

## **PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN ISLAM, MODAL USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP TINGKAT LOYALITAS PEMBELI PADA UMKM KUE GETI LUCKY'S SUMBER GEMPOL, TULUNGAGUNG**

**Siti Hajar<sup>1</sup>, Agus Eko Sujianto<sup>2</sup>**

Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung  
sihaa1210@gmail.com

**Submitted:** 13<sup>th</sup> Nov 2021/ **Edited:** 29<sup>th</sup> Dec 2021/ **Issued:** 01<sup>st</sup> Jan 2022

**Cited on:** Hajar, S., & Sujianto, A. E. (2022). PENGARUH JIWA KEWIRAUSAHAAN ISLAM, MODAL USAHA DAN LOKASI USAHA TERHADAP TINGKAT LOYALITAS PEMBELI PADA UMKM KUE GETI LUCKY'S SUMBER GEMPOL, TULUNGAGUNG. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(1), 162-172.

### **ABSTRACT**

This study aims to determine how the influence of the Islamic entrepreneurial spirit, business capital and business location on buyer loyalty at the UMKM Kue Geti Lucky's Sumbergempol, Tulungagung. The research method used by the researcher using quantitative-descriptive methods using primary data obtained by distributing questionnaires randomly and processed using the SPSS statistical test. The dependent variable used in this study is buyer loyalty, while the independent variables in this study are the Islamic entrepreneurial spirit, business capital and business location. Based on this research, the results obtained are  $t_{count} < t_{table}$  or  $0.952 < 1.984$ , the significant value generated is  $0.343 > 0.025$ . Therefore, the two variables of Islamic entrepreneurial spirit and business location on buyer loyalty in MSMEs, Lucky's Cakes, Tulungagung have no effect, but if we count one -one result obtained will be significant. For one variable of venture capital, the value of  $t_{count} > t_{table}$  or  $6.516 > 1.984$  and the resulting significance value of  $0.000 < 0.025$  on buyer loyalty to MSMEs, Lucky's Cakes, Tulungagung. And from the results of the value  $f_{count} > f_{table}$  or  $19,501 > 3.09$ , the significant value produced is 0.000, which is smaller than the level of significance of 0.05, all variables have a significant effect.

**Keywords:** Islamic Entrepreneurship, Business Capital, Business Location, Loyalty

### **PENDAHULUAN**

Pengusaha yang bergerak di sektor usaha masyarakat termasuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), sering dikenal sebagai “usaha mikro, kecil dan menengah”. Sebagai salah satu tulang punggung perekonomian suatu negara. Tidak dapat disangkal UMKM dalam menurunkan angka pengangguran, menciptakan lapangan kerja, mengentaskan kemiskinan, meningkatkan kesejahteraan dan membentuk karakter bangsa melalui kewirausahaan.

UMKM Indonesia umumnya terkait dengan masalah ekonomi sosial dalam negeri seperti tingkat kemiskinan yang tinggi, pengangguran yang besar, ketimpangan distribusi pendapatan, proses pembangunan yang tidak memadai wilayah kota dan pedesaan kesulitan urbanisasi. Pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) diperkirakan akan menimbulkan dampak yang cukup besar atas inisiatif tersebut.

UMKM adalah perusahaan yang mampu beradaptasi dan berkembang dalam keadaan sulit. Karena daya adaptasi dan elastisitasnya, investor lebih bersedia menanamkan uangnya ke dalam UMKM. Pelaku usaha kecil dan menengah seringkali memiliki keinginan untuk mengembangkan usahanya meskipun sumber daya yang terbatas. Kecenderungan dalam mengelola semua aspek proyek sendiri, dari awal hingga kesimpulan. hal ini diharapkan mampu mencukupi dan menangani semua aspek perusahaan, mulai dari pengadaan bahan baku hingga manufaktur dan pemasaran.

