

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2020**

**Fakhri Muhammad Ahdianto
120.2016.198**

**Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Konsumen Aplikasi Share Car PT. Adi Sarana Armada (ASSA) Dan
Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam**

79 halaman + xii halaman + 24 tabel + 3 gambar + 11 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, Promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Share Car. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 103 konsumen. Data dikumpulkan dengan menggunakan *survey* dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga tidak terlalu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,085 > 0,05$), (2) Promosi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,000 < 0,05$) dan (3) Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,006 < 0,05$). Tinjauan Islam tentang harga terhadap kepuasan konsumen ialah keseimbangan antara penjual dan pembeli bersikap keridhaan (suka sama suka). Tinjauan Islam tentang Promosi adalah menjelaskan dengan benar tidak hanya keunggulannya saja. Kualitas pelayanan dalam tinjauan Islam adalah memberi hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas. Semua hal tersebut dapat berpengaruh baik terhadap kepuasan konsumen jika berlandaskan ibadah, berfikir positif, serta rasa syukur kepada Allah SWT.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

**Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2020**

**Fakhri Muhammad Ahdianto
120.2016.198**

**Influence Of Price, Promotion And Service Quality On Consumer
Satisfaction Of The Share Car Aplication Of PT.Adi Sarana Armada (ASSA)
And Seen From Islamic Point Of View**

79 pages + xii pages + 24 tables + 3 picture + 11 enclosures

Abstract

This research aims to know the influence of price, promotion and service quality against customer satifaction the population in this research is consumer at share car . The technique of sampling used accidental sampling. The number of respondents in this study as many 103 consumer. The data collacted by using method survey with questionnaire instrument methods of data analysis that used multiple regression analaysis, namely test t (partial) and f (simultaneous. The result showed (1) the price did not have a significant effect on customer satisfaction ($0,085 > 0,05$), (2) Promotion had positive and significant influence on consumer satisfaction ($0,000 < 0,05$) and (3) service quality has positive and significant influence on consumer satisfaction ($0,006 < 0,05$).

Review of Islam about the price of consumers satisfaction is the balance between seller and buyer is willing. The islamic overview of promotion is to properly explain no only its superiority. Service quality in Islam is giving a good work or services just like giving the best. All that things can be turn into a good effect to the consumer satisfaction if doing it based on worship, positive thinking, and feel thankfulness to Allah SWT

Keywords: Price, Promotion, Service Quality And Consumer Satisfaction