**ABSTRAK**

Ach. Fatoni, 2020, *Brand Equity Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Rumah Makan Asela Sampang,* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Madura, Pembimbing: Dr. Sakinah, MEI.

**Kata Kunci:** *Brand Equity. Etika Bisnis Islam*

*Brand equity* adalah seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan suatu merek, nama dan simbolnya yang mampu menambah atau mengurangi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau kepada pelanggan perusahaan. Seperti halnya usaha pada rumah makan Asela, Asela adalah rumah makan yang memiliki *brand equity* pada rumah makannya dan telah menjalankan usaha tersebut sesuai dengan etika bisbis Islam, yaitu sesuai dengan syariah Islam. Berdasarkan hal tersebut, maka ada dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama,* bagaimana penerapan *brand equity* rumah makan Asela; *kedua,* bagaimana *brand equity* rumah makan Asela dalam perspektif etika bisnis Islam. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan *brand equity* Rumah Makan Asela dalam perspektif etika bisnis Islam. Kegunaannya untuk memberikan informasi kepada masyarakat lebih luas dan detail tentang Rumah Makan Asela.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data melalui wawancara, dokumentasi, dan observasi. Informan yang digunakan adalah pemilik Rumah Makan Asela, karyawan di Rumah Makan Asela, dan pelanggan di Rumah Makan Asela, Sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan melalui perpanjangan kehadiran peneliti, ketekunan, kecukupan referensi, dan triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: *pertama,* Asela berdiri sejak tahun 2008 hingga saat ini mengalami kenaikan dalam penjualannya meski hanya mempromosikan usaha rumah makan ini di sosial media dan browsur-browsur yang dibagikan oleh abah sendiri pada waktu pertama berdiri, Asela memiliki tempat yang strategis dengan pemandangan yang menghadap ke pantai, hal ini salah satu hal yang menarik minat pelanggan untuk datang selain ingin makan. *Kedua,* dalam melakukan melayani pelanggan, karyawan rumah makan Asela juga mengimplementasikan aktifitas ramah, jujur, dan bertanggung jawab untuk pelanggan yang memiliki masalah dari segi apapun, misalnya dari segi makanan. Rumah makan Asela bertanggung jawab jika ada kesalahan atau pelanggan kurang puas terhadap menu yang dipesan maupun tempat makan di Asela. Sebab jika tidak dengan menerapkan kejujuran, kesopanan, ramah, dan baik sesuai dengan syariah Islam, maka konsumen akan merasa kecewa bahkan konsumen tidak kembali lagi untuk menjadi pelanggan. Hal ini termasuk dalam etika dalam membuka usaha karena sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga bisa dikatakan bahwa Rumah Makan Asela telah menerapkan etika bisnis Islam dalam usaha tersebut.