

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Rio Maulana Silaen
120.2014.151

Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Konsumen Produk Bodypack Jakarta Pusat)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen tas merek bodypack. Populasi penelitian ini adalah pemakai tas merek Bodypack di wilayah kota jakarta pusat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* menggunakan rumus tingkat keyakinan dengan sampel sejumlah 81 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis path analysis, uji sobel, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: kualitas produk (x1) dan *brand image* (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (m). Begitu pula dengan hasil kualitas produk (x1) dan *brand image* (x2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen (y), akan tetapi kepuasan konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen dan tidak dapat memediasi variabel kualitas produk dan brand image terhadap loyalitas konsumen dikarenakan uji sobel sebesar t_{hitung} kualitas produk. Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen jika diuji secara bersama-sama. Tinjauan Islam tentang kualitas produk dan *brand image* terhadap kepuasan konsumen yang berdampak pada loyalitas konsumen Bodypack Jakarta Pusat sudah sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam, karna produk-produk Bodypack menggunakan bahan yang halal, menjaga nama baik konsumen dan jujur di setiap produk yang dihasilkannya.

Kata Kunci : *kualitas produk, brand image, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen*

ABSTRACT

**Faculty of Economics
Bachelor of Management Study Program
2019**

**Rio Maulana Silaen
120.2014.151**

The Effect of Product Quality and Brand Image on Consumer Satisfaction that Impacts Consumer Loyalty and Its Review From an Islamic Perspective (Case Study on Consumer Bodypack Products in Central Jakarta)

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality and brand image on consumer satisfaction which has an impact on consumer loyalty for the bodypack brand bag. The population of this research is Bodypack brand bag users in the Central Jakarta city area. The sampling technique used was accidental sampling using a formula of confidence level with a sample of 81 respondents. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. Data analysis methods used are path analysis, sobel test, t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that: product quality (x1) and brand image (x2) had a positive and significant effect on customer satisfaction (m). Similarly, the results of product quality (x1) and brand image (x2) have a positive and significant effect on consumer loyalty (y), but customer satisfaction has a positive and not significant effect on customer loyalty and cannot mediate product quality and brand image variables on loyalty consumers because of the sobel test for tcount product quality. Simultaneously all independent variables have a significant effect on consumer loyalty if tested together. Islamic review of product quality and brand image on consumer satisfaction that has an impact on consumer loyalty Bodypack, Central Jakarta is in accordance with the principles of Islamic teachings, because Bodypack products use halal materials, maintain the good name of the consumer and be honest in every product it produces.

Keywords : *product quality, brand image, customer satisfaction and customer loyalty*