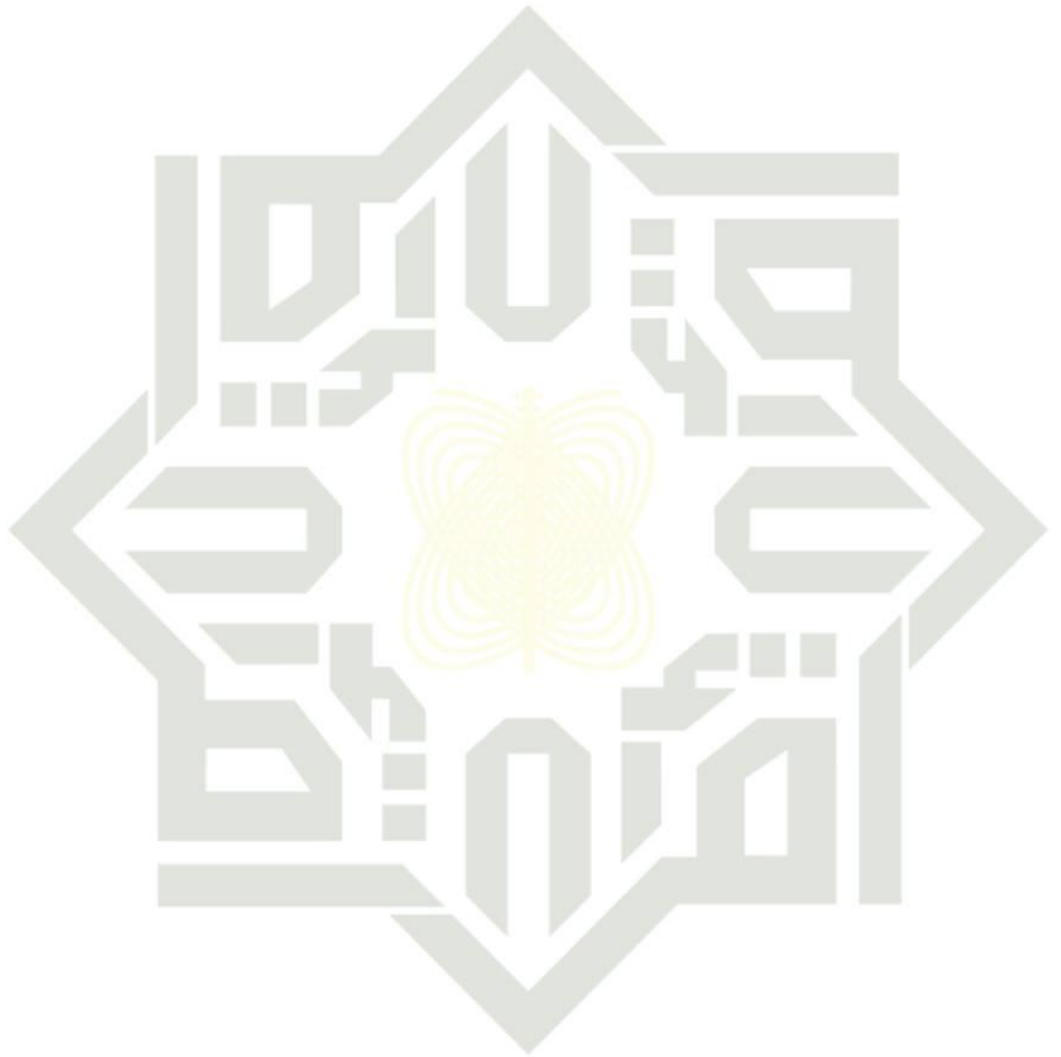
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Struktur Organisasi Rashiq Store .....	24
Gambar IV.1 Uji Heteroskedastisitas .....	59



UIN SUSKA RIAU

### Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

## BAB I PENDAHULUAN

### A Latar Belakang Masalah

Perkembangan busana muslim di Indonesia tumbuh pesat dalam beberapa tahun terakhir. Maraknya tren berbusana muslim yang sedang berkembang di Indonesia membuat banyak lahirnya bisnis seputar fashion yang dikhususkan untuk kaum muslim. Besarnya pasar dan kesempatan yang terbuka lebar menjadi salah satu alasan mengapa begitu mudahnya tren fashion muslim ini tumbuh pesat.

Hadirnya fenomena trend hijab di Indonesia yang terjadi akhir-akhir ini, mendorong Rashiq Store menangkap peluang, berupa potensi pasar yang harus digarap serius. Rashiq Store hadir tidak hanya mengeluarkan produk-produk busana muslim berkualitas tetapi juga hadir dengan praktik bisnis yang syarat dengan nilai spiritualnya.

Segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan itulah yang dinamakan produk. Konsep produk beranggapan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik dan bersifat paling inovatif.<sup>1</sup>

Dalam dunia bisnis, mutu produk dapat menarik minat tersendiri di kalangan konsumen. Mutu suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi, dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan

<sup>1</sup> Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2002), H. 22.

konsumen dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan. Singkatnya mutu suatu produk berkaitan dengan enak tidaknya barang tersebut dipakai atau dimakan. Sifat khas mutu suatu produk yang andal harus mempunyai multi dimensi, karena harus memberi kepuasan dan nilai manfaat yang besar bagi konsumen dengan melalui berbagai cara.<sup>2</sup>

Menurut Juran, kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan suatu produk adalah apabila produk mempunyai daya tahan penggunaannya lama, produk yang digunakan akan meningkatkan citra atau status konsumen yang memakainya, produk yang tidak mudah rusak, adanya jaminan kualitas (*Quality assurance*) dan sesuai etika bila digunakan. Dengan cara tidak membohongi pelanggan, baik yang menyangkut besaran (kuantitas) maupun kualitas. Seperti yang dijelaskan dalam surat Asy-Syu'ara ayat 181-183:

مَا لَكُمْ كَيْفَ تَحْكُمُونَ ﴿١٨١﴾ أَمْ لَكُمْ كِتَابٌ فِيهِ تَدْرُسُونَ ﴿١٨٢﴾ إِنَّ لَكُمْ فِيهِ لَمَا تَخَيَّرُونَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : *Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.*

Ayat diatas dapat disimpulkan bahwa ketika kita sedang berdagang kita tidak boleh merugikan orang lain (konsumen). Oleh karena itu sebagai

<sup>2</sup> Suryadi Prawirosentoso, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2002), H. 6

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



seorang pedagang kita harus selalu memberikan yang terbaik kepada pelanggan sehingga membuat pelanggan semakin puas dan semakin loyal untuk menggunakan produk tersebut.

Memproduksi barang yang bermutu tinggi lebih banyak akan memberi keuntungan bagi produsen, bila dibandingkan dengan produsen yang menghasilkan produk bermutu rendah. Masyarakat kini mulai berpikir selektif dan smart dalam memilih suatu produk, sehingga mereka akan mendapatkan kegunaan atau manfaat yang mereka cari dari sebuah produk. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli, maka akan ada kecenderungan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akhirnya akan menjadi konsumen yang loyal.<sup>3</sup> Menurut Irawan Faktor pendorong kepuasan konsumen diantaranya kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, biaya dan kemudahan serta emosional konsumen. Terkadang konsumen tidak ragu untuk mengeluarkan biaya lebih untuk mendapatkan produk yang berkualitas.<sup>4</sup>

Loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merek lain<sup>5</sup>. Dalam konsep dagang yang diajarkan oleh Nabi Muhammad

<sup>3</sup> *Ibid*, H. 10

<sup>4</sup> Irawan, Indonesian Customer Satisfaction : *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan Merek Pemenang Icsa*, (Jakarta : PT Alex Media Komputindo, 2004), H. 37

<sup>5</sup> Basu Swastha, *Manajemen Penjualan*, (yogyakarta: BPFE,2009), H. 75

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

SAW ialah apa yang disebut *value driven* artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai konsumen.

Di antara sekian banyak calon pembeli ada yang mau membeli dan ada yang tidak jadi membeli, orang yang mau membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan melakukan pembelian ulang, yang selanjutnya menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia). Pelanggan tetap ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan. Konsep ini memanfaatkan pelanggan sebagai mitra dagang yang saling menguntungkan.<sup>6</sup> Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Salah satu faktor penting yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas.<sup>7</sup>

Kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen dalam pemasaran islami tidak hanya muncul jika kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen secara material, tetapi juga jika kinerja produk sesuai dengan harapan pelanggan secara spiritual. Untuk pelanggan dari Indonesia yang sebagian besar beragama islam, mereka akan merasa puas jika produk itu halal dan baik.<sup>8</sup>

Dalam arti yang paling sempit, harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah

<sup>6</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), H. 252-253

<sup>7</sup> Nurullailli, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*, Skripsi, FISIP Universitas Diponegoro, 2013, H. 91

<sup>8</sup> Muhammad Muflih. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. raja Grafindo Persada. 2006). H. 15

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

dari seluruh nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.<sup>9</sup> Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan- kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar.<sup>10</sup>

Berikut daftar harga dari produk Rashiq Store:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Harga Produk Rashiq Store**

Jenis Produk	Harga
Jilbab	Rp. 35.400-130.000
Gamis	Rp. 208.000-365.000
Mukena	Rp. 120.000-250.000
Baju koko	Rp. 105.000-150.000

Sumber : Rashiq Store Tahun 2019

Rashiq Store merupakan toko fashion hijab dan busana muslim. Rashiq Store menjual berbagai macam keperluan perlengkapan busana muslim diantaranya adalah Gamis, jilbab, Mukena dan lain-lain. Rashiq Store didedikasikan untuk memudahkan konsumen dalam mencari kebutuhan busana muslim alternatif baru kepada semua muslimah modern dengan produk-produk dan gaya penampilan yang menyukai keindahan.

Mengingat banyaknya pilihan merek dan toko busana muslim yang menyebabkan selera konsumen selalu berubah dalam menggunakan suatu

<sup>9</sup> Kotler dan Amstrong, *Op.cit* H. 439

<sup>10</sup> Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung :Pustaka Setia, 2013), H. 221



produk. Berdasarkan fakta respon dari salah satu konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru, terdapat gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen. Sebagai contoh harga yang ditawarkan di Rashiq Store lebih tinggi dibanding toko lain, sementara karakteristik dan mutu yang ditawarkan sama dengan merek saingannya, hal semacam itu dapat menyebabkan hilangnya loyalitas konsumen. Namun banyak juga konsumen yang merasa puas dengan mutu dan harga produk yang ditawarkan oleh Rashiq store. Hal ini menunjukkan bahwasanya Rashiq store masih menjadi pilihan alternatif masyarakat untuk membeli pakaian.<sup>11</sup>

Jadi untuk mengetahui sejauh mana pengaruh mutu dan harga dalam mempengaruhi loyalitas kosumen , maka penulis mengambil judul penelitian: **“Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**.

