

**PENGARUH KEUNIKAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN  
PADA PRODUK RENGGINANG COMEL  
DI EKANG ANCULAI BINTAN, KEPULAUAN RIAU**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri  
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu  
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

**SYIMLI AMANDA HASIBUAN**

NIM.211932

**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI  
SULTAN ABDURRAHMANKEPULAUAN RIAU**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

### PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Syimli Amanda Hasibuan

NIM : 211932

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini ada kesamaan, baik isi, logika, maupun datanya, secara keseluruhan atau sebagian, maka skripsi dan gelar sarjana yang diperoleh karenanya secara otomatis batal demi hukum.

Bintan, 21 Juni 2025

Saya yang menyatakan.

MATERAI  
30000



Syimli Amanda Hasibuan  
211932

## PENGESAHAN SKRIPSI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI**  
**SULTAN ABDURRAHMAN KEPULAUAN RIAU**  
Kampus: Jl. Lintas Barat KM. 19 Ceruk Ijuk Kelurahan Toapaya Asri – Bintan  
Telp. 0771-4442607 Fax. 07771-4442610  
Website: [www.stainkepri.ac.id](http://www.stainkepri.ac.id) Email: [stainkepri@kemenag.go.id](mailto:stainkepri@kemenag.go.id)

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul : Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Rengginang Comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau

Nama : Syimli Amanda Hasibuan

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada : 24 Juli 2025

Nilai Munaqasyah : 86,25

Dan dinyatakan telah diterima oleh STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

### TIM MUNAQASYAH

#### Ketua Sidang

Kamaruzaman, M.M.  
NIDN. 1008118302

#### Penguji I

Sella Kurnia Sari, M.Sc.  
NIDN. 2022119101

#### Sekretaris

Destia Dwi Putri, M.Sc.  
NIDN. 2001129402

#### Penguji II

Sudanto, S.E., M.M  
NIDN. 2115046201

Bintan, Agustus 2025  
STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

Ketua,



Dr. H. Muhammad Faisal, M.Ag  
NIP. 197503242006041005

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

### SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syimli Amanda Hasibuan

NIM : 211932

Program studi : Manajemen Bisnis Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Rengginang Comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau.


Menyatakan bahwa skripsi ini sudah layak untuk dilanjutkan pada sidang Munaqasyah. Diharapkan semoga skripsi tersebut dapat diterima dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pembimbing I



Aulia Rahman, M.E.I  
NIDN: 2130078802

Bintan, Juni 2025  
Pembimbing II



Siti Maheran, Lc., LL., M.  
NIDN: 8859523419

## NOTA DINAS PEMBIMBING

### NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,

Ketua program Studi Manajemen Bisnis Syariah,  
Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi terhadap penelitian Skripsi yang berjudul **Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Produk Rengginang Comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau.**

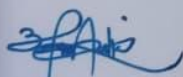
" yang ditulis oleh:

Nama : Syimli Amanda Hasibuan  
NIM : 211932  
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut dapat diajukan pada program studi Pendidikan Agama Islam STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau untuk diujikan dalam rangka untuk memperoleh gelar sarjana. (S.E)

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

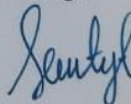
Pembimbing I



Aulia Rahman, M.E.I  
NIDN: 2130078802

Bintan, Juni 2025

Pembimbing II



Siti Maheran, Lc., LL, M.  
NIDN: 8859523419

## ABSTRAK

Syimli Amanda Hasibuan, 2025, 211932, Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang konsumen pada Produk Rengginang Comel di E kang Anculai Bintang, Kepulauan Riau. Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, STAIN Sultan Abdurrahman, Kepulauan Riau.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keunikan produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada produk Rengginang Comel di E kang Anculai, Bintang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan Rengginang Comel pada 1 September 2024 – 20 Februari 2025. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 72 responden, yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil uji t parsial menunjukkan bahwa keunikan produk (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 3,242 dan signifikansi 0,002 ( $< 0,05$ ). Demikian pula, kualitas produk (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 4,781 dan signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Selanjutnya, hasil uji F simultan menunjukkan bahwa keunikan produk dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F-hitung sebesar 34,446, yang lebih besar dari F-tabel (3,130), serta nilai signifikansi 0,000 ( $< 0,05$ ). Koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,485 menunjukkan bahwa 48,5% variasi minat beli ulang dapat dijelaskan oleh keunikan produk dan kualitas produk, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *Keunikan Produk, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang.*

## ABSTRACT

Syimli Amanda Hasibuan, 2025, 211932, The Influence of Product Uniqueness and Product Quality on Consumer Repurchase Intention of Rengginang Comel Products in Ekang Anculai Bintan, Riau islands. Study Program of Sharia Business Management, STAIN Sultan Abdurrahman, Riau Islands.

This research aims to analyze the influence of product uniqueness and product quality on consumer repurchase intention for Rengginang Comel products in Ekang Anculai, Bintan. The type of research used is quantitative with a survey approach. The research population includes all Rengginang Comel customers during the 1 September 2024 – 20 February 2025 period. The sample size used in this study is 72 respondents, determined using the Slovin formula. Data was collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression analysis.

The results of the partial t-test show that product uniqueness (X1) has a positive and significant effect on repurchase intention (Y), with a t-value of 3.242 and a significance of 0.002 ( $< 0.05$ ). Similarly, product quality (X2) also has a positive and significant effect on repurchase intention (Y), with a t-value of 4.781 and a significance of 0.000 ( $< 0.05$ ). Furthermore, the results of the simultaneous F-test indicate that product uniqueness and product quality together have a positive and significant effect on repurchase intention. This is evidenced by an F-value of 34.446, which is greater than the F-table (3.130), and a significance of 0.000 ( $< 0.05$ ). The coefficient of determination (Adjusted R Square) of 0.485 indicates that 48.5% of the variation in repurchase intention can be explained by product uniqueness and product quality, while the remainder is influenced by other factors.