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan mayoritas perekonomian Indonesia, dan mereka telah terbukti menjadi sumber stabilitas dan pembangunan ekonomi yang dapat diandalkan setelah krisis keuangan global. Oleh karena itu kita harus meningkatkan kesadaran masyarakat tentang perlunya mendukung pertumbuhan UMKM di Indonesia untuk menumbuhkan kohesi sosial. Menurut Wakil Ketua Kadin Indonesia dalam jangka lima tahun terakhir kontribusi UMKM terhadap Produksi Domestik Bruto (PDB) selalu diatas 50% dan sumbangsih UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja diatas 90% (*Bussiness Review*,2015; Hasanah, dkk., 2020).

Kemampuan atau kelebihan seseorang dalam menciptakan, menjalankan dan mengembangkan suatu bisnis dinamakan kewirausahaan atau *Enterepreneurship*. Yang dimana para pemilik bisnis ini mampu menciptakan hal baru untuk mewujudkan dan di kembangkan menjadi usaha yang bisa menopang perekonomian masyarakat sekitar. Menciptakan suatu usaha perlu adanya minat seseorang, kemampuan dan pengetahuan pada jiwa seseorang. Selain itu berbagai faktor seperti modal usaha, lokasi usaha dan etika bisnis yang baik. Dalam menentukan suatu usaha tentunya pelaku usaha tersebut mampu melihat peluang, keuntungan dan perkembangan jangka panjang yang dimana akan terus berkembang pesat untuk kedepannya.

Terciptanya suatu usaha yang baru tentunya ada jiwa kewirausahaan islam yang tertanam dalam diri seseorang, adanya jiwa kewirauahaan tersebut sebagai landasan pada diri seorang pelaku usaha yang berlandaskan al-quran dan hadist. Jiwa kewirausahaan

Islam memberikan pengaruh kepada seorang wirausahawan untuk selalu berusaha, berdoa dan berikhtiar atas apa yang sedang diusahakannya. Jadi, tidak hanya tentang kepuasan semata yang diusahakan namun banyak faktor yang harus di kembangkan yaitu dalam berwirausaha seorang wirausahawan tentunya harus memiliki inovatif, kreatif, mampu menciptakan hal baru dan bisa memanfaatkan peluang untuk bisa diterima oleh konsumen.

(Hanifiyah Yuliatul Hijriah: 2016) menurut perspektif Islam, bisnis dicirikan sebagai serangkaian kegiatan yang mengambil banyak bentuk, namun ada batasan bagaimana aset dapat diperoleh dan digunakan (ada aturan halal haram). Persyaratan bisnis harus memenuhi persyaratan Syariah sesuai hukum dalam al-qur'an dan hadits. Dengan kata lain Syariah disini adalah nilai utama yang menjadi payung strategis dan taktis bagi para pelaku wirausahawan. Pada firman Allah SWT dalam al-Quran surah al-Nisa [4]: 29 bahwa: *"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah SWT adalah Maha Penyayang kepadamu."*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam syariat Islam mengatur dan membentengi aktivitas-aktivitas bisnis secara keseluruhan. Hal ini selaras dengan apa yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW, melalui akhlak yang baik membimbing manusia berpikir, berkata dan bertindak menggunakan acuan al-Qur'an dan hadis dengan tujuan mengharap keridhaan Allah.

Dengan adanya landasan jiwa kewirausahaan Islam diharapkan seorang wirausahawan mampu menerapkan dan mengembangkan suatu usahanya sesuai syariat Islam. Seseorang yang memiliki minat, kemauan dan pengetahuan untuk berwirausahawan haruslah tetap menerapkan sikap jujur, disiplin, ramah, bertanggung jawab dan saling tolong menolong. Agar konsumen pun merasa nyaman, puas atas apa yang sudah ditawarkan maupun yang sudah dibeli, jika konsumen merasa puas atas apa yang dia dapatkan maka akan kembali lagi untuk berlangganan atas apa yang sudah pernah ditawarkan oleh wirausahawan.

Selain jiwa kewirausahaan Islam yang harus tertanam, dalam menciptakan sebuah bisnis atau usaha adapun faktor yang diperlukan yaitu modal usaha. Modal adalah salah satu faktor yang perlu dimiliki dalam menciptakan, memproduksi, dan

mengembangkan suatu usaha, secara garis besar modal merupakan pendorong dalam menciptakan suatu usaha, besar kecil nya modal juga mempengaruhi produktifitas usaha untuk mencapai sesuatu yang maksimal dalam menjalankan usaha.