#### **Batasan Masalah**

Agar penelitian terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah dalam penelitian ini. Dengan demikian penulis hanya meneliti tentang “Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”.

<sup>11</sup> Martina Az-Zahra, (Konsumen Rashiq Store), *Wawancara*, Pekanbaru, November, 2019)

#### **Hak Cipta Dilindungi 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.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang diatas dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru?
2. Bagaimana tinjauan ekonomi syariah mengenai Pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru?

**D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

**1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.
- b. Untuk mengetahui pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru menurut tinjauan Ekonomi Syariah.

**2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunan dari penelitian ini adalah:

- a. Menambah wawasan bagi penulis dan mengetahui, membahas serta menetapkan hukum terhadap suatu fakta/kenyataan.
- b. Menambah wawasan bagi masyarakat tentang ilmu pengetahuan dibidang ekonomi.
- c. Diharapkan mampu memberikan informasi bagi Rashiq Store tentang faktor Mutu dan Harga produk yang dapat mempengaruhi loyalitas

konsumen sehingga dapat di implementasikan dalam menentukan strategi yang harus di tetapkan untuk meningkatkan penjualannya.

## Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru. Adapun alasan penulis memilih lokasi penelitian ini karena peneliti melihat Rashiq Store ini sebagai salah satu busana muslim yang lengkap yang menjual berbagai jenis pakaian dan kebutuhan muslim dan muslimah, dengan berbagai kualitas dan harga yang dapat mendukung permasalahan yang diangkat oleh penulis. Sehingga penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek penelitian ini adalah Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.
- b. Objek penelitian ini Pengaruh mutu produk Dan Harga Terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.

### 3. Populasi dan Sampel

- a. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>12</sup>

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka populasi dalam penelitian ini

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2019), H.126.

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



yaitu konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru, baik yang datang langsung ke toko, maupun secara online.

- b. Sampel adalah bagian atau sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi dan diteliti secara rinci. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhitung.

Berikut rumus Lemeshow yaitu:<sup>13</sup>

$$n = \frac{z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Melalui rumus tersebut, maka jumlah sampel yang akan diambil:

$$n = \frac{z^2 \cdot P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = 96,04 \text{ Responden dibulatkan menjadi } 100.$$

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *Accidental Sampling*. *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat

<sup>13</sup> Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*, (Bandung: Alfabeta, 2010), H. 257

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

#### 4. Sumber Data

- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung dari konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari riset perpustakaan dan data yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Observasi

Observasi adalah cara mengumpulkan data objek penelitian yang hasilnya dicatat kemudian dianalisis. Dalam penelitian ini, peneliti mengobservasi toko, pemilik, dan konsumen Rashiq Store Jalan Paus.

- b. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sistematis dengan bantuan suatu daftar pertanyaan.

- c. Angket

Penulis membuat daftar pertanyaan secara tertulis (angket) dengan memberi alternatif jawaban untuk setiap item pertanyaan, kemudian disebarakan kepada responden yang menjadi objek yang diteliti.

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

d. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk memperoleh data dengan cara melihat dokumen yang ada. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan kegiatan operasional Rashiq Store.

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan kuantitatif. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.<sup>14</sup> Metode deskriptif digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya. Kemudian hasil data itu akan dimasukkan kedalam rekapitulasi yang memuat pertanyaan – pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner atau daftar pertanyaan cukup terperinci dan lengkap. Keterangan yang diperoleh dengan mengisi daftar pertanyaan dapat dilihat dari segi siapa yang mengisi (menulis isian) daftar pertanyaan tersebut.

Skala pengukuran merupakan suatu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert* dugaan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

<sup>14</sup> Nana sudjana dan Ibrahim, *Penelitian dan Penilaian Pendidikan*, (Bandung: Sinar baru esindo, 2001),H. 64

### Hak Cipta Dilindungi 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.



Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, maka jawaban dari pertanyaan itu masing-masing diberi skor, yaitu:

- a. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 (lima)
- b. Setuju (S) dengan skor 4 (empat)
- c. Netral (N) dengan skor 3 (tiga)
- d. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2 (dua)
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1 (satu)

Metode kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan metode bilangan untuk mendeskripsikan observasi suatu objek atau variabel dimana bilangan menjadi bagian dari pengukuran. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun tahap-tahap dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

- a. Uji Instrumen Data
  - 1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.<sup>15</sup>

<sup>15</sup> Irwan Gani, *Alat Analisis Data ; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi, 2015 ), H. 163.

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

## 2) Uji Reliabilitas

Sedangkan Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui adanya konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, atau dengan kata lain alat ukur yang berupa kuesioner mempunyai hasil yang konsisten apabila digunakan berkali-kali pada waktu yang berbeda. Uji reliabilitas digunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana suatu instrumen dapat dikatakan handal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan atau *alpha* sebesar 0,6 atau lebih.

## b. Uji Asumsi Klasik

## 1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model, variabel memiliki distribusi normal atau tidak. Model regresi linear berganda yang baik adalah model yang memenuhi normalitas data. Pengujian menggunakan rumus kolmogrov smirnov dalam spss.

## 2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel-variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu sama lain.<sup>16</sup>

## 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat ketidaksamaan varian residual.

<sup>16</sup> Nawari, *Analisis Regresi*, (Jakarta: Gramedia, 2010), H. 233

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda yaitu suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen, Adapun rumus regresi linear berganda yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Dimana:

Y = Loyalitas Konsumen

a = Konstanta

$X_1$  = Mutu Produk

$X_2$  = Harga Produk

$b_1$ -  $b_2$ = Kofisien regresi

$\varepsilon$  = Error

d. Pengujian Hipotesis

1) Pengujian Hipotesis Secara Parsial dengan Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya konstan. Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi 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.



Hipotesis statistik yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh mutu produk terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

$H_a$  : Terdapat pengaruh mutu produk terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

$H_a$  : Terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika  $\text{sig.} < \alpha = 5\% (0,05)$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak artinya secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.
- b) Jika  $\text{sig.} > \alpha = 5\% (0,05)$  maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima artinya secara parsial tidak terdapat pengaruh signifikan antara mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen.

## 2) Pengujian Hipotesis Secara Simultan dengan Uji F

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Uji F

### Hak Cipta Dilindungi 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.

digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen (mutu dan harga produk) terhadap variabel dependen (loyalitas konsumen). Hipotesis statistik yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$H_0$  : Mutu produk dan harga tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

$H_a$  : Mutu produk dan harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

Ketentuan atau penolakan hipotesis yang ada adalah sebagai berikut:<sup>17</sup>

- a) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya bahwa mutu dan harga produk secara bersama-sama (secara simultan) berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.
- b) Jika probabilitas  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima artinya bahwa mutu dan harga produk secara bersama-sama (secara simultan) tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen
- e. Koefisien Kolerasi

Koefisien korelasi bertujuan untuk mengemukakan ada atau tidaknya hubungan diantara variabel yang diteliti, dan apabila terdapat hubungan maka dapat diketahui seberapa erat hubungan tersebut. Koefisien korelasi biasanya biasa dilambangkan dengan huruf  $r$ . Pedoman untuk menentukan interpretasi koefisien sebagai berikut:

<sup>17</sup> Nachrowi, Hardius Usman, *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrikal untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*, (Jakarta: FEUI, 2006), H. 16

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

- 1) 0,00-0,199 : Sangat rendah
- 2) 0,20-0,399 : Rendah
- 3) 0,40-0,599 : Sedang
- 4) 0,60-0,799 : Kuat
- 5) 0,80-0,1000: Sangat Kuat

f. Koefisien determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan adalah angka atau indeks yang digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel atau lebih (variabel bebas, X) terhadap variasi (naik/turunnya) variabel yang lain (variabel terikat, Y). Nilai koefisien determinan ( $R^2$ ) berada antara 0 sampai 1 ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ) jika nilai  $R^2 = 0$  berarti tidak pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Jika nilai  $R^2 = 1$  berarti variasi (naik/turunnya) variabel terhadap (Y) adalah 100% dipengaruhi oleh variabel independen (X).<sup>18</sup>

**Kerangka Teori**

Salah satu faktor penting yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas.<sup>19</sup> Faktor pendorong kepuasan konsumen lainnya seperti mutu produk, kualitas pelayanan, harga, biaya dan kemudahan serta emosional. Apabila konsumen merasa puas dengan produk yang dibeli maka akan ada kecenderungan konsumen akan melakukan pembelian kembali dan akhirnya akan menjadi konsumen yang loyal.<sup>20</sup>

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2006), H.44-45

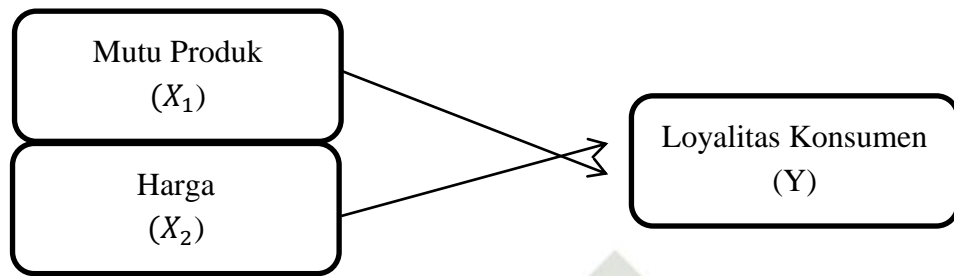
<sup>19</sup> Nurullaili, *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen* (Upperware, Skripsi, FISIP Universitas Diponegoro, 2013, H. 91

<sup>20</sup> Suryadi prawisentos, *Op.cit*, H. 10



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Definisi Konsep Operasional Variabel Penelitian**

**Tabel I.2**  
**Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Variabel	Definisi variabel	Indikator variabel
Variabel bebas: Mutu Produk ( $X_1$ )	Mutu Produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk yang bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan konsumen. (Suryadi Prawisentos, 2002)	Mutu Produk: 1. Kinerja 2. Keistimewaan 3. Kepercayaan dan waktu 4. Mudah dirawat dan diperbaiki 5. Sifat khas 6. Penampilan dan citra etis
Harga ( $X_2$ )	Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa.	Harga: 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat 5. Harga mempengaruhi daya beli konsumen 6. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan
Variabel Terikat: Loyalitas	Loyalitas Konsumen adalah kesetiaan	Loyalitas konsumen: 1. Melakukan

**Hak Cipta Dilindungi 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.

Variabel	Definisi variabel	Indikator variabel
Konsumen (Y)	konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan.	pembelian ulang secara teratur 2. Merekomendasikan produk 3. Melakukan pembelian ulang diluar lini produk/jasa 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing.

