

## ABSTRAK

Fitriyanti, 2020, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening pada Batik Tulis Al-Barokah*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Pembimbing: Farid Firmansyah, MM.

**Kata Kunci:** *Kualitas Produk, Harga, Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen.*

Kepuasan pelanggan berhubungan dengan loyalitas pelanggan dan menghasilkan pembelian ulang. Loyalitas merupakan satu-satunya nilai yang diciptakan perusahaan dengan membangun nilai yang berasal dari pelanggan yang merupakan semua nilai perusahaan sekarang dan di masa depan. Suatu bisnis disebut sukses jika berhasil mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan. Atribut untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah dengan kualitas produk dan harga. Harga yang sesuai untuk suatu produk atau jasa akan bergantung pada satu faktor yaitu nilai yang diberikan pada pelanggan

Berdasarkan penjelasan tersebut, terdapat lima rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu: pertama, apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen?. Kedua, apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen?. Ketiga, apakah terdapat pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen?. Keempat, apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas konsumen?. Kelima, apakah terdapat pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen?.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah populasi infinit, yaitu jumlah konsumen batik Al-barokah yang tidak diketahui dengan pasti. Data dalam penelitian ini adalah jenis data primer, data langsung dari sumber yang diteliti berupa hasil angket dari konsumen yang merupakan pelanggan tetap IKM batik tulis Al-Barokah. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analisis).

Hasil pengujian path analisis melalui program aplikasi SPSS 20. Hasil output spss menunjukkan bahwa terjadi hubungan langsung kualitas produk terhadap kepuasan dengan standardized koefisien 0,287 dengan tingkat signifikan sebesar 0,006. Pada kolom R square nilai kepuasan menunjukkan angka sebesar 0,557 yang berarti variabilitas kepuasan yang dapat dijelaskan oleh variabilitas kualitas produk dan harga sebesar 55,7% sedangkan sisanya 44,3% dijelaskan oleh variabel lainnya. Hubungan langsung kualitas produk terhadap loyalitas dengan standardized koefisien sebesar 0,079 dengan tingkat signifikan sebesar 0,405. Hubungan langsung harga terhadap loyalitas dengan standardized koefisien sebesar 0,396 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Hubungan langsung kepuasan terhadap loyalitas dengan standardized koefisien sebesar 0,409 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Tabel 4.18 terlihat pada kolom R-square nilai loyalitas menunjukkan angka sebesar 0,651 yang berarti variabilitas loyalitas yang dapat dijelaskan oleh variabilitas kualitas produk, harga dan kepuasan konsumen sebesar 40,9% sedangkan sisanya sebesar 59,1% dijelaskan oleh variabel lainnya.