

ABSTRAK

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

**Renaldy Pratama
120.2016.139**

Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Faktor Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Yarsi).

133 Halaman + cxxxiii Halaman + 35 Tabel + 9 Gambar + 2 Lampiran

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, citra merek dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji sobel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (2) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (3) kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (4) kepuasan konsumen mampu memediasi kualitas produk, dan citra merek terhadap loyalitas konsumen (5) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dalam islam penggunaan produk tidak hanya pada produk yang sangat bagus tetapi juga pada manfaat dan keunggulan produk yang bersangkutan. Citra merek dalam Islam haruslah memiliki sifat jujur, yakni mampu menjaga kepercayaan pelanggannya terhadap merek tersebut. kejujuran dalam melakukan branding, menciptakan nama baik yang menunjukkan identitas dan kualitas. Keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Allah SWT.

Kata kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Islam

ABSTRACT

***Faculty of Economics and Business
Bachelor of Management Study Program
2021***

**Renaldy Pratama
120.2016.139**

The Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Mediation Factor and Its Overview from an Islamic Point of View (Case Study of Yarsi University Students).

133 Pages + cxxxiii pages + 35 Tables + 9 Pictures + 2 Attachment

Abstract

This research was conducted to determine the effect of product quality, brand image and consumer satisfaction on consumer loyalty. The number of samples used in this study were 100 respondents, the data collection method used a questionnaire. Data analysis using multiple linear regression analysis, t test, F test, and sobel test. The results showed that: (1) product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty (2) brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty (3) consumer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty (4) consumer satisfaction is able to mediate product quality, and Brand image on consumer loyalty (5) simultaneously all variables have a significant effect on consumer loyalty. In Islam the use of the product is not only for a very good product but also on the benefits and advantages of the product concerned. A brand image in Islam must have an honest character, namely being able to maintain the trust of its customers in the brand. honesty in branding, creating a good name that shows identity and quality. This faith is what is meant by servant loyalty to Allah SWT.

Keywords : Product Quality, Brand Image, and Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty, Islam