**Keywords:** *Product Uniqueness, Product Quality, Repurchase Intention.*

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

### KEPUTUSAN BERSAMA

#### MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Tahun 1987

Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

#### A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

**Tabel Transliterasi Konsonan**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be

ت	Ta	T	Te
ث	Ṣa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Ḍal	ḏ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)

ع	`ain	`	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We
هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

## B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

## 1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

**Tabel Transliterasi Vokal Tunggal**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	A
ِ	Kasrah	i	I
ُ	Dammah	u	U

## 2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

**Tabel Transliterasi Vokal Rangkap**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ...ي	Fathah dan ya	ai	a dan u
َ...و	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ *kataba*
- فَعَلَ *fa`ala*

- سئِلَ *suila*
- كَيْفَ *kaifa*
- حَوْلَ *hauila*

### C. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

**Tabel Transliterasi Maddah**

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...أ...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
...يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وِ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ *qāla*
- رَمَى *ramā*
- قِيلَ *qīla*
- يَقُولُ *yaqūlu*

#### D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutahada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang*al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ     *raudah al-atfāl/raudahtulatifāl*
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ     *al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatulmunawwarah*
- طَلْحَةَ     *talhah*

#### E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ *nazzala*
- الْبِرُّ *al-birr*

## F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

### 1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

### 2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ *ar-rajulu*
- الْقَلَمُ *al-qalamu*
- الشَّمْسُ *asy-syamsu*
- الْجَلَالُ *al-jalālu*

## G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ *ta'khuzu*
- شَيْءٌ *syai'un*
- النَّوْءُ *an-nau'u*
- إِنَّ *inna*

## H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isi maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ *Wainnallāhafahuwa khair ar-rāziqīn/  
Wainnallāhafahuwakhairurrāziqīn*
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا *Bismillāhimajrahā wamursāhā*

## I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila mana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ      *Alhamdulillahil lāhi rabbi al-`ālamīn/  
Alhamdulillahil lāhirabbil `ālamīn*
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ      *Ar-rahmānirrahīm/Ar-rahmānar-rahīm*

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ عَفْوَ رَحِيمٌ      *Allāhugafūrunrahīm*
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا      *Lillāhi al-amrujamī`an/Lillāhil-amrujamī`an*

## J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

## **KATA PENGANTAR**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kehadiran Allah SWT atas segala rahmat, taufiq, hidayah serta inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Shalawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah menuju zaman nuranniyah yakni addinul Islam.

Penulis sangat menyadari bahwa penyelesaian penulisan Skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan, dan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dari itulah, dengan segala hormat dan rendah hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H, Muhammad Faisal, M. Ag, selaku Ketua STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
2. Bapak Aris Bintania, M. Ag, selaku wakil ketua I STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
3. Bapak Dr. Drs. Almahfuz, M. Si, selaku wakil ketua II STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
4. Bapak H. Rahmad Budi Harto, S.E, MM selaku wakil ketua III STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.
5. Bapak Kamaruzaman, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau.

6. Ibu Aulia Rahman, M.E.I selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, pikiran serta memberikan arahan, nasehat dan bimbingan pada penyelesaian skripsi ini.
7. Ibu Siti Maheran, LC., LL.M. selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga serta memberikan banyak arahan dan masukan selama peneliti melakukan bimbingan skripsi.
8. Ibu Rubiyanti selaku pemilik UMKM Rengginang Comel di desa Ekang Anculai, yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di UMKM Rengginang Comel di Ekang Anculai hingga tuntas.

Penulis menyadari bahwa hasil kerja ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis berharap agar penelitian-penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan lebih baik. Semoga karya ini bermanfaat, terutama bagi penulis sendiri, Aamiin.

Bintan, 24 Juni 2025  
Saya yang menyatakan

Syimli Amanda Hasibuan  
NIM: 211932

**MOTTO**

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

“Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

**(Q.S Al Insyirah : 5-6)**

## **KATA PERSEMBAHAN**

*Bismillahirrahmanirrahim*

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT. Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan serta kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

### **Skripsi ini saya persembahkan:**

1. Pertama, kedua orangtua tersayang, Ayah Marasome Hasibuan dan Mama Nurhabibah Siregar. Meskipun Ayah dan Mama tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun penulis ucapkan terima kasih atas usaha, tetes keringat, selalu memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan, mengusahakan, memberikan dukungan baik secara moral maupun finansial, selalu mengajarkan arti kata bersyukur, serta memprioritaskan pendidikan dan kebahagiaan anak-anaknya. Perjalanan hidup kita sebagai satu keluarga memang tidak mudah, tetapi segala hal yang telah dilalui memberikan penulis pelajaran yang sangat berharga tentang arti menjadi seorang perempuan yang kuat, bertanggung jawab, selalu berjuang dan mandiri. Skripsi ini ditulis penuh dengan tetesan air mata, penuh keterbatasan dan rintangan, tetapi hal tersebut penulis jadikan motivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini. Semoga dengan adanya skripsi ini membuat Ayah dan Mama lebih bangga karena telah berhasil menjadikan Boru Panggoarannya ini menyandang gelar sarjana seperti yang diharapkan. Besar harapan penulis semoga Ayah dan Mama selalu sehat, panjang umur, dan bisa

menyaksikan keberhasilan lainnya yang akan penulis raih di masa yang akan datang.