Menurut (Sari Juliasty: 2009) dalam berwirausaha diperlukan komponen lain yang tidak kalah pentingnya. Dana yang digunakan untuk mendirikan atau menciptakan usaha dapat dianggap sebagai modal bisnis. Istilah “modal usaha” dapat merujuk dalam berbagai hal termasuk: 1) uang awal, 2) uang tunai untuk ekspansi perusahaan, dan 3) modal untuk operasi sehari-hari. Saat mendirikan dan menjalankan usaha, modal uang finansial sangat penting, tetapi bukan yang paling penting. Dengan adanya modal usaha tersebut, seorang wirausahawan bisa memulai merintis dan menciptakan suatu usaha, memenuhi kebutuhan produksi, pemasaran dan kebutuhan lainnya dalam menjalankan suatu usaha kedepannya. Umkm kue geti lucky’s tentunya awal dalam menciptakan usaha ini memerlukan modal. Modal dari segi alat produksi, bahan baku, pemasaran dan untuk para karyawannya. Dengan adanya modal, usaha yang dijalankan mampu menghasilkan barang atau jasa yang berkualitas atau menarik agar konsumen tertarik untuk membelinya.

Menurut (Alexander Thian: 2021) Menempatkan kantor pusat perusahaan di daerah yang paling menguntungkan adalah penting. Bukan hal yang aneh bagi perusahaan untuk memilih situsnya tanpa melakukan uji tuntas yang menyeluruh sebelum membuat keputusan akhir. Untuk beberapa pemilik perusahaan, menemukan situs kosong merupakan faktor penentu dalam keputusan mereka untuk membuka toko. Perhatikan bahwa masalah lokasi adalah item penting yang tidak boleh dicapai secara acak. Saat memulai sebuah usaha, penting untuk memikirkan dimana Anda ingin meletakkannya, karena yang baik akan menarik pelanggan dalam jangka Panjang. Oleh karena itu memilih lokasi untuk membuka usaha membutuhkan pemikiran yang cermat.

Berdasarkan hal diatas tersebut, permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah, bagaimana pengaruh dari jiwa kewirausahaan islam, modal usaha, lokasi usaha terhadap tingkat loyalitas pembeli pada usaha UMKM KUE Lucky’s Sumber Gempol, Tulungagung? Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh nya jiwa kewirausahaan islam, modal usaha, modal usaha, lokasi usaha terhadap loyalitas pembeli pada usaha UMKM KUE Lucky’s Sumbergempol, Tulungagung.

## LANDASAN TEORI

### Jiwa Kewirausahaan Islam

Menurut (Anwar: 2014) Kewirausahaan adalah persamaan kata dari *Entrepreneurship* dalam Bahasa Inggris, *unternebmer* dalam Bahasa Jepang *ondernemen* dalam Bahasa Belanda, kata *entrepreneur* dari Bahasa Perancis, yaitu *entreprende* yang berarti petualang, pengambil resiko, kontraktor, pengusaha (orang yang mengusahakan suatu pekerjaan tertentu) dan pencipta yang menjual hasil ciptaanya.

Semangat kewirausahaan Islam digambarkan sebagai karakter, ciri psikologis, moralitas, atau kepribadian yang membedakan satu individu dengan individu lainnya. Memiliki kapasitas untuk kreatif dan inventif, wirausahawan atau intreprenuer adalah seseorang yang mampu menghasilkan sesuatu yang baru dan unik serta mampu menemukan peluang, berani mengambil resiko dan mampu mengembangkan ide dan memperoleh sumber daya. Sebagai bentuk pengabdian, melalui bisnis adalah suatu yang diberkahi Allah SWT. Perintah Nabi Muhammad SAW dalam melakukan transaksi mengharuskan informasi disampaikan secara jujur, kepercayaan konsumen tetap terjaga, keterampilan komunikasi yang kuat dilakukan, sikap adil digunakan, dan pelanggan tidak kecewa.

