## **ABSTRAK**

Nama : Mohamad Firmansah

Program Studi : Magister Manajemen

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap

Niat Pembelian Ulang melalui Kepercayaan Pelanggan Baju

Muslim di *Instagram* 

Analisis pengaruh antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap niat pembelian ulang telah berhasil dilakukan. Metode penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan melakukan survei kepada 122 responden wanita yang aktif berbelanja *online* menggunakan media *Instagram*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan dari *online shop* yang menjual produk baju muslim di *Instagram*, maka tingkat kepercayaan konsumen juga akan semakin tinggi. Disamping itu variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap niat pembelian ulang. Hal ini menjelaskan

bahwa kepercayaan merupakan nilai utama agar konsumen mau melakukan

pembelian ulang.

Kata kunci : kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan, niat pembelian

ulang, online shop, Instagram