

ABSTRAK

Werlys Yana Marni Nahampun (1620210059) dengan judul “**Pengaruh *Islamic Service Quality* Dan Citra Perusahaan Terhadap Intensitas Pembelian Pada Konsumen Di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus**”. Skripsi. Kudus : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari’ah (ES). IAIN Kudus 2020.

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka mengeluarkan produk, mempertahankan produknya, menarik konsumen dan menangani pesaing. Begitu pentingnya perusahaan untuk tetap mempertahankan konsumen, maka perusahaan dituntut untuk menciptakan strategi-strategi yang menarik untuk memikat hati para konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang terbaik dan menjaga nama baik perusahaan. Oleh karena itu dengan adanya kejadian tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian “Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Citra Perusahaan Terhadap Intensitas Pembelian Pada Konsumen Di CV. Mubarak Food Cipta Delicia Kudus”.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 50 responden. Pengolahan data analisis ini menggunakan SPSS 23. Kemudian metode pengumpulan data dengan cara menyebarkan google form lewat media sosial dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas) dan uji hipotesis (uji regresi linear berganda, uji t dan uji determinasi).

Dari hasil penelitian ini diperoleh t_{hitung} untuk masing-masing variabel yaitu *islamic service quality* (X_1) 3,905 citra perusahaan (X_2) 2,482 dengan t_{tabel} 2,009. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan bahwasanya *islamic service quality* (X_1) dan citra perusahaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap intensitas pembelian (Y). Berdasarkan koefisien determinasi R^2 dari kedua variabel tersebut adalah 37,9%. Hal ini berarti kedua variabel independent hanya mampu menjelaskan sebesar 37,9% variasi dependen, sedangkan sisanya 62,1% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian.

Kata Kunci : *Islamic Service Quality*, Citra Perusahaan dan Intensitas Pembelian