2. Adik laki-laki penulis, Gibran Hadid Hasibuan yang selalu membuat penulis termotivasi untuk bisa terus belajar menjadi sosok kakak yang dapat memberikan pengaruh positif, serta berusaha menjadi panutannya di masa yang akan datang kelak, tumbuh lebih baik.
3. Teman-teman penulis di jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Bila, Rani, Vinia, Puja dan Dela yang telah berteman sejak awal perkuliahan dalam empat tahun ini, yang selalu memotivasi, menemani, memberikan dukungan, dan bantuan.
4. Penulis ucapkan terima kasih pada sahabat penulis, Vina Liviani yang telah menjadi peneleh di saat-saat sulit, berjuang bersama, dan saling memberi semangat meskipun hidup kita masing-masing penuh tantangan. Semoga semesta memudahkan segala usaha dan mengabulkan doa-doamu. Semoga langkahmu selalu ringan, urusanmu dipermudah, dan hatimu dilapangkan menghadapi takdir yang tidak terduga. Mari saling jaga kesehatan dan hidup lebih lama, agar kebahagiaan dapat diraih bersama dan umur panjang untuk hal-hal baik.

5. Rasa syukur penulis bernama Syimli Amanda Hasibuan ucapkan kepada Allah SWT karena telah berusaha untuk meyakinkan dan menguatkan diri sendiri bahwa penulis dapat menyelesaikan studi ini sampai selesai. Berbahagialah selalu dengan dirimu sendiri, rayakan kehadiranmu sebagai berkah di manapun kamu menjejakkan kaki. Jangan sia-siakan usaha dan doa yang selalu kamu langitkan. Allah sudah merencanakan dan memberikan porsi terbaik untuk perjalanan hidupmu. Semoga langkah kebaikan selalu menyertaimu. Semoga Allah selalu meridhai setiap langkahmu serta menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xvii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>xix</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>C. Tujuan Masalah dan Kegunaannya .....</b>	<b>9</b>
<b>D. Kajian Terdahulu.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Kerangka Teori .....</b>	<b>16</b>
<b>BAB II KONSEP TEORITIS &amp; OPERASIONAL VARIABEL.....</b>	<b>19</b>
<b>A. Kerangka Teori .....</b>	<b>19</b>
1. Keunikan Produk.....	19
2. Keunikan Produk dalam Perspektif Islam .....	22
3. Kualias Produk .....	24
4. Kualitas Produk dalam Perspektif Islam .....	27
5. Minat Beli Ulang .....	29
6. Minat Beli Ulang dalam Perspektif Islam .....	32
<b>B. Hipotesis .....</b>	<b>33</b>
<b>C. Operasional Variabel .....</b>	<b>34</b>

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
<b>A. Desain Penelitian .....</b>	<b>36</b>
1. Jenis Penelitian .....	36
2. Waktu dan lokasi penelitian .....	36
3. Subjek dan Objek Penelitian .....	36
4. Sumber Data .....	37
<b>B. Populasi dan sampel.....</b>	<b>37</b>
1. Populasi .....	37
2. Sampel .....	38
<b>C. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>39</b>
<b>D. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>40</b>
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	40
2. Uji Instrumen.....	42
3. Uji Asumsi Klasik .....	43
4. Uji Hipotesis.....	44
<b>BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA .....</b>	<b>47</b>
<b>A. Gambaran Umum Lokasi.....</b>	<b>47</b>
<b>B. Penyajian Data Penelitian .....</b>	<b>47</b>
1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	47
2. Deskriptif Statistik Variabel .....	50
3. Uji Instrumen.....	52
4. Uji Asumsi Klasik .....	55
5. Uji Hipotesis.....	57
<b>C. Analisis Data Penelitian.....</b>	<b>60</b>
1. Tingkat Keunikan Produk Rengginang Comel di Ekang Anculai .....	60
2. Tingkat Kualitas Produk Rengginang Comel di Ekang Anculai.....	63
3. Tingkat Minat Beli Ulang Produk Rengginang Comel di Ekang .....	66
4. Pengaruh Keunikan Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	69
5. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang .....	69
6. Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang.....	70

<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>71</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>71</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>72</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1</b> Definisi Oprasional .....	34
<b>Tabel 3. 1</b> Skala Likert .....	40
<b>Tabel 3. 2</b> Skor Skala Penilaian.....	41
<b>Tabel 4. 1</b> Jenis Kelamin Responden .....	48
<b>Tabel 4. 2</b> Umur Responden .....	48
<b>Tabel 4. 3</b> Pekerjaan Responden .....	49
<b>Tabel 4. 4</b> Penghasilan Responden.....	50
<b>Tabel 4. 5</b> Deskriptif Variabel Keunikan Produk, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang .....	51
<b>Tabel 4. 6</b> Hasil Uji Validitas X1 Keunikan Produk.....	53
<b>Tabel 4. 7</b> Hasil Uji Validitas X2 Kualitas Produk .....	53
<b>Tabel 4. 8</b> Hasil Uji Validitas y Minat Beli Ulang .....	53
<b>Tabel 4. 9</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	54
<b>Tabel 4. 10</b> Hasil Uji Normalitas.....	55
<b>Tabel 4. 11</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	56
<b>Tabel 4. 12</b> Hasil Uji Multikolinieritas.....	56
<b>Tabel 4. 13</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	57
<b>Tabel 4. 14</b> Hasil Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	58
<b>Tabel 4. 15</b> Hasil Uji t (Parsial).....	59
<b>Tabel 4. 16</b> Hasil Uji F (Simultan) .....	59

