

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2020

Novita Sari Dewi  
120.2016.119

**Pengaruh Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Pelanggan KFC Taman Solo Serta Tinjaunnya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 2016-2019 Universitas YARSI).**

128+xiv halaman, 25 tabel, 4 gambar, 8 lampiran

### Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh kualitas produk, *store atmosphere*, dan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen pada pelanggan KFC Taman Solo. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Angkatan 2016-2019 Universitas YARSI yang setia berkunjung di KFC Taman Solo. Sample dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang setia berkunjung di KFC Taman Solo minimal berkunjung 2 kali, >3 kali s/d >4 kali dalam seminggu dengan jumlah 150 responden. Teknik pengambilan sample menggunakan metode *non probability*, dengan teknik *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) pengaruh kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (2) *store atmosphere* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (3) kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. (4) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen. Menurut pandangan Islam, pengaruh kualitas produk, *store atmosphere*, kepercayaan, dan loyalitas konsumen pada pelanggan KFC sudah dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, *Store Atmosphere*, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen.

## **ABSTRACT**

**Faculty Of Economics and Business  
Bachelor of Management Study Program**

**2020**

**Novita Sari Dewi  
120.2016.119**

***The Influence of Product Quality, Store Atmosphere, and Trust on Consumer Loyalty in KFC Taman Solo And Its Review From an Islamic Perspective. (Case Study On Student 2016-2019 Of The Faculty Economics and Business YARSI University).***

128+xiv halaman, 25 tabel, 4 gambar, 8 lampiran

### ***Abstract Description***

*This study aims to determine whether there is an effect of product quality, store atmosphere, and trust on consumer loyalty to KFC Taman Solo customers. The Population of this research is students of The Faculty Economics and Business 2016-2019 YARSI university who have faithfully visited KFC Taman Solo at least twice, > 3 to > 4 times a week with a total of 150 respondents. The sampling technique uses non-probability methods, with purposive sampling technique through distributing questionnaires. The data analysis method used is multiple regression analysis, t test (partial) and f test (simultaneous). The results showed that: (1) the effect of product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty. (2) store atmosphere has a positive and significant effect on consumer loyalty. (3) trust has a positive and significant effect on consumer loyalty. (4) Simultaneously all independent variables have a significant influence on consumer loyalty. According to the Islamic view, the influence of product quality, store atmosphere, trust, and consumer loyalty to KFC customers has been carried out in accordance with Islamic principles.*

***Keywords:*** Product Quality, Store Atmosphere, Trust and Consumer Loyalty.