

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2021

Putri Dian Anggina  
120.2017.214

**Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Equity Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Online Shopee Dan Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis 2017 Universitas Yarsi)**

97 halaman + xv halaman + 15 tabel + 3 gambar dan lampiran

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Brand Equity terhadap Kepuasan Pelanggan pada Toko Online Shopee dan Tinjauannya menurut Sudut Pandang Islam. Populasi dalam penelitian adalah Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas YARSI 2017 yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi Shopee. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 175 mahasiswa/i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) secara parsial brand equity berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai adj R<sup>2</sup> sebesar 0,939 menunjukkan bahwa variabel independen yang digunakan pada penelitian ini berperan terhadap variabel dependen.

Dalam Islam, kualitas produk menjadi bagian terpenting dari aktivitas ekonomi karena harus mengutamakan barang yang diproduksi tersebut memiliki manfaat serta nilai guna yang dapat memenuhi kebutuhan. Jika kualitas produk baik akan membentuk brand equity yang menjanjikan nilai sesuai dengan yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Brand Equity, Kepuasan Pelanggan, Islam.