**H. Penelitian Terdahulu**

**Tabel I.3**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Sutrisni (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Desain Produk, Harga dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Indosat IM3 Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro	Pengaruh kualitas produk ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), Desain produk ( $X_3$ ), Harga ( $X_4$ ) Kepercayaan ( $X_5$ ) sedangkan loyalitas pelanggan (Y)	bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, desain produk, harga dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
2.	Azria Rahma Minawati (2017)	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan	Pengaruh harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), kualitas pelayanan ( $X_3$ ), sedangkan loyalitas pelanggan (Y)	Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terbukti signifikan
3.	Aini Lestari (2018)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap	Pengaruh kualitas produk	Hasil penelitian ini adalah



**Hak Cipta Dilindungi 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.

No	Nama Penulis	Judul Penelitian	Variabel	Hasil Penelitian
		Loyalitas Pelanggan	(X) sedangkan loyalitas pelanggan (Y)	Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

**Sistematika Penulisan**

Penelitian ini terdiri dari lima bab dengan perincian sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan, dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II : GAMBARAN UMUM**

Bab ini berisi sejarah berdirinya Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru, Visi dan Misi Rashiq Store, dan Produk yang ditawarkan oleh Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

**BAB III : TINJAUAN TEORITIS**

Dalam bab ini menjelaskan teori – teori yang berhubungan dengan variable penelitian yaitu tentang pengaruh mutu dan harga produk terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.

**BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang hasil penelitian yaitu pengaruh mutu dan harga produk terhadap loyalitas konsumen



Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru dan juga akan dijelaskan mengenai tinjauan Ekonomi Islam tentang pengaruh mutu dan harga produk terhadap loyalitas konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru.

## **BAB V : PENUTUP**

Pada bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan kemudian penulis memberikan saran yang bermanfaat.

### **Hak Cipta Dilindungi 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.



## BAB II

### GAMBARAN UMUM RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU

#### A Sejarah Umum Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

Rashiq store terletak di Jalan Paus No 96 Tangkerang Tengah Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. Toko ini menjual berbagai macam keperluan perlengkapan busana muslim diantaranya adalah Gamis, jilbab, mukena dan lain-lain. Rashiq Store mendirikan toko cabang di kota Duri yang bertempat di Jl. Jenderal Sudirman Gajah Sakti Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis.

Rashiq Store didirikan dan Grand Opening pada tahun 2017. Awal mula berdirinya toko ini, berdasarkan sebuah ide ingin menjadi entrepreneur muslim yang bisa membantu dan bermanfaat buat banyak orang dengan membuka lapangan pekerjaan. Menjadi entrepreneur muslim bukan saja soal berwirausaha dan menjual produk-produk muslim tetapi lebih ke sifat dan mental seorang muslim yang menerapkan sistem dan unsur keislaman dalam menjalankan bisnisnya. Rashiq store menjual berbagai macam jenis pakaian yang berkualitas dan dengan harga yang beragam. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan bersaing dengan toko busana lainnya, dimulai dengan harga Rp. 35.000 sampai dengan Rp. 360.000 per item. Strategi ini dilakukan oleh pihak Rashiq Store agar produknya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

**B. Visi dan Misi Rashiq Store**

**1. Visi Rashiq Store**

- a. Menjadi organisasi pengusaha yang kokoh, melahirkan entrepreneur muslim sebagai penyokong peradaban dunia.
- b. Generasi Pengusaha Muslim yang Produktif, Proaktif dan Profesional.

**2. Misi Rashiq Store**

Memberikan kesempatan yang memberdayakan pengusaha muslim untuk membuat perubahan positif.<sup>21</sup>

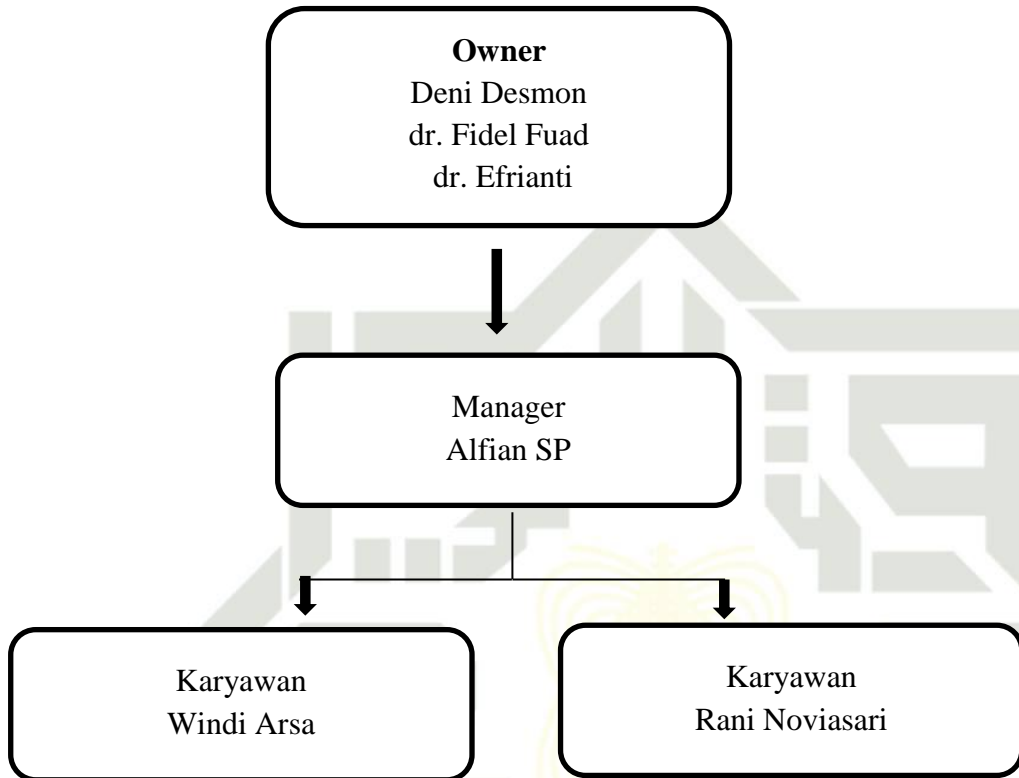
**C. Struktur Organisasi Rashiq Store**

Rashiq Store belum memiliki struktur organisasi secara tertulis, akan tetapi secara umum gambaran mengenai struktur organisasi Rashiq Store telah tersirat dalam wawancara dengan pemilik usaha yang menunjukkan bahwa struktur organisasi Rashiq Store adalah struktur organisasi fungsional, yang artinya dimana kekuasaan pimpinan dilimpahkan kepada para pejabat yang memimpin satuan di bawahnya dalam satuan bidang pekerjaan tertentu. Adapun struktur organisasi pada Rashiq Store seperti yang terlihat pada gambar berikut:

<sup>21</sup> Alfian SP, (Manager Rashiq Store), *Wawancara*, Pekanbaru, November 2019.



**Gambar II.1**  
**Struktur Organisasi Rashiq Store**



Sumber : Wawancara Manager Rashiq Store

### **Aktivitas dan Produk Rashiq Store**

Berikut penjelasan kegiatan operasional atau aktivitas harian Rashiq Store yang bergerak dibidang fashion muslim :

#### **1. Jam kerja**

Dalam proses menjalankan operasional toko mengadakan kebijakan waktu jam kerja. Dimana beroperasi kerja setiap hari mulai dari jam 09:00 pagi sampai 20:00 malam.

#### **Hak Cipta Dilindungi 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.

### Hak Cipta Dilindungi 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.

## 2. Sistem Penjualan

Adapun sistem penjualan di Rashiq Store ini dengan cara eceran dan online.

### a. Penjualan Secara Eceran

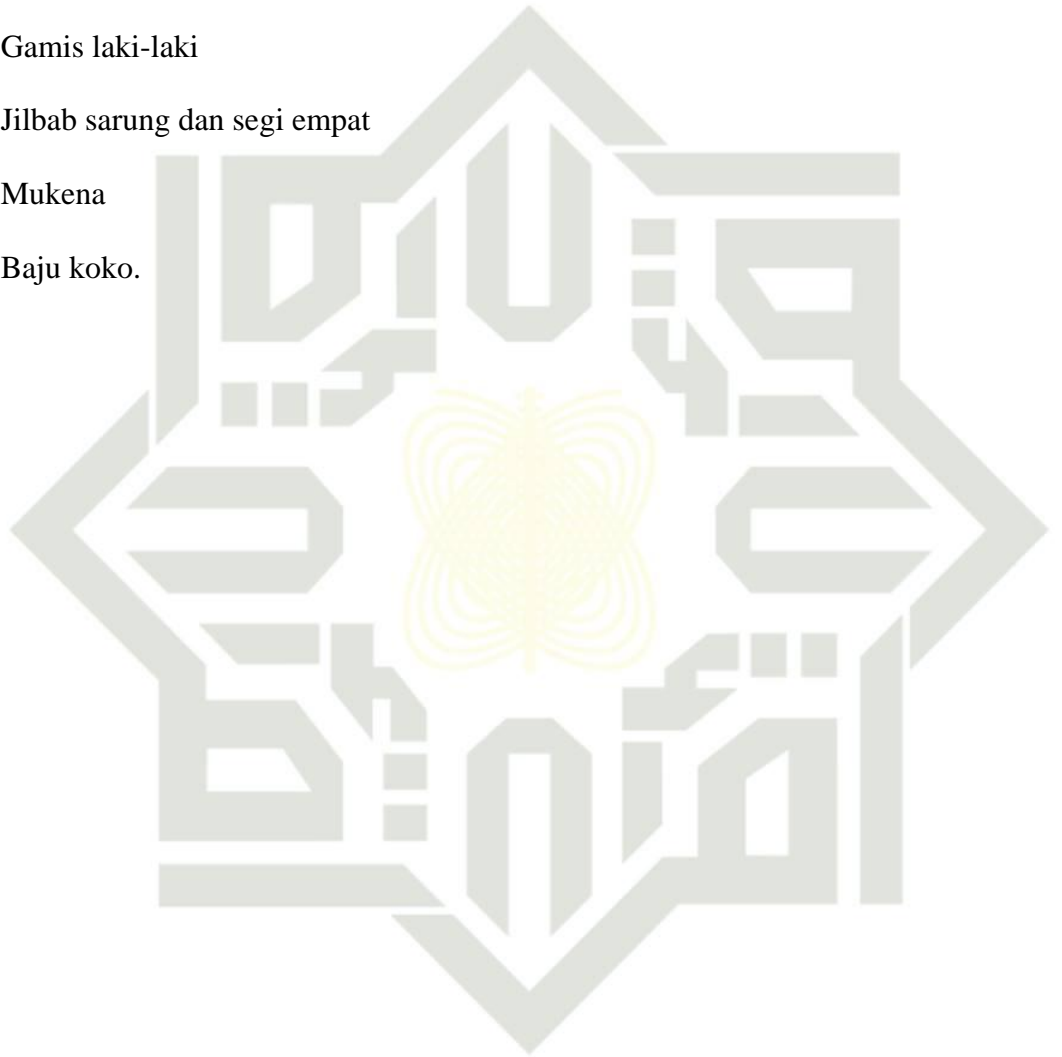
Pengeceran adalah setiap usaha bisnis yang volume penjualannya berasal dari eceran. Dimana penjualan seperti ini agar mempermudah masyarakat untuk membeli produk yang di jual tidak hanya bisa membeli secara grosiran melainkan dengan pembelian secara eceran.

