

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS AIRLANGGA**

PROGRAM STUDI : EKONOMI ISLAM
DAFTAR NO. :

**ABSTRAK
SKRIPSI SARJANA EKONOMI ISLAM**

NAMA : Moh. Fahmi Oktafiandy
NIM : 040914046
TAHUN PENYUSUNAN : 2017

JUDUL:

Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Muslimah Sebagai Mediator Pada Butik Busana Muslim Shafira di Surabaya

ISI:

Saat ini *trend fashion* hijab semakin berkembang dan beragam. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya pelaku bisnis yang bergerak di bidang produk *fashion* muslim, salah satunya adalah Shafira.. Seiring maraknya kompetisi antar merek *fashion* hijab saat ini, maka loyalitas konsumen haruslah dijaga. Adapun variabel yang dapat berpengaruh terhadap loyalitas adalah citra merek dan kepuasan konsumen. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap kepuasan konsumen, pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen, serta pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen dimana kepuasan konsumen memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen Shafira.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebarkan kuesioner terhadap 96 konsumen di butik busana muslim Shafira kota Surabaya. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *sampling purposive*. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS dan *Sobel Test* untuk menguji efek mediasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek memiliki pengaruh hubungan positif yang signifikan dengan kepuasan konsumen, citra merek juga memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas konsumen, kepuasan konsumen memiliki hubungan positif yang signifikan dengan loyalitas konsumen. Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa kepuasan konsumen mampu memediasi citra merek Shafira terhadap loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Cita Merek, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen, Fashion Muslim