

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Bunga Radiatul Rizky
120.2018.274

Pengaruh Nilai Pelanggan, Ekuitas Merek, Green Marketing dan Kemasan terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Produk The Body Shop di DKI Jakarta Ditinjau dari Sudut Pandang Islam

118 + xii halaman, 20 tabel, 3 gambar dan 4 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan, ekuitas merek, *green marketing* dan kemasan terhadap loyalitas pelanggan serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Populasi yang digunakan pada penelitian ini merupakan pengguna produk The Body Shop di DKI Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan kuisioner yang disebarakan kepada responden. Analisis data yang dilakukan dengan menggunakan WarpPLS 7.0. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai pelanggan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, ekuitas merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, *green marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan kemasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, nilai pelanggan, ekuitas merek, *green marketing* dan kemasan secara bersama-sama dapat menjadi model yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dari sudut pandang Islam nilai pelanggan, ekuitas merek, *green marketing*, kemasan dan loyalitas pelanggan telah sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci: Nilai Pelanggan, Ekuitas Merek, Green Marketing, Kemasan, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business

S-1 Management Study Program

2022

Bunga Radiatul Rizky
120.2018.274

The Influence of Customer Value, Brand Equity, Green Marketing and Packaging on Customer Loyalty of Users of The Body Shop Products in DKI Jakarta its Reviewed from an Islamic Perspective

118 + xii pages, 20 tables, 3 pictures and 4 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of customer value, brand equity, green marketing and packaging on customer loyalty and its review from an Islamic point of view. The population used in this study are users of The Body Shop products in DKI Jakarta with a total sample of 105 respondents. The sampling technique used is a non-probability sampling method with a purposive sampling technique using questionnaires distributed to respondents. Data analysis was carried out using WarpPLS 7.0. This study shows that customer value has a positive and significant effect on customer loyalty, brand equity has a positive and significant effect on customer loyalty, green marketing has a positive and significant effect on customer loyalty and packaging has a positive and significant effect on customer loyalty. . In addition, customer value, brand equity, green marketing and packaging together can be a model that affects customer loyalty. From an Islamic point of view, customer value, brand equity, green marketing packaging and customer loyalty are in accordance with Islamic law.

Keywords: Customer Value, Brand Equity, Green Marketing, Packaging, Customer Loyalty