### b. Penjualan Secara Online

Saat ini Rashiq Store melakukan penjualan melalui media online yaitu menggunakan akun media sosial seperti *instagram*, *facebook*, dan *shopee*. Tujuannya yaitu untuk mempermudah konsumen untuk berbelanja dan mengetahui barang mana saja yang tren pada saat ini. Adapun tata cara melakukan pembelian secara online ditoko ini yaitu: dimulai dengan memilih produk, chat personal ke penjual, melakukan transaksi, lalu pembeli melakukan pembayaran melalui transfer setelah di infokan total order, lalu konfirmasi pembayaran, selanjutnya barang akan dikemas dan dikirim melalui ekspedisi, dalam beberapa hari barang sudah ditangan dan langkah terakhir ialah lakukan konfirmasi penerimaan barang dan review atau melakukan penilaian terhadap produknya.

Dalam usaha meningkatkan penjualannya, Rashiq Store jalan Paus Pekanbaru, saat ini melakukan kegiatan penjualan berbagai jenis pilihan item Pakaian, diantaranya:<sup>22</sup>

- 1) Gamis muslimah
- 2) Gamis laki-laki
- 3) Jilbab sarung dan segi empat
- 4) Mukena
- 5) Baju koko.



UIN SUSKA RIAU

**Hak Cipta Dilindungi 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.

<sup>22</sup> <http://www.rashiq.store/> (diakses pada 21 Januari 2019)



**Hak Cipta Dilindungi 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.

## BAB III TINJAUAN TEORI

### Mutu Produk

#### 1. Pengertian Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Konsep produk beranggapan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu terbaik, kinerja terbaik dan bersifat paling inovatif.<sup>23</sup> Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen.

#### 2. Pengertian Mutu

Kebanyakan produk disediakan pada satu diantara empat tingkatan kualitas, yaitu kualitas rendah, kualitas rata-rata sedang, kualitas baik dan kualitas sangat baik. Beberapa dari atribut diatas dapat diukur secara objektif. Namun demikian dari sudut pemasaran kualitas harus diukur dari sisi persepsi pembeli tentang kualitas produk tersebut.

Kualitas adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran

<sup>23</sup> Kotler & Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2002), H, 22.

seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.<sup>24</sup> Kualitas adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menetapkan posisi. Disini mutu produk berarti kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya. Termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketepatan, kemudahan dipergunakan serta atribut yang lain.<sup>25</sup>

Konsumen yang memperoleh kepuasan sebuah produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama, salah satunya dikarenakan kualitas. Ini dapat dilakukan oleh pemasar atau pemilik toko untuk mengembangkan loyalitas merek dari konsumennya. Pemasar yang kurang atau tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung resiko tidak loyalnya konsumen.<sup>26</sup>

### 3. Indikator Mutu

Secara umum dimensi spesifikasi mutu produk dapat dibagi sebagai berikut :<sup>27</sup>

#### a. Kinerja(*Performance*)

Kinerja suatu produk harus dicantumkan pada labelnya, misalnya isi, berat, kekentalan, komposisi, kekuatan dalam putaran, serta lama hidup penggunaan. Misalnya, susu kaleng atau minuman ringan tercantum volumenya.

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001), H. 2-4

<sup>25</sup> Taufiq Rahman, *Manajemen Pemasaran*, (Medan : Perdana Publishing 2010),H. 147

<sup>26</sup> Ali Hasan, *Marketing*, (Jakarta: Medpress, 2008), H.99

<sup>27</sup> Suryadi Prawirosentoso, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*, (Jakarta: Bumi Aksara,2002), H.8

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

b. Keistimewaan(*Types of Features*)

Produk bermutu yang mempunyai keistimewaan khusus dibandingkan dengan produk lain. Misalnya, konsumen pembeli TV sering mencari yang mempunyai keistimewaan seperti suara stereo, tingkat resolusi tinggi.

c. Kepercayaan dan waktu(*Reability and Durability*)

Produk yang bermutu baik adalah produk yang mempunyai kinerja yang konsisten baik dalam batas-batas perawatan normal.

d. Mudah dirawat dan diperbaiki(*Maintainability and Serviceability*)

Produk bermutu baik harus pula memenuhi kemudahan untuk diperbaiki atau dirawat. Misalnya, sepeda motor yang baik mudah dirawat oleh setiap montir( mekanik) karena tersedia suku cadang dipasar bebas.

e. Sifat khas(*Sensory Characteristic*)

Untuk beberapa jenis produk mudah dikenal dari wanginya, bentuknya, rasanya, atau suaranya. Misalnya, Mobil Toyota dilihat dari penampilan dan daya tahannya.

## f. Penampilan dan Citra Etis.

Dimensi lain dari produk yang bermutu adalah persepsi konsumen atas suatu produk. Misalnya, ramah dan cepatnya pelayanan Telkomsel terhadap para konsumen



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Mutu Produk**

Mutu barang atau jasa dipengaruhi oleh berbagai hal. Misalnya pulpen anda dengan pulpen teman-teman anda bisa berbeda satu sama lain. Perbedaan tersebut antara lain bahan yang dipakai. Dengan perkataan lain, bahan baku pembuat barang mempunyai pengaruh terhadap mutu barang.

Ditinjau dari sisi produsen, mutu produk dipengaruhi oleh berbagai hal sebagai berikut: <sup>28</sup>

a. Mutu dan bentuk (desain) produk

Terdapat berbagai jenis barang yang mutunya dipengaruhi oleh bentuknya, misalnya mobil.

b. Mutu dan bahan baku yang digunakan

Mutu suatu barang banyak dipengaruhi oleh bahan baku yang digunakan untuk membuat barang bersangkutan.

c. Mutu dan proses produksi

Proses pembuatan suatu produk mempengaruhi mutu produk bersangkutan. Dalam suatu proses produksi diperlukan tahap-tahap untuk memprosesnya tujuannya agar barang yang dihasilkan bermutu baik, sesuai ketentuan teknis. Jadi, paling sedikit terdapat 2 hal, yaitu bila bahan baku yang digunakan bermutu baik, disertai dengan proses produksi yang baik pula, hasilnya adalah barang bermutu. Oleh karena itu, bahan baku bermutu baik tidak menjamin menghasilkan barang jadi

<sup>28</sup> *Ibid*, H.153-157

**Hak Cipta Dilindungi 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.

yang baik. Sebab proses pembuatan pun akan mempengaruhi mutu barang yang dihasilkan.

- d. Cara pengangkutan dan pembungkusan (Transportation and Packaging)

Cara pengangkutan atau cara distribusi dan pembungkusan mempengaruhi mutu produk. Bila barang yang diterima ditingkat pengecer rusak mungkin akibat cara distribusi ataupun pembungkusannya jelek. Jadi, cara pengangkutan barang dan mutu pembungkus mempunyai pengaruh terhadap mutu barang.

### 5. Pengaruh Mutu Produk terhadap Loyalitas Konsumen

Pada hakikatnya, seseorang membeli suatu produk bukan hanya sekedar ia ingin memiliki produk tersebut. Para pembeli membeli barang dan jasa, karena barang atau jasa tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan. Dengan kata lain, seseorang membeli produk bukan karena fisik produk itu semata-mata, tetapi karena manfaat yang ditimbulkan dari produk dari yang dibelinya tersebut.<sup>29</sup>

Ketika konsumen merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh suatu perusahaan maka konsumen akan cenderung untuk kembali melakukan pembelian ulang terhadap produk yang menimbulkan loyalitas. Faktor pendorong kepuasan konsumen diantaranya adalah kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, emosional serta biaya dan kemudahan. Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam

<sup>29</sup> Suyadi Prawirosentono., *Op Cit.*H. 8

**Hak Cipta Dilindungi 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.

mendapatkan produk. Kepuasan konsumen merupakan suatu keadaan dimana harapan, keinginan, dan kebutuhan konsumen terpenuhi. Menurut Tjiptono Kepuasan konsumen menjadi kunci dalam menciptakan loyalitas.<sup>30</sup>

Kualitas produk merupakan titik awal yang baik untuk menciptakan suatu citra positif serta mempertahankan loyalitas konsumen dalam jangka panjang. Sehingga semakin tinggi tingkat kualitas dari suatu produk, maka akan mengakibatkan tingginya tingkat kepuasan yang akan dirasakan oleh konsumen, dengan tingginya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen maka konsumen akan merekomendasikan produk terhadap orang lain.

Kotler dan Keller berpendapat bahwa konsumen yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama atau jangka panjang, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbarui produk lama, membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu mementingkan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga.<sup>31</sup>

## 6. Kualitas Menurut Pandangan Ekonomi Islam

Produk yang berkualitas menurut Islam adalah mencakup beberapa hal sebagai berikut :

<sup>30</sup> Fandy Tjiptono, *Op Cit.* H. 386

<sup>31</sup> Kotler Philip dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2009) H 140-144



#### Hak Cipta Dilindungi 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.

#### a. Bernilai

Bernilai dalam artian berproduksi dalam batas -batas yang halal. Akhlak utama dalam produksi yang wajib diperhatikan kaum muslimin, baik secara individual maupun secara bersama-sama, ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah. Tidak melampaui apa yang diharamkan-Nya. Meskipun ruang lingkup yang halal itu luas, tetapi sebagian besar manusia sering dikalahkan oleh ketamakan dan kerakusan.

