

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1 Manajemen
2023

Suci Wulandari

1202019241

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Produk Apple Di Jakarta Utara Dengan Kepuasan Pelanggan Dan Pembelian Ulang Sebagai Variabel Mediasi Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam

106 Halaman + xiv halaman + 30 tabel + 6 gambar dan 19 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengguna produk Apple menjadi loyal terhadap produk Apple dari segi kualitas produk yang di dukung atau di mediasi oleh kepuasan pelanggan dan pembelian ulang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, hal ini dikarenakan tidak semua orang memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel dan harus memenuhi syarat yaitu pengguna produk Apple. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu uji kualitas data (uji validitas, uji reliabilitas), uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas), dan analisis regresi linier berganda (uji R, uji T, uji Sobel). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk-Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk-Pembelian Ulang, Kepuasan Pelanggan-Loyalitas, Pembelian Ulang-Loyalitas berpengaruh positif dan signifikan, namun Kualitas Produk-Loyalitas tidak berpengaruh positif dan signifikan, serta kedua variabel Z yaitu Kepuasan Pelanggan dan Pembelian Ulang mampu memediasi. Dalam pandangan Islam, apabila ingin meningkatkan loyalitas pelanggan, penjual harus bisa menjaga kualitas produk dengan memastikan bahwa produk tersebut halal dan memperhatikan kepuasan pelanggan. Ketika kepuasan pelanggan tinggi serta tidak ada unsur paksaan dalam proses transaksi sesuai dengan syariat Islam dan sudah sesuai dengan kebutuhan pelanggan maka akan terjadi pembelian ulang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Pembelian Ulang, Loyalitas.

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program SI Management
2023*

Suci Wulandari
1202019241

The Effect of Product Quality on Apple Product User Loyalty in North Jakarta with Customer Satisfaction and Repurchase as Mediating Variables and Its Review from an Islamic Point of View

106 Page + xiv Page + 30 table + 6 picture and 19 attachment

Abstract Description

This study aims to see Apple product users become loyal to Apple products in terms of product quality which is supported or mediated by customer satisfaction and repeat purchases. The sampling technique used is a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach, this is because not everyone has the same opportunity to be sampled and must meet the requirements, namely Apple product users. Data was collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis techniques used are data quality test (validity test, reliability test), classical assumption test (normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test), and multiple linear regression analysis (R test, T test, Sobel test). The results showed that the variables of Product Quality-Customer Satisfaction, Product Quality-Repurchase, Customer Satisfaction-Loyalty, Repurchase-Loyalty had a positive and significant effect, but Product Quality-Loyalty had no positive and significant effect, and the two Z variables, namely Customer Satisfaction and Repurchase, were able to mediate. In the Islamic view, if you want to increase customer loyalty, the seller must be able to maintain product quality by ensuring that the product is halal and paying attention to customer satisfaction. When customer satisfaction is high and there is no element of coercion in the transaction process in accordance with Islamic law and in accordance with the needs of the customer.

Keywords: *Product Quality, Customer Satisfaction, Repurchase, Loyalty.*