

ABSTRAK

Fitriani, NIM 1520310043 meneliti tentang “Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Konveksi Gamis Tan’em di Janggalan Kudus”. Disusun guna memenuhi tugas perkuliahan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Manajemen Bisnis Islam IAIN Kudus.

Penelitian ini bertujuan 1) Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap loyalitas konsumen pada Toko Tan’em Janggalan Kudus tahun 2019. 2) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen pada Toko Tan’em Janggalan Kudus tahun 2019.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan populasi konsumen Konveksi Gamis Tan’em di Janggalan Kudus. Sampel penelitian berjumlah 100 konsumen. Pengumpulan data dilakukan menggunakan angket, observasi, dan dokumentasi. Pengujian hipotesis data menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa: 1) Hasil pengujian statistik Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} 2,103 dengan nilai t_{tabel} 1,660 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,103 > 1,660$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya Etika Bisnis Islam merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Konveksi Taneem Janggalan Kudus sebesar 18,9% dan sisanya 81,1% untuk variabel lain terkait dengan loyalitas konsumen. 2) Hasil pengujian statistik Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen menunjukkan nilai t_{hitung} 4,644 dengan nilai t_{tabel} 1,660 ini berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,644 > 1,660$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (terdapat pengaruh yang signifikan), yang artinya Kualitas Produk merupakan variabel bebas yang benar-benar berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Konsumen di Konveksi Taneem, Janggalan Kudus sebesar 41,8% dan sisanya 59,2% untuk variabel lain terkait dengan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : *Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen.*