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di Indonesia dalam kategori pengusaha kecil dan menengah akhir-akhir ini sudah menunjukkan peningkatan yang baik. Mulai dari segi keterampilan, teknologi, hingga dari segi perkembangan produk yang akan ditawarkan kepada konsumen<sup>1</sup>. Usaha kuliner makanan pun tak luput ikut mengalami perkembangan dan saat ini mulai marak di kalangan masyarakat. Hal itu dikarenakan tingkat konsumsi masyarakat terhadap kuliner sangat tinggi ditambah dengan pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen seringkali melibatkan berbagai pertimbangan. Pembelian ulang diartikan sebagai penilaian individu tentang keinginan untuk membeli kembali layanan dari perusahaan yang sama dengan mempertimbangkan situasi atau keadaannya saat ini<sup>2</sup>. Berdasarkan hal tersebut tentunya persaingan antar pebisnis makanan pun akan semakin ketat. Oleh karena itu, dengan menghadirkan sebuah makanan yang memiliki keunikan yaitu dalam penyajian, bentuk dan inovatif rasa maka nantinya dalam diri konsumen akan timbul ketertarikan untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup>Amri, Firlina Yuniar. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Duren Babeh di Tegal*. Diss. Politeknik Harapan Bersama Tegal, 2021.

<sup>2</sup>Dewi Maharani Purbasari and Dewi Laily Permatasari, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang', *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2.1 (2018), 43 <<https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>>.

<sup>3</sup>Oktaviani, Femi, and Diki Rustandi. "Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness." *PROfesi Humas* 3.1 (2018): 1-20.

Salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam penelitian ini yaitu keunikan produk. Keunikan sebuah produk dapat ditemukan apabila terdapat sebuah komponen yang dapat mengidentifikasi ciri khas dan secara langsung tidak dapat dibandingkan dengan produk pesaing<sup>4</sup>.

Kualitas produk adalah perpaduan atau gabungan karakteristik dan sifat yang menjadi penentu sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh karakteristik dan sifat itu memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang mempunyai nilai pada sasaran pasar, dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan<sup>5</sup>.

Kualitas produk yang baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen dalam memakai produk dan jasa yang ditawarkan oleh suatu usaha. Konsumen dapat dikatakan puas apabila konsumen melakukan pembelian ulang produk dan mempromosikan produk kepada orang lain dengan menceritakan pengalaman baiknya ketika menggunakan produk tersebut. Ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen cenderung tidak akan kembali dan juga akan mengeluh dengan ketidakpuasannya kepada konsumen lain yang akan berpengaruh buruk pada suatu usaha. Kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian ulang

---

<sup>4</sup> Poli, V., Kindangen, P., & Ogi, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas, Promosi dan Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Souvenir Amanda Collection. 15(05), 755–766.

<sup>5</sup> Manese, V. (2016). Analisis Perbandingan Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Persepsi Konsumen Pada Pelanggan Kartu Seluler Indosat dan Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). Jurnal Berkala Ilmiah, 16(03), 605–615.

konsumen yang juga akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan suatu usaha<sup>6</sup>.

رَبُّكُمْ الَّذِي يُرْزِقُ لَكُمْ الْفَلَكَ فِي الْبَحْرِ لِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ إِنَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Tuhan-mu adalah yang melayarkan kapal-kapal di lautan untukmu, agar kamu mencari sebahagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Dia adalah Maha Penyayang terhadapmu”<sup>7</sup>.

QS Al - Isra Ayat 66 diatas menjelaskan Allah menyebutkan sebagian dari nikmat-Nya yang dianugerahkan kepada hamba-Nya agar nikmat tersebut disyukuri. Tuhanmulah yang senantiasa memelihara dan berbuat baik kepadamu adalah dia yang melayarkan kapal-kapal di lautan untukmu, carilah rezeki dimanapun sesungguhnya nikmat-Nya seluas lautan<sup>8</sup>.

Masyarakat Indonesia memiliki minat terhadap kebiasaan mengemil, yang menjadi bagian kehidupan sehari-hari. Masyarakat Indonesia cenderung memilih camilan kering yang mudah ditemukan dan terjangkau, sehingga dapat dinikmati oleh semua kalangan. Camilan seperti kerupuk, kue kering, dan jajanan pasar sering kali dinikmati dalam berbagai kesempatan, baik saat berkumpul dengan keluarga maupun teman. Beragam pilihan camilan mencerminkan kekayaan kuliner Indonesia yang beragam, dengan cita rasa manis, gurih, dan pedas yang menjadi favorit. Selain itu, banyak camilan yang memiliki kenangan tersendiri, mengingatkan masyarakat pada masa kecil atau momen spesial. Semakin berkembangnya industri makanan, inovasi dalam

---

<sup>6</sup>Dewi, L. P. K. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penjahit Krisna Di Singaraja Dengan Kepuasan 67 Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Universitas Pendidikan Ganesha.

<sup>7</sup>QS Al- Isra ayat 66

<sup>8</sup> Tafsir Jalalin

camilan juga semakin beragam, menarik minat masyarakat untuk mencoba hal baru<sup>9</sup>.

Di Provinsi Kepulauan Riau cemilan kering memiliki beragam jenis yang mencerminkan kekayaan budaya dan sumber daya alam daerah tersebut. Salah satu yang paling dominan adalah kerupuk, yang terbuat dari bahan dasar seperti ikan, udang, beras ketan, atau singkong. Kerupuk ini sering disajikan sebagai pendamping makanan atau camilan sehari-hari. Selain itu, ada juga kue kering tradisional seperti rengginang yang populer di kalangan masyarakat. Ciri khas dari camilan rengginang adalah rasa yang gurih dan tekstur yang renyah. Cemilan ini banyak diproduksi secara rumahan, sehingga memberikan nilai tambah bagi ekonomi lokal, dengan keanekaragaman rasa dan bentuk, camilan kering menjadi bagian penting dari identitas kuliner Kepulauan Riau.

