

ABSTRAK

Sukma Fitriana Lestari (1820310034), Pengaruh *Islamic Marketing*, *E-Service Quality*, dan *Customer Experience* Terhadap Loyalitas Pelanggan Shopee Di Kota Kudus, Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus 2022.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: apakah ada pengaruh antara *Islamic marketing* terhadap loyalitas pelanggan, apakah ada pengaruh antara *e-service quality* terhadap loyalitas pelanggan, dan apakah ada pengaruh antara *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *survey research*. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa *survey* (kuesioner) dan dokumentasi. Penyebaran kuesioner menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* menggunakan rumus *Cochran*. Jumlah sampel 97 responden dengan kriteria responden berdomisili di Kabupaten Kudus dan melakukan transaksi di Shopee lebih dari satu kali. Metode yang digunakan dalam analisis data adalah analisis linier berganda dengan menggunakan SPSS 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Islamic marketing*, *e-service quality*, dan *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Secara simultan terdapat pengaruh antara *Islamic marketing*, *e-service quality*, dan *customer experience* terhadap loyalitas pelanggan.

Kata Kunci : *Islamic Marketing*, *E-Service Quality*, *Customer Experience*, dan Loyalitas Pelanggan.