

ABSTRAK

Venia Rosmalia (1720310004), Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Perspektif Islam Pada Zyan Tenun Jepara, skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah, IAIN Kudus, 2022.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh harga, lokasi dan kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan di Zyan Tenun Jepara. Hasil penelitian ini memperdalam pengetahuan khususnya di bidang pemasaran khususnya pada harga, lokasi dan kualitas produk dalam pengambilan keputusan pembelian ulang terhadap suatu produk.

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teori Schiffman *el at* dalam Mutua bahwa loyalitas yaitu komitmen dari seorang pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang diukur dengan pembelian ulang atau *attitudinal commitment*. Loyalitas dapat terjadi dlam dua bentuk yaitu *Behavioral* dan *attitudinal loyalty*. *Behavioral loyalty* yaitu terjadi ketika seorang konsumen melakukan pembelian berulang-ulang suatu produk atau jasa tetapi tidak serta mempunyai sikap yang menyenangkan tterhadap produk tersebut. Hal itu terjadi karena tidak adanya kenyamanan, kebiasaan atau karena hal yang lan. *Attitudinal loyalty* didefinisikan oleh Jacoby dan Chestnutsebagai fungsi dari proses psikologis, termasuk di dalamnya prefensi *attitudinal* dan komitmen dalam merek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Toko Zyan Tenun Jepara menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner (angket). Teknik analisis yang digunakan dalam pengujian instrumen adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis, dan koefisien determinasi dengan menggunakan *SPSS for windows 25,0*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa harga dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Lokasi dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kualitas produk dalam pengujian statistik menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, artinya variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan variabel lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : Harga, Lokasi, Kwaitas Produk, Loyalitas Pelanggan, Prespektif Islam