Kewirausahaan bagi umat Islam didasarkan pada ajaran Allah SWT, yaitu wirausaha karena Allah, dengan pengertian spiritualitas vertikal dan horizontal. Segala sesuatu yang terdiri dari ibadah, ketakwaan, kepercayaan dan dzikir disertakan. Filosofi horizontal adalah menjaga interaksi yang sehat dengan orang lain, klien, dan anggota masyarakat, seperti yang diungkapkan oleh Asep Surya Maulana (Akil, 2016). Adapun hakikat, tujuan dan manfaat dari kewirausahaan menurut (Marwani & Maulana: 2021) terdiri dari Hakikat, Tujuan, dan Manfaat.

### Modal Usaha

Menurut (Riyanto: 2001), sebagaimana dikutip oleh Kartika Putri, aspek usaha yang harus dimiliki sebelum melakukan kegiatan usaha yaitu modal. Ketika hendak melakukan atau menumbuhkan usaha dan menghasilkan uang, jumlah uang tunai atau modal itu penting. Banyak individu terhambat untuk memulai suatu perusahaan karena kekurangan modal dalam bentuk uang karena kekurangan modal dalam bentuk tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, jaringan, dan modal dalam bentuk uang.

Kamus Besar Bahasa Indonesia dalam Ardi (2011) mengutip perkataan Kartika Putri yang mengatakan bahwa “modal usaha adalah uang yang dipergunakan sebagai pokok (induk) untuk berdagang, mengeluarkan uang, dan sebagainya; harta (uang dan barang) yang boleh dipergunakan untuk menghasilkan apapun yang meningkatkan kekayaan.” Dalam konteks ini, dapat didefinisikan bahwa modal sebagai uang yang akan digunakan untuk memulai suatu bisnis.

### **Lokasi usaha**

Menurut Kotler (2001), lokasi usaha adalah mekanisme aktivitas perusahaan yang memungkinkan produk dapat diakses oleh pelanggan sarannya. Posisi optimal memfasilitasi akses pelanggan sekaligus memastikan keamanan. Akibatnya, ada keterkaitan antara lokasi yang strategis dan keinginan suatu produk kepada pelanggan. Teori lokasi didefinisikan sebagai ilmu yang menyelidiki tatanan spasial kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis sumber-sumber potensial, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap keberadaan jenis usaha atau kegiatan ekonomi dan sosial lainnya. (Tarigan, 2006:77). Penjelasan teoritis terkait dengan perencanaan geografis operasi ekonomi adalah definisi lain dari teori lokasi. Hal ini biasanya terkait dengan alokasi yang strategis geografis dari sumber daya yang terbatas, yang mempengaruhi dan berdampak pada lokasi kegiatan ekonomi dan sosial yang berbeda.

### **Loyalitas**

Loyalitas adalah keinginan yang kuat untuk membeli produk atau jasa favorit di masa yang akan datang. Dengan kata lain, pelanggan akan cukup loyal untuk melakukan pembelian ulang secara rutin. Loyalitas pembelian mengacu pada perilaku pembelian yang setia pada satu merek dan tidak berpindah ke merek lain. Menurut Griffin (2003), loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli, pelanggan yang loyal adalah:

- a. Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- b. Membeli produk antar lini produk dan jasa.
- c. Mereferensikan kepada orang lain.

### **METODE PENELITIAN**

Berikut ini dikemukakan metode penelitian yang digunakan, di antaranya:

1. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif

2. Pembahasan dilakukan secara deskriptif
3. Teknis analisa data menggunakan regresi linier berganda
4. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner
5. Jumlah sampel sebanyak 100
6. Subjek penelitian adalah masyarakat umum
7. Teknik sampel yang digunakan acak
8. Teknis analisis data yang digunakan yaitu: Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji regresi linier berganda, Uji f, Uji t

## HASIL PENELITIAN

### Analisis Keabsahan Data

Berdasarkan hasil pengujian pada validitas pertanyaan ini variabel jiwa kewirausahaan islam ( $x_1$ ), modal ( $x_2$ ), lokasi ( $x_3$ ) dan loyalitas pembeli ( $y$ ) setiap pertanyaan menghasilkan koefisien korelasi  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Maka dinilai semua butir pernyataan dinyatakan valid. Kemudian hasil pengujian terhadap reliabilitas kuesioner variabel jiwa kewirausahaan islam ( $x_1$ ), modal ( $x_2$ ), lokasi ( $x_3$ ) dan loyalitas pembeli ( $y$ ) menghasilkan *Cronbach's Alpha* > 0,60. Hal ini dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan pada variabel dinyatakan reliabel besar dari 0,60.

