

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021**

**Rachellyna Angel Aviva
120.2017.219**

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Konsuen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Chatime Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI Angkatan 2017)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Merek Melalui Kepuasan Konsuemen Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Chatime Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI Angkatan 2017. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Simple Random Sampling. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 76 orang mahasiswa/i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuisioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis Paetial Leasr Square Structural Equation Modelling.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek (p-value: <0,001) (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (p-value: <0,001) (3) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas merek (p-value: <0,001) (4) kepuasan konsumen dapat memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas merek (p-value: <0,001).

Dalam pandangan Islam, kualitas pelayanan yang diberikan oleh chatime sudah sesuai dengan ajaran Islam, Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas agar menghasilkan kepuasan kepada konsumen dan membuat konsumen menjadi loyal kepada merek tersebut sehingga konsumen akan membeli produk tersebut secara berulang.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Merek, PLS