

## ABSTAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2025

**Aprilia Dinda Maharani**

**120.2020.180**

**Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga , Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Sunscreen Azarine Serta Tinjauan Dari Sudut Pandang Islam (Studi Konsumen Pada Produk Sunscreen Azarine di DKI Jakarta )**

(133 halaman + xv halaman + tabel + Gambar + lampiran)

### Uraian Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk sunscreen azarine serta tinjauan dari sudut pandang islam. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna produk Sunscreen Azarine di DKI Jakarta yang berjumlah 105 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis yang digunakan yaitu metode SPSS dan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil Penelitian ini menunjukkan (1) Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan (2) Persepsi Harga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (4) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Pelanggan (5) Ditinjau dalam sudut pandang Islam, variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan diperbolehkan dalam Islam. Sedangkan persepsi harga tidak diperbolehkan, karena persepsi harga mengarah pada praktik yang tidak sesuai dengan prinsip keadilan dan keseimbangan dalam transaksi yang dilarang Allah SWT. Pada dasarnya bermuamalah yang baik dan diridhai Allah SWT harus dijalankan sesuai dengan syariat Islam dan menjauhi hal-hal yang jelas dilarang Allah SWT.

**Kata Kunci :Kualitas Produk, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, Islam**

## ***ABSTRACT***

**Faculty of Economics and Business**

**S-1 Management Study Program**

**2025**

**Aprilia Dinda Maharani**

**120.2020.180**

**The Effect of Product Quality, Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty to Azarine Sunscreen Products and a Review from an Islamic Perspective (Consumer Study on Azarine Sunscreen Products in DKI Jakarta)**

*(133 page + xv page + table + Figure + attachment)*

### ***Abstract Description***

*This research aims to determine the effect of Product Quality, Price Perception, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty on Azarine sunscreen products and a review from an Islamic perspective. The sample in this study were users of Azarine Sunscreen products in DKI Jakarta totaling 105 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data collection technique used a survey method with a questionnaire instrument. The analysis method used was the SPSS method and Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of this study indicate (1) Product Quality does not affect Customer Loyalty (2) Price Perception has a positive effect on Customer Loyalty (3) Service Quality has a positive effect on Customer Satisfaction (4) Customer Satisfaction has a positive effect on Customer Loyalty (5) Viewed from an Islamic perspective, the variables of product quality, service quality and customer satisfaction are permitted in Islam. While price perception is not permitted, because price perception leads to practices that are not in accordance with the principles of justice and balance in transactions that are prohibited by Allah SWT. Basically, good transactions and those approved by Allah SWT must be carried out in accordance with Islamic law and avoid things that are clearly prohibited by Allah SWT.*

**Keywords:** Product Quality, Price Perception, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty, Islam