Keberadaan UMKM tidak hanya memberikan variasi kuliner, tetapi juga mencerminkan kekayaan budaya lokal. Di daerah Bintan, Kepulauan Riau, terdapat banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang makanan ringan. Makanan ringan yang dihasilkan sering kali menggunakan bahan-bahan lokal, seperti kelapa, ketan, pisang, dan rempah-rempah, yang memberikan cita rasa khas. UMKM di Bintan juga berperan penting dalam perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, banyak UMKM yang

---

<sup>9</sup>Novi Aisha, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Makanan Ringan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)', *Jurnal Riset Manajemen*, 2.1 (2023), 19–29 <<https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1235>>.

memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka, menjangkau konsumen yang lebih luas. Makanan ringan dari Bintan sering dijadikan oleh-oleh bagi masyarakat, sehingga meningkatkan daya tarik daerah tersebut.

Di Kabupaten Bintan terdapat 1811 UMKM yang bergerak khusus di bidang kuliner. Terdapat sebuah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Desa E kang Anculai yang fokus pada bidang kuliner cemilan kering, UMKM ini fokus memproduksi cemilan rengginang. Rengginang ialah Makanan ringan tradisional yang sangat digemari yang terbuat dari beras ketan yang dikukus, dijemur, dan digoreng hingga renyah, memberikan cita rasa yang gurih dan khas. UMKM tersebut bernama “Rengginang Comel” yang terletak di KM 57 Desa E kang Anculai. Rengginang comel adalah salah satu UMKM yang menawarkan produk makanan ringan dengan memanfaatkan bahan baku lokal dan menawarkan keunikan produk dan kualitas produk yang baik. Rengginang Comel hadir sebagai pilihan unggul di pasar UMKM, menawarkan cita rasa yang lebih kaya, tekstur yang lebih renyah dan memiliki keunikan pada bentuk yaitu berbentuk bulat dan berwarna warni yang menjadi pembeda jika dibandingkan dengan produk rengginang lainnya yang biasanya hanya berwarna putih dan berbentuk bulat besar. Rengginang Comel memiliki ketahanan yang baik, dapat disimpan dalam keadaan mentah hingga 4 bulan. Setelah dimasak, rengginang ini tetap awet selama 2 bulan jika disimpan di tempat yang baik dan tidak lembab, dengan cara penyimpanan yang tepat, kualitas dan rasa rengginang Comel dapat terjaga lebih lama. Rengginang Comel dikemas dengan kemasan yang inovatif dan simpel, Penggunaan sealer pada kemasan ini membuat

rengginang lebih awet dan terlindungi dari kontaminasi udara dan memastikan produk tetap terjaga kualitasnya.

UMKM ini tidak hanya berperan dalam memenuhi kebutuhan camilan lokal, tetapi juga menjadi salah satu daya tarik bagi masyarakat yang mencari oleh-oleh khas Bintan, seperti kunjungan wisata yang dilakukan oleh Mantan Menparekraf yaitu Bapak Sandiaga Uno pada Januari tahun 2021, Rengginang Comel merupakan salah satu oleh oleh khas E kang Anculai yang dibawa pulang menuju kota Jakarta. Selain itu Rengginang Comel juga dijadikan masyarakat sebagai oleh oleh menuju luar Kepulauan Riau seperti Kota Dumai, Pulau Bali, Pulau Jawa, Pulau Sumatera, dan Kota Jakarta. Tidak hanya di Indonesia, Rengginang Comel sudah menjadi oleh oleh khas E kang Anculai yang telah sampai kepada negara luar yakni Singapura, Malaysia, Amerika, Australia, dan India melalui oleh oleh dari hotel. Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga membantu pengembangan usaha Rengginang Comel ini dari segi pemasaran. Rengginang Comel dari Desa E kang Anculai menjadi simbol identitas kuliner yang kaya akan tradisi dan budaya lokal. UMKM rengginang comel di E kang Anculai sering memainkan peran penting dalam kegiatan bazaar Kabupaten Bintan dan menjadi salah satu warisan kuliner Bintan khususnya desa E kang Anculai.

Fenomena yang terjadi di kalangan konsumen berkat keunikan dari bentuk dan cita rasa Rengginang Comel yang menggugah selera yang membuat masyarakat tertarik. Penjualan yang dilakukan melalui platform media sosial seperti Facebook (Zanthie Az Zahra), Instagram (Dapur\_Rubi) dan WhatsApp

