

ABSTRAK

Indah Wahyuning Tyas, 1720210189, Pengaruh *Product Quality*, *Brand Image* dan *Service Excellent* terhadap Kepuasan Pelanggan Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Teras Store Kudus)

Ekosistem iPhone bekas di Kota Kudus sendiri mulai tumbuh seiring dibukanya *counter-counter* iPhone bekas. Teras Store adalah salah satu *counter* yang menjual produk-produk Apple baik produk baru maupun produk bekas seperti iPad, iPhone, AirPods, dan lainnya dari berbagai seri. Selain itu, Teras Store juga menawarkan jasa servis iPhone. Servis ini termasuk juga servis perangkat lunak unit, pergantian layar *handphone*, *speaker*, baterai, kamera belakang, kamera depan dan mesin iPhone.

Jenis penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*Field Research*) menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini mengambil objek Teras Store Kudus, sumber data penelitian menggunakan data primer dan sekunder yang diambil dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi secara offline maupun online melalui sosial media dan website.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *Product Quality* terhadap kepuasan pelanggan. 2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *brand image* terhadap kepuasan pelanggan. 3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan. 4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *Product Quality*, *brand image* dan *service excellent* terhadap kepuasan pelanggan Teras Store Kudus serta praktik jual beli yang dilaksanakan telah memenuhi nilai-nilai yang dianjurkan dalam ekonomi Islam.

Kata Kunci : *Product Quality*, *Brand Image*, *Service Excellent*, Kepuasan Pelanggan