

disebutkan. Produk fashion Zoya memiliki kualitas bahan yang bagus dan halal, juga memberikan manfaat bagi penggunanya, serta desain dan warnanya menarik sehingga membuat pemakainya tampak lebih anggun dan cantik.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas produk Zoya Fashion Diponegoro Surabaya, maka loyalitas pelanggan pada perusahaan akan semakin tinggi pula. Hal ini menunjukkan bahwa antara kualitas produk dan loyalitas pelanggan memiliki sifat yang saling berbanding lurus. Peningkatan dan penurunan variabel kualitas produk mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk Zoya Diponegoro Surabaya. Sehingga, dalam upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, Zoya Fashion Diponegoro Surabaya harus selalu memperhatikan kualitas produk fashionnya.

2. Kualitas Pelayanan

Koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar $2.358 > 1.98$ dan signifikansi kurang dari 0.05 yaitu 0.020, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya.

Begitupula dengan kualitas pelayanan, sesuai dengan penelitian sebelumnya dari Ropinov Saputra yang berjudul Analisis Pengaruh

yaitu menyatakan hal positif, memberikan rekomendasi kepada orang lain dan melakukan pembelian terus menerus.

- 3) Daya tanggap, kesediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan dengan segera berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas pelanggan. Memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan inilah yang akan membuat pelanggan menjadi loyal.
- 4) Jaminan, berkenaan dengan pengetahuan dan personality karyawan, serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan, memberikan kontribusi positif terhadap terwujudnya loyalitas pelanggan. Hal-hal tersebut membuat pelanggan merasa dimengerti dan nyaman, sehingga membuat pelanggan tersebut menjadi loyal.
- 5) Kepedulian (*Empathy*), pihak Zoya memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, berpengaruh secara positif dimensi loyalitas pelanggan yaitu tetap memilih merek ini, dan merekomendasikannya kepada orang lain dan melakukan pembelian ulang.

Penjelasan di atas didukung dengan konsep ekonomi Islam tentang kualitas pelayanan. Diantaranya yaitu dalam firman Allah QS. Al-A'raaf (26) dan QS. Al-Ahzab (21):

rasa percaya dan keyakinan pelanggan, serta sikap karyawan yang mampu memahami permasalahan pelanggan memberikan kontribusi positif terhadap terwujudnya loyalitas pelanggan.

Jadi semakin tinggi kualitas pelayanan Zoya Fashion Diponegoro Surabaya, maka loyalitas pelanggan pada perusahaan akan semakin tinggi pula. Hal ini menunjukkan bahwa antara kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan memiliki sifat yang saling berbanding lurus. Nilai yang signifikan ini menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan variabel kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya.

3. Harga

Harga memiliki nilai t sebesar $0.709 < 1.98$ dan signifikansi lebih dari 0.05 yaitu 0.480 , maka H_a ditolak dan H_o diterima. Nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$ menunjukkan bahwa variabel harga tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan produk fashion pada Zoya Diponegoro Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga hanya akan berpengaruh ketika diuji secara bersamaan dengan variabel bebas lainnya dan ketika diuji secara parsial tidak mendapatkan hasil yang signifikan yang berarti tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan/pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya menyebabkan timbulnya biaya. Dalam penelitian ini,

Dalam ayat tersebut dijelaskan bahwa Allah SWT melarang hambaNya yang beriman memakan harta sesamanya dengan jalan yang batil. Maksudnya yaitu melalui usaha yang tidak sesuai dengan syariat, seperti dengan cara riba, ghasab, menipu, pengelabuan, dan cara-cara lainnya yang termasuk dalam kategori tersebut.

Zoya tidak melakukan sesuatu yang melanggar syariat dalam mencapai kesepakatan dengan pelanggannya. Zoya menetapkan harga sesuai dengan kualitas dan manfaat yang telah ditetapkan. Zoya juga tidak menetapkan harga yang tinggi sehingga pelanggan merasa dirugikan. Pelanggan membeli produk Zoya sesuai dengan keinginannya. Kesepakatan terjadi karena suka sama suka.

Jadi, karena variabel harga memiliki $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,709 < 1,98$ dan signifikan lebih dari 0,05 yaitu 0,480 hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dan penurunan variabel harga tidak mempengaruhi loyalitas pelanggan pada produk fashion Zoya Diponegoro Surabaya.