(081364157130) memudahkan konsumen untuk melakukan pemesanan, sehingga meningkatkan loyalitas dan minat beli ulang. Kemasan yang menarik dan praktis menjadikannya pilihan ideal sebagai oleh-oleh, baik untuk dibawa ke luar daerah maupun luar negeri. Proses produksi yang higienis dan menggunakan bahan berkualitas memastikan kesegaran dan kelezatan produk. Rengginang Comel diproduksi secara rumahan, sehingga terbebas dari bahan pengawet yang berbahaya. Proses produksi yang dilakukan dengan cermat memastikan kualitas dan kealamian produk tetap terjaga. Rengginang Comel juga menjadi simbol pelestarian kuliner lokal khususnya Desa Ekang Anculai, yang semakin diminati di pasar. Strategi pemasaran yang efektif, rengginang comel berhasil menjangkau konsumen yang lebih luas. Fenomena ini menunjukkan bahwa produk tradisional dapat bersaing dengan inovasi dan daya tarik yang tepat. Rengginang Comel telah memperoleh sertifikat halal sejak tahun 2021, menjamin kehalalan dan keamanan produk bagi konsumen. Sertifikasi ini menunjukkan komitmen kami untuk menyediakan makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Banyak pelaku UMKM khususnya rengginang menghadapi tantangan dalam hal inovasi produk. Kurangnya perhatian terhadap keunikan dan kualitas produk menyebabkan konsumen tidak minat untuk melakukan beli ulang. Minat beli ulang sangat penting untuk keberlangsungan usaha, karena mencerminkan kepuasan konsumen. Tanpa inovasi, produk menjadi monoton dan tidak menarik. Hal ini berpotensi mengakibatkan penurunan daya saing di pasar. Pelaku UMKM sering kali tidak menyadari pentingnya diferensiasi atau strategi

produk dalam menarik perhatian konsumen. Selain itu konsumen cenderung beralih ke makanan yang lebih modern dari pada makanan tradisional mengakibatkan penurunan minat terhadap makanan tradisional seperti rengginang, maka dari itu perlu suatu inovasi yang membuat rengginang tetap menjadi makanan tradisional akan tetapi kualitasnya lebih baik dan memiliki keunikan tersendiri. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan tren pasar juga menjadi faktor penyebab kurangnya minat terhadap rengginang. Akibatnya, banyak pelaku UMKM yang terjebak dalam siklus stagnasi. Untuk itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya inovasi dan kualitas produk, dengan demikian, diharapkan konsumen akan lebih loyal dan melakukan minat beli ulang.

Setelah mempertimbangkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian dengan judul "**Pengaruh Keunikan Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada produk Rengginang Comel di Desa Ekanlai Bintan, Kepulauan Riau.**"

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut.

1. Apakah keunikan produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekanlai Bintan, Kepulauan Riau?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekanlai Bintan, Kepulauan Riau?

3. Apakah keunikan produk dan kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau?

### **C. Tujuan Masalah dan Kegunaannya**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh keunikan produk terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau.
- b. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau.
- c. Untuk mengetahui pengaruh keunikan produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen pada produk rengginang comel di Ekang Anculai Bintan, Kepulauan Riau.

#### **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dilakukannya penelitian ini adalah untuk:

- a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi literature di bidang Manajemen Bisnis khususnya dalam bisnis produk UMKM karena di era bisnis yang semakin canggih oleh teknologi diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengetahuan tentang keunikan produk dan kualitas produk terhadap minat beli ulang konsumen.

b. Secara Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dan menjadi sumber masukan bagi para peneliti untuk mempelajari keunikan produk dan kualitas produk sebagai salah satu penelitian yang dapat digunakan dimasa yang akan datang sesuai dengan penelitian yang ingin dibuat.

**D. Kajian Terdahulu**

1. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) KUB Bersatu Di Desa Salohe Kecamatan Sinjai Timur”. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Hukum Islam Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai, 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) KUB Bersatu Di Desa Salohe Kecamatan Sinjai Timur. Jenis penelitian ini adalah penelitian explanatory atau penelitian uji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen KUB Bersatu di Desa Salohe Kecamatan Sinjai Timur sejumlah 12 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan teknik pengambilan sampel (teknik sampling) Nonprobability Sampling dengan Sampling Jenuh.. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik angket dan dokumentasi. Data kemudian dianalisis dengan uji regresi sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) KUB Bersatu di Desa Salohe Kecamatan Sinjai Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap

pendapatan dengan nilai Fhitung sebesar  $49,187 > F_{tabel} 4,965$  dan nilai sig. sebesar  $0,000 < 0,05$ . Melalui nilai dari R Square diketahui bahwa variabel kualitas produk berkontribusi sebesar  $v 83,1\%$  terhadap variabel pendapatan, sedangkan sisanya  $16,9\%$  dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.<sup>10</sup> Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan satu variabel yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan penelitian ini yaitu memiliki 2 variabel sedangkan penelitian yang akan dilakukan memiliki 3 variabel dan memiliki objek penelitian yang berbeda.

2. Penelitian yang berjudul “Pengaruh Keunikan Produk, Promosi Online, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian “Dugal” Durian Kukus Tegal”, program studi Manajemen Bisnis Syariah fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Mas Said Surakarta 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah keunikan produk, promosi online dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan kekinian Dugal (Durian Kukus Tegal). Pendekatan penelitian yang dilakukan yaitu menggunakan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan metode purposive sampling. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 120 responden. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diukur dengan skala Likert dan data dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Hasil dari penelitian ini

---

<sup>10</sup>Nurul Izzah Muwakhidin, ‘Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kub Bersatu’, *Produk UMKM*, 2022.

diketahui bahwa variabel keunikan produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian serta promosi online tidak berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa sebagai pelaku bisnis harus memperhatikan keunikan dan harga dari produk yang dijual agar dapat menarik perhatian konsumen untuk melakukan pembelian<sup>11</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan satu variabel yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan dan sama-sama memiliki 3 variabel. Perbedaan penelitian ini yaitu memiliki objek penelitian yang berbeda.