**Tabel 1. Hasil pengujian Persamaan Regresi Linier Berganda**

	Beta	Nilai t hitung	Nilai signifikansi
Konstan	6.296	5.541	0.000
Kewirausahaan Islam $x_1$	0.066	0.952	0.343
Modal usaha $x_2$	0.380	6.516	0.000
Lokasi $x_3$	0.086	1.397	0.166

Sumber: Data penelitian, 2021

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 6.296 + 0,66 (X_1) + 0,380 (X_2) + 086 (X_3) + e$$

Persamaan regresi linier tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta ( $a$ ) = sebesar 6.296 artinya menunjukkan bahwa jika variabel jiwa kewirausahaan Islam, modal usaha dan lokasi dianggap konstan atau sama dengan nol (0) terhadap loyalitas pembeli adalah sebesar 6.296.
2. Koefisien regresi jiwa kewirausahaan Islam ( $X_1$ ) = sebesar 0,066 menyatakan bahwa variabel jiwa kewirausahaan Islam berpengaruh positif terhadap loyalitas, atau

dengan kata lain jika jiwa kewirausahaan islam ditingkatkan sebesar satu-satuan, maka akan meningkatkan loyalitas pembeli sebesar 0,066.

3. Koefisien regresi modal ( $X_2$ ) = sebesar 0,380 ini menyatakan bahwa variabel modal usaha berpengaruh positif terhadap loyalitas atau dengan kata lain jika modal usaha ditingkatkan sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan loyalitas pembeli sebesar 0,380.
4. Koefisien regresi lokasi ( $X_3$ ) = sebesar 0,086 ini menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas atau dengan kata lain jika lokasi usaha ditingkatkan sebesar satu-satuan maka akan meningkatkan loyalitas pembeli sebesar 0,086.

**Tabel 2. Hasil Pengujian Uji F**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	58.374	3	19.458	19.501	.000 <sup>b</sup>
Residual	95.786	96	.998		
Total	154.160	99			

Sumber: Data penelitian, 2021

Hasil pengelolaan data di atas diketahui bahwa jiwa kewirausahaan islam, modal usaha dan lokasi usaha secara bersama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $19.501 > 3.09$  nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hal ini berarti bahwa variabel jiwa kewirausahaan islam, modal usaha dan lokasi usaha secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pada UMKM kue geti lucky's sumbergempol, tulungagung.

### Uji Signifikansi

Dari hasil perhitungan tabel 1, jiwa kewirausahaan islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0.952 < 1.984$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,343 > 0,025$  maka hal ini berarti  $H_a$  tolak dan  $H_o$  diterima dengan kata lain bahwa variabel jiwa kewirausahaan islam tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

Dari hasil perhitungan tabel 1, modal usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $6.516 > 1,984$  dan nilai signifikansi yang dihasilkan  $0,000 < 0,025$  maka hal ini berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak dengan kata lain bahwa variabel modal usaha mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.

Dari hasil perhitungan tabel 1, lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karena nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-1.397 < 1.984$  dan nilai signifikan yang dihasilkan  $0,166 > 0,025$  maka hal ini berarti  $H_a$  tolak dan  $H_o$  diterima dengan kata lain bahwa variabel lokasi usaha tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.

### **Uji Individu/ Parsial**

1. Hasil uji regresi sederhana dihasilkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $3.286 > 1.984$  dengan nilai signifikan  $0.001 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa uji T untuk variabel jiwa kewirausahaan islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jika diuji secara satu-satu.
2. Hasil uji regresi sederhana dihasilkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $7.491 > 1.984$  dengan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa uji T untuk variabel modal usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jika diuji secara satu-satu.
3. Hasil uji regresi sederhana dihasilkan nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  yaitu  $2.082 > 1.984$  dengan nilai signifikan  $0.040 < 0.05$  maka dapat disimpulkan bahwa uji T untuk variabel lokasi usaha berpengaruh signifikan terhadap loyalitas jika diuji secara satu-satu.