Selain itu nilai dapat juga diartikan sebagai marketing value (nilai pemasaran). Nilai pemasaran merupakan bagian yang paling inti dalam pemasaran, karena ini sudah menyangkut hati. Kualitas hasil kerja merupakan out put yang dirasakan oleh konsumen, sejauh mana keberhasilan pengusaha melayani konsumennya. Menjaga value berarti berusaha memelihara amanah yang telah dipercayakan kepadanya. Upaya memelihara amanah ini merupakan salah satu prinsip akhlakul karimah.<sup>32</sup> Berdasarkan firman Allah SWT dalam tafsir Al-Quran Surat an-Nisa': 58 yang berbunyi :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ  
النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا  
بَصِيرًا ﴾

<sup>32</sup> Moh Nur Kirom, *Analisis Strategi Kualitas Produk Pada Kedai Kopi Agp (Arek Gresik Punya) Di Dinoyo Malang*, Skripsi, FEKON UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2012, H. 30

**Hak Cipta Dilindungi 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.

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat.*

## b. Manfaat

Mayoritas ahli ekonomi memfokuskan perhatiannya pada produksi. Mereka berusaha sekuat tenaga meningkatkan produksi serta memperbaiki kualitas serta kuantitasnya. Namun bertambah hasil produksi tidak cukup untuk menciptakan manusia yang hidup aman dan sejahtera. Sebab, sangat mungkin produk ini baik sebagian bahkan seluruhnya digunakan untuk urusan yang tidak bermanfaat bagi tubuh manusia, merusak jiwa dan akal, serta tidak membahagiakan keluarga dan masyarakat. Kita menemukan segelintir manusia memproduksi sesuatu yang halal tetapi tidak dimanfaatkan oleh masyarakat setempat. Mereka memproduksi berbagai kenikmatan Allah hanya untuk mengejar ekspor dengan menawarkan harga yang tinggi.

**Harga****1. Pengertian Harga**

Harga suatu produk merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pasar. Harga suatu produk mempengaruhi posisi persaingan di pasar penjualan, sehingga mempengaruhi volume penjualan. Oleh karena itu harga mempunyai pengaruh yang besar terhadap pendapatan dan laba bersih perusahaan.<sup>33</sup>

<sup>33</sup> Suryadi Prawirosentono. *Op Cit*, H. 157

Harga dalam ekonomi termasuk salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan. Harga dimaksudkan untuk mengkomunikasikan posisi nilai produk yang dibuat produsen. Dalam ekonomi islam harga ditentukan oleh keseimbangan permintaan dan penawaran. Dalam ekonomi bebas, interaksi permintaan dan penawaranlah yang menentukan harga. Peningkatan permintaan terhadap suatu komoditi cenderung menaikkan harga dan mendorong produsen untuk memproduksi barang barang lebih banyak. Masalah kenaikan harga timbul karena ketidakseimbangan antara permintaan dan penawaran. Ketidakesesuaian itu terjadi karena adanya persaingan yang tidak sempurna dipasar.<sup>34</sup>

Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai. Menurut Swastha harga merupakan sejumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

## 2. Penetapan Harga

Kebijakan harga menjadi penting karena harga sering dijadikan dasar untuk melakukan tindakan, baik oleh pembeli maupun oleh penjual. Hal ini mudah dimengerti, karena transaksi terjadi pada saat

<sup>34</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2015), H. 154-155

### Hak Cipta Dilindungi 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.



kesepakatan harga antara penjual dan pembeli diadakan. Penetapan harga tersebut ditentukan oleh beberapa faktor tertentu, yaitu :<sup>35</sup>

- a. Penetapan harga jual didasarkan atas biaya produksi, biaya administrasi, dan biaya pemasaran.
- b. Penetapan harga jual didasarkan atas saingan. Dalam hal ini, meskipun biasanya satuan harga adalah sama, namun harga yang ditetapkan rendah bila permintaan lemah. Sebaliknya, harga tinggi bila permintaan kuat.
- c. Penetapan harga jual didasarkan permintaan. Adalah diskriminasi (membedakan) harga pada barang-barang yang sama, tetapi dijual dengan bermacam-macam harga.

Penetapan suatu harga memerlukan beberapa tahapan guna mencapai tujuan atau sasaran yang tepat dalam menjual atau menawarkan suatu produk. Pengertian dari penetapan harga adalah keputusan mengenai harga-harga yang akan diikuti dalam jangka waktu tertentu. Suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dipahami pelanggan. Jika harganya ternyata lebih tinggi daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut akan kehilangan kemungkinan untuk memetik laba, jika harganya ternyata terlalu rendah daripada nilai yang diterima, perusahaan tersebut tidak akan berhasil menuai kemungkinan memperoleh laba.

<sup>35</sup> Suryadi Prawirosentono. *Op. Cit*, H .157

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

**Hak Cipta Dilindungi 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.

### 3. Indikator Harga

Harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga maka perusahaan akan mendapatkan *income* bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa oleh konsumen. Indikator yang mencirikan harga yaitu: <sup>36</sup>

- a. Keterjangkauan harga.
- b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.
- c. Daya saing harga.
- d. Kesesuaian harga dengan manfaat produksi.
- e. Harga mempengaruhi daya beli konsumen.
- f. Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

### 4. Pengaruh Harga terhadap Loyalitas Konsumen

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Jika harga yang telah dibeli memenuhi harapan yang diinginkan konsumen, hal ini akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen. Jika konsumen merasa puas terhadap produk pada suatu toko dan sering membeli produk tersebut maka dapat dikatakan konsumen menjadi loyal. Sebaliknya jika konsumen tidak puas dan cenderung untuk membeli produk di tempat lain maka tingkat loyalitas konsumen rendah.

<sup>36</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Erlangga, 2011), H. 345.

Upaya mempertahankan konsumen dan loyal terhadap produk toko atau store sepanjang *customer lifetime value* dengan cara menyediakan produk yang konstan dibutuhkan secara teratur dengan harga per unit yang lebih rendah, cara ini akan mengakibatkan konsumen tetap loyal lebih lama.<sup>37</sup>

## 5. Harga dalam Pandangan Ekonomi Islam

Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari keadaan aniaya, yaitu keadaan yang salah satu pihak senang di atas pihak lain.

Berbisnis adalah sebagian dari hidup umat muslim, yang harus ditujukan untuk kepada-Nya dan wadah untuk berbuat baik kepada sesama. Maka niat utama dari kegiatan tersebut adalah ibadah agar memberi kemudahan kepada pembeli yang membutuhkan barang. Sebuah hadis mengingatkan:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَّا نَوَىٰ

Artinya: *Sesungguhnya amal itu berdasarkan niat, dan sesungguhnya bagi setiap manusia pahala menurut apa yang diniatkannya. (HR. Muttafaq'alah)*

Pebisnis juga menjual barang dengan harga yang tidak terlalu tinggi dengan niat dapat membantu menyejahterakan kehidupan

<sup>37</sup> Ali Hasan. *Op. Cit*, H .80

### Hak Cipta Dilindungi 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.



masyarakat. Dengan harga murah, maka pelanggan dapat menggunakan uangnya lebih efisien dan dapat memenuhi kebutuhan yang lain. Jika seorang pebisnis menjual barang dengan harga murah tentu tidak merugi, maka keuntungannya akan berlipat ganda. Mengapa demikian? Harga murah akan selalu menarik perhatian pelanggan.

Pelanggan akan menginformasikannya kepada sahabat dan keluarganya, bahwa jika membeli barang ini sebaiknya beli di toko A karena disana harganya murah. Akhirnya toko ini makin ramai dikunjungi, barang cepat laku, dan segera beli persediaan baru. Jadi persediaan barang di toko ini selalu baru, selalu *fresh*, model *up to date*, tidak rusak, tidak ketinggalan mode. Makin lama toko ini terkenal, dan selalu mendapat rezeki dari Allah swt dengan banyaknya pembeli. Dengan demikian terjadilah apa yang dinamakan *patronage buying motive* yaitu suatu motif membeli yang terpola pada h

### Loyalitas Konsumen

#### 1. Pengertian Loyalitas konsumen

Definisi loyalitas konsumen adalah kesetiaan konsumen untuk terus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan. Loyalitas menggambarkan perilaku yang diharapkan sehubungan dengan produk atau jasa. Loyalitas konsumen akan tinggi apabila suatu produk dinilai mampu memberi kepuasan tertinggi sehingga pelanggan enggan untuk beralih ke merek lain.<sup>38</sup>

<sup>38</sup> Basu Swastha, *Manajemen penjualan*, (Yogyakarta : BPFE, 2009), H. 75

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



Loyalitas berawal dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk atau jasa yang diterimanya (persepsi) berdasarkan harapan yang telah terkonsep dalam pikirannya. Harapan tersebut muncul dari produk atau jasa yang telah diterima sebelumnya (pengalaman) serta berita dari mulut ke mulut yang sampai kepada pelanggan.

Beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah kualitas produk dan promosi. Konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama. Salah satu faktor penting yang dapat membuat konsumen puas adalah kualitas. Ini dapat digunakan oleh pemasar untuk mengembangkan loyalitas merek dari konsumennya. Pemasar yang kurang atau tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung risiko tidak loyalnya konsumen. Jika pemasar sangat memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan yang intensif, loyalitas konsumennya pada merek yang ditawarkan akan lebih mudah diperoleh. Kualitas dan periklanan itu menjadi faktor kunci untuk menciptakan loyalitas merek jangka panjang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa konsumen akan menjadi loyal pada merek merek berkualitas tinggi jika produk-produk itu ditawarkan dengan harga yang wajar.

Loyalitas konsumen dapat dikelompokkan kedalam dua kelompok yaitu loyalitas merek (*brand loyalty*) dan loyalitas toko (*store loyalty*). Loyalitas konsumen dapat didefinisikan sebagai “sikap menyenangi

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



terhadap suatu merek yang direpresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap merek itu sepanjang waktu”<sup>39</sup>.

