

## **ABSTRAK**

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

**2019**

**Aldilla Puspa Dara**

**120.2016.259**

**Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen Produk Sepatu Nike Jakarta Timur serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.**

110 halaman + xv halaman + 24 tabel + 4 gambar, dan 4 lampiran

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen produk sepatu Nike Jakarta Timur secara parsial dan simultan. Populasi dalam penelitian adalah konsumen loyalitas dari produk sepatu Nike. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel purposive sampling. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuisioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (3) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Dalam sudut pandang islam, tentang citra merek dan kualitas produk sudah sesuai dengan prinsip-prinsip yang diajarkan oleh Rasulullah yaitu transparan, tidak berbohong dan menerapkan manajemen produksi yang baik (siddiq, amanah, fathonah dan tabligh).

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen dan Syariat Islam.

## ***ABSTRACT***

***Faculty Of Economics and Business  
Study Program S-1 Management  
2019***

**Aldilla Puspa Dara**

**120.2016.259**

***The Influence of Brand Image and Product Quality on Consumer Loyalty of Product Shoe Nike East Jakarta and Its Review From Islamic Point Of View***

***110 pages + xv pages + 24 tables + 4 pictures + and 4 attachments***

*The purpose of this research is to determine the effect of brand image and product quality on customer loyalty to East Jakarta Nike shoes products partially and simultaneously. The population in the research are the consumer loyalty from Nike shoe products. The sampling technique used was purposive sampling technique. The number of respondents in this research are 100 respondents. Data were collected by using survey methods with questionnaire instruments. The data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and F test (simultaneous). The results of the study show that: (1) brand image has a positive and significant effect on consumer loyalty. (2) product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. (3) simultaneously all independent variables have a positive and significant influence on consumer loyalty. In the Islamic perspective, the brand image and product quality are in accordance with the principles taught by the Rasulullah, namely transparent, not lying and implementing good production management (siddiq, amanah, fathonah dan tabligh).*

***Keywords: Brand Image, Product Quality, Consumer Loyalty and***