3. Penelitian yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew” jurnal penelitian oleh Risma Bella Ayu Eyda Putri, Manajemen dan Bisnis Universitas Ciputra 2021. Populasi dalam penelitian ini, yaitu konsumen yang telah melakukan pembelian minimal satu kali produk Pisang Slebew, dengan sampel yang berjumlah 100 responden. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengambilan data berupa kuisisioner dan diolah menggunakan analisis regresi linear berganda dengan alat analisis menggunakan SPSS. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang, serta

---

<sup>11</sup>Hanna Zharfani Aulia, ‘TA: Pengaruh Keunikan Produk, Promosi Online, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian “Dugal” Durian Kukus Tegal’, 2023, 16.

promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli ulang<sup>12</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan satu variabel yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan dan sama-sama memiliki 3 variabel. Perbedaan penelitian ini yaitu memiliki objek penelitian yang berbeda.

4. Penelitian berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Toko NZR Phone” Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh 2022. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Syariah Terhadap Minat Beli Ulang Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Konsumen Pada Toko NZR Phone. Populasi pada penelitian ini adalah 210 responden karyawan yang sudah melakukan Minat Beli Ulang di NZR Phone. Data di proses dengan Structural Equation Modeling (SEM) untuk mengetahui pengaruh dari variabel-variabel. Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Syariah dan Kepuasan Konsumen tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang pada konsumen NZR Phone Darussalam. Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen memiliki hubungan positif dan sangat signifikan. Dikatakan sangat signifikan karena memperoleh nilai C.R 7,349 > dari 1,65 dan nilai p-

---

<sup>12</sup>Risma Bella Ayu Eyda Putri, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew’, *Performa*, 6.1 (2021), 21–29 <<https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907>>.

value sebesar (\*\*\*) $<0,05$  dan Kualitas Pelayanan Syariah tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen NZR Phone Darussalam. Kepuasan Pelanggan memediasi secara penuh ( fully mediating) terhadap Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Syariah dan Minat Beli Ulang pada konsumen NZR Phone Darussalam<sup>13</sup>. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan dua variabel yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan dan sama-sama memiliki 3 variabel. Perbedaan penelitian ini yaitu memiliki objek penelitian yang berbeda.

5. Penelitian berjudul “Pengaruh Keunikan Produk, Variasi Rasa Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fake Plastic Treez Di Lisung The Dago Boutique Resto”, Program studi Manajemen STIE STAN Indonesia Mandiri 2022. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengkaji pengaruh keunikan produk, variasi rasa produk dan kepercayaan terhadap keputusan pembelian produk Fake Plastic Treez pada pengunjung Lisung The Dago Boutique Resto Bandung dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dan verifikatif yang digunakan. Terdapat 3 (tiga) hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini. Instrumen pengukuran berupa penyebaran kuesioner kepada 100 orang pengunjung Lisung The Dago Boutique Resto Bandung yang melakukan pembelian produk Fake Plastic Treez, hasil menunjukkan bahwa secara simultan. 3 variabel bebas (keunikan

---

<sup>13</sup>ANANDA MUHAMAD TRI UTAMA, No 2022, IX.

produk, variasi produk dan kepercayaan) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) pengunjung Lisung The Dago Boutique Resto Bandung terhadap Fake Plastic Treez. Penjelasan lebih lanjut mengenai hasil penelitian, implikasi dan saran penelitian dapat dilihat pada penelitian ini.<sup>14</sup>Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data menggunakan kuesioner, dan satu variabel yang sama dengan penelitian yang sedang dilakukan. Perbedaan penelitian ini yaitu memiliki objek penelitian yang berbeda dan penelitian ini memiliki 4 variabel dan penelitian yang sedang dilakukan memiliki 3 variabel.

---

<sup>14</sup>Kepercayaan Terhadap and Keputusan Pembelian, '381801009-Fernando Afredo', 2022.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Keunikan Produk**

Dalam era bisnis saat ini persaingan antar pengusaha sangatlah ketat, salah satunya yang paling berbahaya adalah adanya perang harga. Demi menghindari hal tersebut seorang pengusaha harus bisa memproduksi suatu barang yang memiliki keunikan tersendiri. Keunikan pada suatu produk akan memberikan nilai keunggulan tersendiri karena produk tersebut tidak dapat secara langsung dibandingkan dengan produk serupa milik kompetitor lain.

Sarosa mendeskripsikan keunikan produk adalah nilai tambah yang membuat produk tampil beda dibandingkan dengan pesaing lain. Keunikan produk suatu perusahaan menjadi penting dan harus selalu ditingkatkan. Mengacu pada pendeskripsian yang telah dilakukan Sarosa dalam perekonomian yang terus berubah dengan cepat, inovasi berkelanjutan merupakan suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan<sup>15</sup>.

### **2. Kualitas Produk**

Kualitas produk termasuk unsur penting agar produk selalu dicari dan dibutuhkan oleh konsumen. Kualitas produk yaitu kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk tersebut baik barang ataupun jasa berdasarkan pada tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu kualitas produk juga merupakan

---

<sup>15</sup>Afredo, Fernando. "Pengaruh Keunikan Produk, Variasi Rasa Produk Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fake Plastic Treez Di Lisung The Dago Boutique Resto." *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Stan-Indonesia Mandiri Bandung* (2022).

salah satu kunci persaingan diantara pengusaha atau pebisnis yang ditawarkan kepada konsumen, karena konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas<sup>16</sup>.