Untuk meningkatkan loyalitas pelanggan pemasar atau pemilik toko dapat melakukan *customer bonding* (mengikat pelanggan) diantaranya dengan pemberian *reward* bagi pelanggan yang sering dan banyak membeli, memperlakukan pelanggan sebagai partner contohnya dengan *membership*.<sup>40</sup>

## 2. Indikator Loyalitas Konsumen

Indikator penelitian mengacu kepada teori Jill Griffin. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchases*)
- b. Melakukan pembelian ulang di luar lini produk/jasa
- c. Merekomendasikan produk (*refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarikan produk sejenis dari pesaing (*demonstrates an immunity to the full of the competition*)

Loyalitas konsumen merupakan satu konsep yang mencakup lima faktor.<sup>42</sup>

<sup>39</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2001), H. 41

<sup>40</sup> Ali hasan, Op,cit H. 98

<sup>41</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. (Jakarta : Erlangga, 2005),H. 31

<sup>42</sup> Robert Bramson, *Customer Loyalty 50 Strategi Ampuh Membangun Dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*, (Jakarta: Prestasi Pustakakarya, 2004),H. 2



- a. Pengalaman pelanggan dengan kepuasan utuh ketika melakukan transaksi dengan anda.
- b. Kesiediaan untuk mengembangkan hubungan dengan anda dan perusahaan anda.
- c. Kesiediaan untuk menjadi pembeli setia.
- d. Kesiediaan untuk merekomendasikan anda kepada orang lain.
- e. Penolakan untuk berpaling pada pesaing anda.

Loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk dan jasa yang disukai masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

### 3. Loyalitas Konsumen dalam Pandangan Ekonomi Islam.

Loyalitas konsumen merupakan konsumen yang merasa puas terhadap produk atau jasa yang diperoleh dan akan membeli ulang produk tersebut sejak pembelian pertama. Pelanggan akan setia terhadap suatu produk bila ia mendapatkan kepuasan dari produk tersebut. Karena itu, bila konsumen mencoba beberapa macam produk melampaui kriteria kepuasan produk atau tidak. Bila setelah mencoba responnya baik, maka berarti konsumen tersebut puas sehingga akan memutuskan membeli produk tersebut secara berulang sepanjang waktu. Ini berarti telah tercipta kesetiaan terhadap produk tersebut.

Pelanggan akan loyal jika pelanggan tersebut mendapatkan produk yang sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi dari harapannya

#### Hak Cipta Dilindungi 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.



sehingga pelanggan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi dan pelayanan yang diberikan akan menimbulkan sikap untuk merekomendasikan kepada orang lain. Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. An-Nisaa' [4]: 29:

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu*

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli daripada pedagang yang angkuh.<sup>43</sup>

Dalam konsep dagang yang diajarkan oleh nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut *value driven* artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai konsumen. *Value driven* juga erat hubungannya dengan

<sup>43</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), H. 185.

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

apa yang disebut *relationship marketing* , yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dan para pelanggan. Pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon pembeli potensial. Di antara sekian banyak calon pembeli ada yang mau membeli dan ada yang tidak jadi membeli, orang yang mau membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan melakukan pembelian ulang, yang selanjutnya menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia).

Pelanggan tetap ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan. Hal tersebut dikenal dengan istilah *relationship marketing*. Dalam konteks sekarang ini disebut dengan customer share marketing berusaha membina konsumen potensial agar teta setia dan terus menjadi pelanggan. Konsep ini memanfaatkan pelanggan sebagai mitra dagang yang saling menguntungkan.<sup>44</sup>

#### Hak Cipta Dilindungi 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.

<sup>44</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Op.cit.H.* 252-253





**Hak Cipta Dilindungi 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.

## BAB V PENUTUP

### A Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap produk busana Rashiq Store yang menguji mengenai pengaruh mutu produk dan harga terhadap loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini yang menjadi objek adalah konsumen Rashiq Store jalan Paus Pekanbaru, yang berjumlah 100 responden.

Berdasarkan analisis dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel mutu produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen dan variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Sedangkan secara simultan mutu produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen. Variabel mutu produk dan harga mampu menjelaskan variabel loyalitas konsumen sebesar 53,4% selebihnya 46,6% dijelaskan oleh variabel lain. Harga dan loyalitas konsumen memiliki korelasi yang cukup kuat, begitu juga mutu produk dan loyalitas memiliki hubungan yang cukup kuat.
2. Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa mutu produk, harga, dan loyalitas konsumen menurut perspektif ekonomi syariah sudah memenuhi syarat, dengan jenis produk yang diperjual belikan merupakan barang halal dan penetapan harga yang tidak berlebihan.

## Saran

1. Dari hasil penelitian mutu produk dan harga menjadi faktor- faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen, maka pemilik Rashiq Store harus lebih memperhatikan lagi kedua faktor tersebut. Mutu pakaian atau busana untuk tetap dijaga dan disesuaikan dengan harga yang ditawarkan. Apalagi sekarang banyak sekali bermunculan toko busana muslim yang menawarkan produk yang kualitasnya hampir sama dengan Produk di Rashiq Store tetapi dengan harga yang lebih rendah sehingga alternative pilihan konsumen juga semakin banyak, maka pemilik harus bisa menciptakan atau berkreasi agar produk yang dihasilkan mempunyai kualitas yang benar-benar telah terbukti keunggulannya sehingga ketika konsumen membandingkan kualitas produk Busana Rashiq Store dengan produk busana muslim toko lain, mereka tidak akan kecewa.
2. Karena harga ternyata mempunyai tingkat pengaruh yang rendah dibanding mutu produk, agar Rashiq Store dapat memberikan harga yang lebih terjangkau agar bisa dinikmati semua kalangan maka loyalitas konsumen akan tercipta, juga diiringi dengan kualitas produk yang baik. . Apalagi jika memang nantinya pemilik Rashiq Store bisa menciptakan suatu produk dengan kualitas yang baik tetapi dengan harga yang dinilai lebih murah, maka tentu loyalitas konsumen akan semakin baik.

### Hak Cipta Dilindungi 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.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali hasan. 2008. *Marketing*. Jakarta : Medpress
- Basu Swastha. 2009. *Manajemen penjualan*. Yogyakarta : BPFE
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa. 2014. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta
- Dheany Arumsari. 2012. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua*, Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang
- Handy Tjiptono. 2001. *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Irwan Gani. 2015 *Alat Analisis Data ; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi.
- Iqbal Hasan. 2006. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta : PT. Bumi Aksara,
- Jill Griffin. 2005. *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta : Erlangga
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I Edisi Kedelapan*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13. Jakarta: Erlangga
- Martina Az-Zahra. 2019. (Konsumen Rashiq Store), *Wawancara*, Pekanbaru
- Moh Nur Kirom. 2012. *Analisis Strategi Kualitas Produk Pada Kedai Kopi Agp (Arek Gresik Punya) Di Dinoyo Malang*, Skripsi, FEKON UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Nachrowi Hardius Usman. 2006. *Pendekatan Populer dan Praktis Ekonometrikal untuk Analisis Ekonomi dan Keuangan*. Jakarta: FEUI.
- Nana sudjana dan Ibrahim. 2001. *penelitian dan penilaian pendidikan*. Bandung: Sinar baru Algesindo
- Nawari. 2010. *Analisis Regresi*. Jakarta: Gramedia.

### Hak Cipta Dilindungi 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.





**Hak Cipta Dilindungi 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.

- Nurullaili. 2013. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Loyalitas Konsumen Tupperware*, Skripsi, FISIP Universitas Diponegoro.
- Riduwan dan Akdon. 2010. *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika* Bandung: Alfabeta
- Robert Bramson. 2004. *Customer Loyalty 50 Strategi Ampuh Membangun Dan Mempertahankan Loyalitas Pelanggan*, Jakarta: Prestasi Pustakakarya.
- Rozalinda. 2015. *Ekonomi Islam Teori Dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung :Pustaka Setia.
- Suryadi Prawirosentoso. 2002. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Total Quality Management*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sutisna. 2001. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Taufiq Rahman. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Medan : Perdana Publishing.
- Veithzal Rivai. 2012. *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw .* Jakarta: Gramedia PustakaUtama.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Lampiran 1: Kuesioner**

**KUESIONER**

Responden yang terhormat,

Nama saya Nurul Fitrah Awaliyah, Saya adalah Mahasiswi S1 Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang sedang melakukan penelitian pada konsumen Rashiq Store. Untuk itu, mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini. Tidak ada jawaban SALAH dalam pengisian kuesioner ini dan identitas Bapak/Ibu akan kami rahasiakan. Atas bantuan Bapak/Ibu kami ucapkan banyak Terimakasih.

**I. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah pernyataan dengan teliti dan pilihlah jawaban yang menurut Bapak/Ibu sesuai
2. Berilah tanda ceklis (✓) ataupun silang (X) pada jawaban yang paling sesuai menurut Anda.

Keterangan Jawaban :

Keterangan	Nilai
SS (Sangat Setuju)	5
S (Setuju)	4
N (Netral)	3
TS (Tidak Setuju)	2
STS (Sangat Tidak Setuju)	1

**II. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Nama :
2. Jenis kelamin : a. Pria                      b. Wanita
3. Usia saat ini : ( pilih salah satu di bawah ini)
  - a. <17 thn                      c. 31 thn –40 thn                      e. . >50 thn



**Hak Cipta Dilindungi 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.

b. 17thn –30 thn      d. 41 thn 50thn

4. Pendidikan terakhir : (pilih salah satu di bawah ini)

- a. SD                      c. SMA                      e. S1  
 b. SMP                    d. Diploma                f. S2/S3

5. Pekerjaan saat ini : (pilih salah satu di bawah ini)

- a. PNS                    c. Mahasiswa  
 b. IRT                    d. Lain-lain.

