

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening Pada Klinik Kecantikan Dr’EL Tulungagung (Perspektif Ekonomi Islam)” ini ditulis oleh Elis Candra Setyaningrum, NIM 17402153353, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), IAIN Tulungagung dengan pembimbing Dr. Hj. Nur Aini Latifah, SE., M.M.

Loyalitas pelanggan menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin tajam antara perusahaan satu dengan lainnya. Hal utama agar perusahaan dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pasar, maka perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh para konsumen seperti atribut produk agar kepercayaan konsumen bertambah, tidak beralih pada produk perusahaan lain yang tentunya akan menimbulkan tingkat kepuasan konsumen serta kesetiaan pada produk.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan? (2) Apakah desain berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan? (3) Apakah kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan? (4) Apakah merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan? (5) Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan? (6) Apakah desain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ? (7) Apakah kualitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (8) Apakah merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan? (9) Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan? (10) Apakah harga, desain, kualitas dan merek berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening?.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *probability sampling* dengan kategori *sample random sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 98 responden yaitu para pelanggan Klinik Kecantikan Dr’EL di Tulungagung dengan menggunakan pengukuran skala *likert*.

Pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa (1) harga, desain, kualitas dan merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, (2) harga, desain, kualitas dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, (3) kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian hasil pengujian path analisis menunjukkan bahwa harga, desain, kualitas dan merek berpengaruh loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Atribut Produk, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, *Path Analisis*

ABSTRACT

The thesis entitled “Effect of Product Attributes on Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable at Dr'EL Beauty Clinic Tulungagung (Islamic Economic Perspective)” was written by Elis Candra Setyaningrum, NIM 17402153353, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business (FEBI), IAIN Tulungagung advised by Dr. Hj. Nur Aini Latifah, S.E., M.M.

Customer loyalty is a top priority in this study because of the increasingly sharp level of competition between companies. The main thing for companies to survive, compete, and dominate the market, the company must pay attention to things that are considered important by consumers such as product attributes so that consumer confidence increases, not switching to other company products which will certainly lead to a level of consumer satisfaction and loyalty to customers. product.

The formulations of the problem in this research are (1) Does the price have a significant effect on customer loyalty (2) Does the design have a significant effect on customer loyalty? (3) Does quality have a significant effect on customer loyalty? (4) Does brand have a significant effect on customer loyalty? (5) Does the price have a significant effect on consumer satisfaction? (6) Does design have a significant effect on consumer satisfaction? (7) Does quality have a significant effect on consumer satisfaction (8) Does brand have a significant effect on consumer satisfaction? (9) Does consumer satisfaction have a significant effect on customer loyalty? (10) Do price, design, quality and brand influence the customer loyalty with consumer satisfaction as an intervening variable?

This research uses quantitative research methods with the type of associative research. The data collection technique used was a questionnaire. The sampling technique used is the probability sampling technique with the category of sample random sampling. Samples taken in this research amounted to 98 respondents, they are consumers Dr'EL Beauty Clinic Tulungagung. Regency using a Likert scale measurement.

Hypothesis testing using t test shows that (1) price, design, quality and brand have a significant effect on customer loyalty (2) price, design, quality and brand have a significant effect on consumer satisfaction (3) consumer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Then the results of the path analysis test show that price, design, quality and brand influence the customer loyalty through consumer satisfaction.

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, Path Analysis, Product Attributes*