### **Pembahasan Regresi Berganda**

1. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel jiwa kewirausahaan islam ( $X_1$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung. namun jika diuji secara satu-satu maka variabel jiwa kewirausahaan islam ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung. dengan begitu bahwa loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung tidak berpengaruh terhadap jiwa kewirausahaan islam dan hal ini didukung dengan penelitian terdahulu.
2. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel modal usaha ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung. Dengan begitu bahwa loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung salah satunya adalah dari modal usaha
3. Hasil penelitian diketahui bahwa variabel lokasi usaha ( $X_3$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung. namun jika diuji secara satu-satu maka variabel lokasi usaha ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung. dengan begitu bahwa loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's Tulungagung

tidak berpengaruh signifikan terhadap lokasi usaha dan hal ini didukung dengan penelitian terdahulu.

## **KESIMPULAN**

Hasil pengujian Uji T (uji secara parsial) untuk ke dua variabel jiwa kewirausahaan islam dan lokasi usaha terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung. dapat disimpulkan bahwa variabel jiwa kewirausahaan islam dan lokasi usaha tidak berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung.

Hasil pengujian Uji T (uji secara parsial) untuk satu variabel modal usaha terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung. dapat disimpulkan bahwa variabel modal usaha berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung.

Berdasarkan hasil uji F (uji secara simultan) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama jiwa kewirausahaan islam, modal usaha dan lokasi usaha terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung. berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's tulungagung karna nilai  $f_{hitung} > f_{tabel}$  atau  $19.458 > 3.09$  nilai signifikan yang dihasilkan 0,000 lebih kecil dari level of signifikan 0,05. karena  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka hal ini berarti bahwa variabel jiwa kewirausahaan islam, modal usaha dan lokasi usaha secara bersama-sama atau secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's sumbergempol, tulungagung. Variabel yang paling dominan terhadap loyalitas pembeli pada UMKM kue geti lucky's sumbergempol, tulungagung adalah variabel modal usaha. Dilihat dari koefisien determinasi dapat diketahui bahwa jiwa kewirausahaan islam dan lokasi usaha tidak berpengaruh terhadap loyalitas sebesar 37,9%. sedangkan sisanya sebesar 60,8%. Nilai loyalitas dipengaruhi oleh variabel lainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Akil, M. A. (2016). KOMUNIKASI ORGANISASI BERBASIS ELEKTRONIK. Jurnal Dakwah Tabligh, 17(2), 73-84.
- Anwar, M. (2014). Pengantar Kewirausahaan: Teori dan Aplikasi. Jakarta: Prenada

- Ardi, N. (2011). Pengaruh Modal Usaha, Tingkat Pendapatan, dan Sikap Kewirausahaan terhadap Pendapatan Usaha Pengusaha Industri.
- Griffin, Jill. (2003). *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan. Pelanggan.* Penerbit Erlangga. Jakarta
- Hasanah, N., Muhtar, S., & Muliastari, I. (2020). Mudah Memahami Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Hijriah, H. Y. (2016). Spiritualitas Islam dalam Kewirausahaan. *Tsaqafah*, 12(1), 187-208.
- Juliasty, S. (2009). *Cerdas Mendapatkan dan Mengelola Modal Usaha.* PT Balai Pustaka (Persero).
- Kotler, Philip. (2001). *Manajemen Pemasaran Indonesia.* Jakarta : Salemba Empat
- Marwani, M., & Maulana, A. (2021). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT BELI SEPATU VANS (STUDI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SINGAPERBANGSA KARAWANG). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2).
- Riyanto, B. (2001). *Dasar dasar pembelanjaan perusahaan.* Yogyakarta: BPFE
- Tarigan, Robinson. (2006). *Perencanaan Pembangunan Wilayah.* Jakarta: Bumi Aksara
- Thian, A. (2021). *Kewirausahaan: untuk Mahasiswa dan Umum.* Penerbit Andi.