6. Sudah berapa kali membeli produk Rashiq store:

- a. 1      c. 3      e. >5  
 b.2      d. 4

**III. KUESIONER PENELITIAN**

**Variabel (X<sub>1</sub>) Mutu Produk**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
1	Produk busana rashiq store mempunyai daya tahan produk yang awet sesuai yang diharapkan konsumen					
2	Bahan produk busana muslim terasa nyaman ketika dipakai.					
3	Rashiq Store memiliki produk busana muslim yang menarik.					
4	Rashiq Store menjual produk busana muslim yang bervariasi.					
5	Produk busana muslim memiliki kualitas jahitan yang baik					
6	Desain produk busana muslim Rashiq Store memenuhi standar Anda.					
7	Produk busana muslim memiliki warna yang tidak mudah pudar					
8	Desain yang dikeluarkan selalu mengikuti trend masa kini					





**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Variabel (X<sub>2</sub>) Harga Produk**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
1	Harga produk-produk Rashiq Store sangat terjangkau.					
2	Harga produk Rashiq store seimbang dengan mutu dari produk-produk yang ditawarkan					
3	Harga produk pesaing lebih murah daripada produk Rashiq store					
4	Harga tiap produk bervariasi.					
5	Saya merasa harga produk Rashiq Store dapat bersaing dengan produk toko lain					
6	Saya merasa harga produk Rashiq Store sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					

**Variabel (Y) Loyalitas Konsumen**

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
1	Saya selalu melakukan pembelian di Rashiq Store					
2	Saya memutuskan untuk menjadi pelanggan Rashiq Store					
3	Rashiq store tidak mengecewakan saya					
4	Saya tidak pernah melakukan pembelian di toko lain					
5	Saya akan kembali mengunjungi Rashiq store dalam waktu dekat					
6	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain/keluarga saya untuk membeli produk Rashiq store					



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Lampiran 2 : Jawaban Responden Terhadap Masing-masing Item Pertanyaan**

NO	MUTU PRODUK							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8
1	4	5	3	4	5	3	4	4
2	5	5	4	4	5	3	5	4
3	4	5	4	4	5	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	3	5
5	4	4	4	4	4	3	4	3
6	4	4	5	4	5	5	4	4
7	4	4	4	4	5	4	5	4
8	4	4	4	4	5	4	4	3
9	5	5	4	4	5	5	5	5
10	4	5	5	4	5	4	5	5
11	4	4	5	5	5	5	5	5
12	4	4	5	5	5	5	4	5
13	5	4	4	4	5	5	5	5
14	4	5	4	4	5	5	5	5
15	4	4	5	5	4	4	5	5
16	4	4	4	3	5	4	5	4
17	5	4	4	4	4	5	5	4
18	5	5	5	4	5	4	5	5
19	5	5	4	5	5	5	5	4
20	5	5	5	4	4	4	5	5
21	5	5	5	5	5	4	5	5
22	5	5	5	5	5	5	3	4
23	4	4	4	4	5	4	4	3
24	4	4	4	4	5	4	5	3
25	5	5	4	4	5	5	5	4
26	4	4	4	5	5	5	4	4
27	4	4	4	4	5	4	5	3
28	5	5	4	4	5	4	5	3
29	5	5	5	4	4	4	5	3
30	4	4	5	4	5	4	5	3
31	4	4	3	4	4	4	4	3
32	4	4	4	4	5	4	5	3
33	5	5	4	4	5	4	4	3
34	4	4	4	3	5	4	4	3
35	5	5	5	5	5	4	5	3
36	5	5	4	4	4	4	5	3



37	5	5	4	4	5	4	4	5
38	5	5	3	5	5	4	5	5
39	3	4	4	4	5	5	4	5
40	5	5	5	4	4	4	4	4
41	5	5	5	4	5	4	4	5
42	4	5	4	4	5	5	5	4
43	4	5	4	4	5	5	5	5
44	4	5	5	4	5	5	5	5
45	4	5	5	4	5	5	5	5
46	4	4	4	4	5	5	5	5
47	4	5	5	5	5	4	4	4
48	4	4	4	4	5	4	5	4
49	4	4	4	3	4	3	4	4
50	5	5	4	4	5	4	5	3
51	4	4	3	4	5	4	4	3
52	5	5	5	4	5	3	4	4
53	5	5	4	4	5	4	5	3
54	4	4	4	3	5	4	5	3
55	4	4	4	2	4	4	2	4
56	4	4	4	4	4	3	4	3
57	4	4	4	3	4	3	4	4
58	4	4	4	4	5	4	5	4
59	4	4	4	3	5	3	4	3
60	4	4	4	4	5	4	5	3
61	5	5	4	4	5	4	5	3
62	4	5	4	4	5	4	5	4
63	5	5	4	4	5	4	5	4
64	5	5	4	4	5	4	5	3
65	5	5	4	4	5	4	5	3
66	4	4	4	4	4	3	3	3
67	4	5	4	4	5	4	4	3
68	4	4	4	4	5	3	5	3
69	4	4	3	4	5	3	4	3
70	5	5	4	4	5	5	4	5
71	5	4	5	4	5	5	4	4
72	4	4	3	3	4	5	5	5
73	4	4	5	4	5	5	5	5
74	4	4	3	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	5	5
76	4	5	4	4	3	3	4	3
77	4	4	5	5	4	4	3	3

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.





78	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	5	5	5	4	4	4	4
80	4	4	4	4	5	5	4	5	5
81	5	5	4	4	5	4	4	5	5
82	4	4	4	4	5	5	5	5	5
83	4	4	4	4	4	4	5	3	3
84	5	4	3	4	5	3	5	3	3
85	4	4	3	4	4	3	4	4	4
86	4	5	4	4	3	4	3	3	3
87	4	4	5	4	5	5	5	5	5
88	4	4	5	5	4	4	4	3	3
89	4	5	4	4	5	4	5	5	5
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4
91	4	4	3	5	4	4	4	5	5
92	5	5	4	4	5	5	5	5	5
93	4	5	4	4	5	5	5	5	5
94	4	5	4	4	5	5	5	5	5
95	3	4	4	4	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	4	3	3
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5
98	5	4	4	4	5	5	5	5	5
99	5	4	4	4	3	4	4	4	4
100	4	4	4	4	5	5	4	5	5

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

No	HARGA					
	P9	P10	P11	P12	P13	P14
1	4	4	3	4	4	3
2	5	4	3	3	4	4
3	5	4	3	4	3	4
4	5	4	4	4	3	5
5	4	4	3	4	4	4
6	4	4	4	4	3	4
7	4	4	3	4	3	4
8	4	4	3	3	3	4
9	3	5	4	4	4	4
10	3	4	5	4	4	4
11	4	4	5	4	4	4
12	3	3	5	5	4	4
13	4	4	5	4	4	4
14	4	4	5	5	5	5
15	3	4	4	4	4	4
16	4	4	2	4	3	4
17	4	4	4	5	5	5
18	5	4	3	5	5	4
19	4	5	4	4	5	5
20	4	4	4	5	5	5
21	5	5	4	5	5	5
22	5	5	4	5	5	5
23	4	4	5	4	4	4
24	4	4	5	4	4	4
25	5	4	3	3	3	5
26	4	4	3	4	4	4
27	3	4	3	4	3	4
28	5	4	3	4	4	4
29	5	5	3	3	3	4
30	4	4	4	4	3	4
31	4	4	3	4	3	4
32	4	4	4	4	3	4
33	5	5	2	4	4	4
34	4	3	3	4	4	4
35	4	4	4	4	3	4
36	4	4	4	4	4	5
37	3	3	4	4	4	4
38	5	5	4	5	5	5
39	3	4	4	4	4	4



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

40	4	4	5	4	4	4
41	5	4	4	5	5	5
42	4	4	3	4	4	5
43	3	4	5	4	5	5
44	3	3	5	4	4	4
45	4	4	5	4	4	4
46	4	4	5	5	5	5
47	3	4	4	4	4	4
48	4	4	4	4	3	4
49	4	4	3	4	3	4
50	4	5	3	4	3	4
51	3	3	4	4	4	4
52	5	4	3	4	4	4
53	4	4	3	4	3	4
54	4	4	3	4	3	4
55	4	4	2	5	4	4
56	4	4	3	4	3	4
57	4	4	5	4	4	4
58	4	4	3	4	3	4
59	4	4	3	4	4	4
60	4	4	4	4	3	4
61	4	4	3	4	4	5
62	3	4	3	4	3	4
63	5	4	3	4	3	4
64	4	4	3	3	3	4
65	5	4	3	4	4	4
66	3	4	3	4	4	4
67	4	4	4	4	3	4
68	4	4	3	4	4	5
69	5	4	4	5	5	5
70	5	5	5	4	5	5
71	5	4	4	5	5	5
72	3	4	5	5	5	5
73	4	4	5	4	4	4
74	3	4	3	4	4	4
75	4	5	4	5	5	5
76	4	4	3	4	4	4
77	3	4	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	5
79	4	4	4	4	4	5
80	5	4	4	5	5	5

Hak Cipta Dilindungi 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.





81	5	5	4	5	5	5
82	3	3	4	4	4	4
83	4	4	4	3	3	4
84	3	4	3	4	4	4
85	2	4	2	4	4	4
86	3	4	3	4	4	5
87	4	4	3	4	4	4
88	4	4	3	4	3	3
89	2	3	5	4	4	4
90	5	4	4	4	3	3
91	3	3	3	4	4	2
92	3	4	4	5	5	5
93	4	3	5	4	4	4
94	4	4	5	4	4	4
95	3	3	5	5	5	5
96	3	4	4	4	3	3
97	3	5	4	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5
99	4	4	4	4	5	5
100	4	4	4	5	5	5

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

No	LOYALITAS					
	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	4	4	1	4	4
2	4	5	5	3	4	4
3	4	4	5	3	4	4
4	5	5	4	1	4	4
5	4	4	4	2	5	5
6	4	4	5	3	4	4
7	3	4	5	2	4	4
8	4	4	5	1	4	4
9	4	4	5	4	4	5
10	5	4	5	4	5	5
11	4	4	5	4	5	5
12	4	5	5	4	5	5
13	4	4	5	4	5	5
14	4	5	5	5	5	5
15	3	4	4	4	4	5
16	4	4	5	2	4	4
17	5	5	4	4	5	5
18	4	4	5	4	5	4
19	5	5	5	4	5	5
20	5	5	5	4	5	5
21	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	4	4	4
23	4	4	4	1	4	4
24	4	5	5	1	4	4
25	4	5	5	2	4	4
26	3	4	5	3	4	4
27	4	4	5	2	4	4
28	4	5	5	2	4	4
29	4	4	5	3	4	4
30	4	4	5	3	4	4
31	4	4	4	1	4	4
32	5	5	5	3	4	4
33	4	5	5	4	4	4
34	3	4	5	1	4	5
35	4	4	5	1	4	5
36	4	4	5	3	4	4
37	4	4	4	4	5	5
38	4	4	3	4	5	5
39	4	4	5	4	4	5



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

40	4	4	3	5	5	5
41	5	5	5	5	5	5
42	4	5	5	3	4	4
43	4	5	5	4	4	5
44	5	5	5	4	4	5
45	4	5	5	4	5	5
46	4	5	5	4	5	5
47	4	4	5	4	5	5
48	4	5	5	3	4	4
49	3	3	4	2	4	4
50	4	5	5	2	4	4
51	4	4	4	2	5	5
52	5	5	5	2	4	4
53	3	4	5	2	4	4
54	3	4	4	1	4	4
55	2	4	4	1	2	5
56	4	4	5	3	4	4
57	4	4	4	3	4	5
58	4	4	4	3	4	4
59	4	4	4	3	5	5
60	4	4	5	3	4	4
61	4	4	5	3	4	5
62	3	4	4	2	4	4
63	4	4	4	3	4	4
64	4	4	4	2	4	4
65	4	4	5	2	4	4
66	3	4	4	2	4	4
67	4	4	4	3	4	4
68	4	5	5	3	4	4
69	4	4	5	2	4	4
70	5	5	5	4	5	5
71	5	5	5	4	5	5
72	5	5	5	4	5	5
73	4	4	4	5	4	4
74	4	4	4	2	4	4
75	4	4	5	5	5	5
76	3	3	4	2	3	3
77	3	3	4	3	3	4
78	3	4	5	3	5	4
79	4	4	4	2	4	4
80	4	4	5	4	3	5

Hak Cipta Dilindungi 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.