Kualitas produk adalah tujuan utama bagi setiap perusahaan yang ingin produknya tetap bersaing di pasar. Kualitas produk merujuk pada totalitas karakteristik suatu produk barang atau jasa yang menentukan kemampuannya untuk bisa memenuhi atau melampaui harapan dan kebutuhan konsumen. Kualitas memiliki peran penting bagi suatu produk atau jasa yang dimana menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk merupakan kemampuan untuk meningkatkan suatu produk dan strategi untuk mengalahkan pesaing, keunggulan dari kualitas produk yang tinggi dapat menunjukkan beragam fungsi seperti ketahanan, keandalan, ketepatan, dan kemudahan pengguna.<sup>17</sup>

### 3. Minat Beli Ulang

Menurut Kotler dan Amstrong mengatakan bahwa minat beli adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk. Konsumen membentuk preferensi di antara banyak merek pilihan

---

<sup>16</sup>Muwakhidin, Nurul Izzah, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Kub Bersatu', *Produk UMKM*, 2022

<sup>17</sup>Kotler and Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008).

yang mungkin akan menimbulkan minat beli terhadap merek yang paling disukai.<sup>18</sup>

Minat beli ulang merupakan minat pembelian yang didasarkan atas pengalaman pembelian yang telah dilakukan di masa lalu. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa hasil dari pengalaman membeli sebelumnya sangat berpengaruh dengan pembelian selanjutnya. Jika pada pembelian pertama mendapatkan hasil yang memuaskan, konsumen akan mengalami minat beli ulang atau selanjutnya. Jika pembelian pertama memiliki hasil yang buruk, maka tidak akan ada pembelian selanjutnya atau pembelian ulang<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup>Arif Wicaksana and Tahar Rachman, Minat Beli Konsumen, *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, III<<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>.

<sup>19</sup>BAB Ii and Landasan Teori, 'LANDASAN TEORI 2.1 Minat Beli Ulang 2.2.1 Pengertian Minat Beli Ulang', Faradisa 2016, 22–34.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed Mahdi Abdulkareem, Prof. Suresh Vasani, *Consumer Buying Behaviour*, Department of Commerce Saurashtra University, Rajkot.2022.
- Amri, Firliana Yuniar. *Pengaruh Strategi Diferensiasi Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMKM Duren Babeh di Tegal*. Diss. Politeknik Harapan Bersama Tegal, 2021.
- Amstrong and Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Caniago, Aspizain, and Agung Edi Rustanto, 'Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta', *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15.3 (2022), 367–78 <<https://doi.org/10.35508/jom.v15i3.7368>>
- Harjadi, Dikdik, and Iqbal Arraniri, *Experiental Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan*, 2021
- Hastuti, Hastuti, Zakaria Zakaria, and Suratini Suratini, 'Pengaruh Keunikan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Oleh Keunggulan Bersaing: Studi Pada Pengguna Motor Honda Merek Scoopy Di Kota Jayapura', *Prosiding Seminar Nasional Forum Manajemen Indonesia - e-ISSN 3026-4499*, 1 (2023), 734–41 <<https://doi.org/10.47747/snfmi.v1i.1550>>
- Ii, B A B, and Landasan Teori, 'LANDASAN TEORI 2.1 Minat Beli Ulang 2.2.1 Pengertian Minat Beli Ulang', *Faradisa* 2016, 22–34
- Kayawati, Lilis, and Esa Kurnia, 'Membangun Citra Merek Sesuai Konsep Syariah', *Economic and Business Management International Journal (EABMIJ)*, 3.03 (2021), 41
- Kitab Sunan Al-Baihaqi
- Kitab Ushul Fiqh: metode ijtihad dalam hukum Islam
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 J (Jakarta: Erlangga, 2010)
- Mulia, Yang, *No Title No Title No Title*, 2016
- Muwakhidin, Nurul Izzah, 'Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Kub Bersatu', *Produk UMKM*, 2022
- Nofrizal, Nofrizal, 'Pengaruh Keunikan Produk Dan Kelengkapan Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Oleh-Oleh Kota Pekanbaru’, *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 17.3 (2021), 219–26 <<https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.219-226>>
- Novi Aisha, ‘Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Makanan Ringan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)’, *Jurnal Riset Manajemen*, 2.1 (2023), 19–29 <<https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1235>>
- Nurhayati, ‘Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Masyarakat Terhadap Produk Handphone’, *Jurnal Value Added Unimus*, 8 No.2.2 (2012), 47–62
- Prawirosentoso, *Manajemen Poerasi, Analisis Dan Studi Kasus* (Jakarta: Bumi Aksara, 2022)
- Purbasari, Dewi Maharani, and Dewi Laily Permatasari, ‘Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Pembelian Ulang’, *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 2.1 (2018), 43 <<https://doi.org/10.33603/jibm.v2i1.1056>>
- Putri, Hanna Zharfani Aulia, ‘TA: Pengaruh Keunikan Produk, Promosi Online, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kekinian “Dugal” Durian Kukus Tegal’, 2023, 16
- Putri, Risma Bella Ayu Eyda, ‘Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan Pisang Slebew’, *Performa*, 6.1 (2021), 21–29 <<https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1907>>
- Q.S Al-Baqarah (2): 168*
- Schiffman and Kanuk, *Prilaku Konsumen*, Edisi 2 (Jakarta: PT Indeks Gramedia, 2007)
- Shafie, Asiah, Mohd Arif Nazri, and Haziyah Hussin, ‘Makanan Halal Menurut Perspektif Islam & Kepentingan Pelabelan’, *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, 2.3 (2019), 70–84
- Shihab, Qurais, *Tafsir Al-Misbab*
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Tafsir Al-Jalalayn: Jalaluddin Al-Mahalli

Terhadap, Kepercayaan, and Keputusan Pembelian, '381801009-Fernando Afredo', 2022

Triyoko, Triyoko, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Kedai Yoko', *Jurnal Daya Saing*, 8.1 (2022), 56–61 <<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v8i1.818>>

Wicaksana, Arif, and Tahar Rachman, *Minat Beli Konsumen, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2018, III <<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>>