81	5	5	5	4	5	5
82	4	4	5	4	5	5
83	4	4	5	3	4	4
84	4	4	4	3	4	4
85	3	3	4	2	2	4
86	3	3	4	1	2	4
87	4	4	4	4	5	5
88	3	3	4	2	3	3
89	4	4	5	4	4	5
90	3	3	4	2	3	4
91	3	3	3	2	3	3
92	5	4	5	5	4	5
93	4	4	5	5	5	5
94	4	4	5	4	5	5
95	4	4	5	4	5	5
96	3	2	3	1	3	4
97	4	4	5	2	4	5
98	4	4	4	4	4	4
99	4	4	5	4	5	5
100	4	4	5	4	5	5

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**Hak Cipta Dilindungi 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.



Lampiran 3 Uji validitas

Uji Validitas Mutu Produk

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTX1
P1	Pearson Correlation	1	.560**	.187	.212*	.120	.045	.193	.007	.457**
	Sig. (2-tailed)		.000	.062	.034	.235	.657	.055	.942	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.560**	1	.230*	.225*	.224*	.079	.202*	.144	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.024	.025	.437	.043	.153	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.187	.230*	1	.332**	.126	.268**	.058	.197*	.523**
	Sig. (2-tailed)	.062	.021		.001	.210	.007	.564	.049	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.212*	.225*	.332**	1	.116	.227*	.108	.157	.498**
	Sig. (2-tailed)	.034	.024	.001		.251	.023	.283	.119	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.120	.224*	.126	.116	1	.337**	.412**	.195	.549**
	Sig. (2-tailed)	.235	.025	.210	.251		.001	.000	.052	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.045	.079	.268**	.227*	.337**	1	.282**	.554**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.657	.437	.007	.023	.001		.005	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.193	.202*	.058	.108	.412**	.282**	1	.184	.552**
	Sig. (2-tailed)	.055	.043	.564	.283	.000	.005		.066	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Hak Cipta Dilindungi 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.



P8	Pearson	.007	.144	.197*	.157	.195	.554**	.184	1	.634**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.942	.153	.049	.119	.052	.000	.066		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOT X1	Pearson	.457**	.540**	.523**	.498**	.549**	.680**	.552**	.634**	1
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100



**Hak Cipta Dilindungi 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.





### Uji Validitas Harga

Correlations

		P9	P10	P11	P12	P13	P14	TOTX2
P9	Pearson Correlation	1	.448**	-.100	.102	.070	.241*	.460**
	Sig. (2-tailed)		.000	.324	.313	.489	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.448**	1	-.076	.173	.200*	.354**	.492**
	Sig. (2-tailed)	.000		.455	.085	.046	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	-.100	-.076	1	.303**	.409**	.270**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.324	.455		.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.102	.173	.303**	1	.712**	.495**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.313	.085	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	.070	.200*	.409**	.712**	1	.616**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.489	.046	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson Correlation	.241*	.354**	.270**	.495**	.616**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTX2	Pearson Correlation	.460**	.492**	.549**	.712**	.800**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Hak Cipta Dilindungi 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.



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Correlations**

		P9	P10	P11	P12	P13	P14	TOTX2
P9	Pearson	1	.448**	-.100	.102	.070	.241*	.460**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.324	.313	.489	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson	.448**	1	-.076	.173	.200*	.354**	.492**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.455	.085	.046	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson	-.100	-.076	1	.303**	.409**	.270**	.549**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.324	.455		.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson	.102	.173	.303**	1	.712**	.495**	.712**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.313	.085	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson	.070	.200*	.409**	.712**	1	.616**	.800**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.489	.046	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson	.241*	.354**	.270**	.495**	.616**	1	.764**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTX2	Pearson	.460**	.492**	.549**	.712**	.800**	.764**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100



Correlations

		P9	P10	P11	P12	P13	P14	TOTX2
P9	Pearson	1	.448**	-.100	.102	.070	.241*	.460**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.324	.313	.489	.016	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson	.448**	1	-.076	.173	.200*	.354**	.492**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.455	.085	.046	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson	-.100	-.076	1	.303**	.409**	.270**	.549**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.324	.455		.002	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson	.102	.173	.303**	1	.712**	.495**	.712**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.313	.085	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson	.070	.200*	.409**	.712**	1	.616**	.800**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.489	.046	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson	.241*	.354**	.270**	.495**	.616**	1	.764**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.007	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTX2	Pearson	.460**	.492**	.549**	.712**	.800**	.764**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

Hak Cipta Dilindungi 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.







**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Lampiran 4 Uji Reliabilitas**

**Uji Reliabilitas Mutu Produk**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.677	.685	8

**Uji Reliabilitas Harga**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.669	.701	6



**Hak Cipta Dilindungi 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.

**Uji Reliabilitas Loyalitas Konsumen**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	99	99.0
	Excluded <sup>a</sup>	1	1.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.805	.829	6



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Lampiran 5 Dokumentasi



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi 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.



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO.Box. 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id E-mail: rektor@uin-suska.ac.id

PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL  
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

Proposal dengan judul Proposal dengan judul Pengaruh Mutu dan Harga Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah, ditulis oleh saudara :

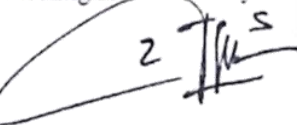
Nama : Nurul Fitrah Awaliyah  
NIM : 11625204362  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Diseminarkan pada : 13 Desember 2019  
Hari / Tanggal : Jumat, 13 Desember 2019  
Narasumber : Mawardi S.Ag, M.Si

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kepala Subbagian Adm. Umum dan  
Keuangan Fakultas Syariah dan hukum

Pekanbaru, 15 Januari 2020

Narasumber



Eri Surianto, S.H.I  
NIP. 196702181993031006



Mawardi S. Ag, M.Si  
NIP. 197108091999061004

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi 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.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARIAH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARIAH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052  
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Pekanbaru, 22 Juni 2020

: Un.04/F.I/PP.00.9/3628/2020  
: Biasa  
: 1 (Satu) Proposal  
: **Mohon Izin Riset**

Kepada  
Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : nurul fitrah awaliyah  
NIM : 11625204362  
Jurusan : Ekonomi Syariah S1  
Semester : VIII (Delapan)  
Lokasi : Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
: Pengaruh Mutu Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus  
Pekanbaru

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan terhitung mulai  
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan  
memberikan izin guna terlaksana riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.

.....  
Dekan



Dr. Drs. H. Hajar., M.Ag  
NIP. 19580712 198603 1 005

Tempat  
Rektor UIN Suska Riau

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.



Universitas Islam Negeri Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**  
Email : [dpmptsp@riau.go.id](mailto:dpmptsp@riau.go.id)

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPTSP/NON IZIN-RISET/33276  
TENTANG

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET DAN  
PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**



1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : UN.04/F/PP.00.9/3628/2020 Tanggal 22 Juni 2020**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

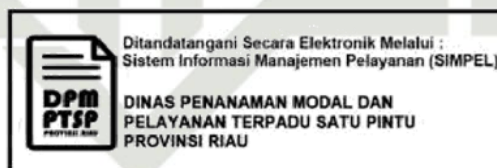
1. Nama : **NURUL FITRAH AWALIYAH**
2. NIM / KTP : 11625204362
3. Program Studi : **EKONOMI SYARIAH**
4. Jenjang : **S1**
5. Alamat : **PEKANBARU**
6. Judul Penelitian : **PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**
7. Lokasi Penelitian : **JALAN PAUS PEKANBARU/RASHIQ STORE**

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 23 Juni 2020



**Tembusan :**  
**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. PIMPINAN RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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.





# JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

## Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

### SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:


Nama : NURUL FITRAH AWALIYAH  
NIM : 11625204362  
Jurusan : EKONOMI SYARIAH  
Judul : PENGARUH MUTU PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS  
KONSUMEN RASHIQ STORE JALAN PAUS PEKANBARU MENURUT  
PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Pembimbing : Dr. Jenita, MM

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 19 Juni 2020

An. Pimpinan Redaksi

  
M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL  
NIP. 198804302019031010

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi 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.



## RIWAYAT HIDUP



Nurul Fitrah Awaliyah, berasal dari Desa Tanjung Belit, Kecamatan Siak Kecil, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau. Penulis lahir dari pasangan Bapak Iskandar dan Ibu Yusro. Lahir pada tanggal 08 April 1998, anak pertama dari dua bersaudara. Adik bernama Muhammad Al Faizin. Penulis mengawali pendidikan di bangku Sekolah Dasar Negeri 03 Tanjung Belit, lulus tahun 2010. Kemudian melanjutkan ke SMP Al Amin Bengkalis, lulus tahun 2013. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan di Sekolah Menengah Atas Negeri 01 Siak Kecil, lulus tahun 2016. Pada tahun yang sama, melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis telah melaksanakan kegiatan PKL di Direktorat Jenderal Kekayaan Negara (DJKN) Pekanbaru, dan telah melaksanakan Program Kuliah Kerja Nyata (Kukerta) di desa Teluk Mesjid, Kecamatan Sungai Apit, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Kemudian penulis melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Mutu Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Rashiq Store Jalan Paus Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*”. Pada tanggal 15 Juni 2020 penulis dimunaqasyahkan dalam Sidang Sarjana (S1) jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau dan memperoleh gelar sarjana ekonomi syariah (SE).

### Hak Cipta Dilindungi 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.