

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Tegar Adi Bagus Mengku Negoro

120.2017.267

Pengaruh Minat Beli, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia serta tinjauannya dalam sudut Pandang Islam

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh **Minat beli, Promosi dan Kualitas produk terhadap Kepuasan Konsumen Tokopedia serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam**. Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas YARSI dan non-mahasiswa yang berdomisili di DKI Jakarta yang menggunakan Tokopedia. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental sampling* yaitu sampling ini mengambil jumlah sampel sebanyak jumlah yang telah ditentukan oleh peneliti dengan rumus Hair yaitu 120 konsumen tokopedia. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner.

Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda. Pengujian secara statistik dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Minat beli secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (3) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (4) secara simultan seluruh variabel independent berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Dalam sudut pandang Islam, keempat aspek pemasaran tersebut berpedoman dan mendasarkan pada barang-barang yang halal zatnya, cara memperolehnya dan cara pengembangannya dalam aplikasi tokopedia, kemudian dalam memproduksi produknya dilakukan dengan mewujudkan penambahan nilai produk, manfaat dan masalah untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kemudian dalam memperoleh profit, dan kualitas produk khususnya produk yang ada di aplikasi Tokopedia harus sesuai dengan apa yang di tampilkan dan diinfokan dideskripsi produk pada Aplikasi Tokopedia.

Kata Kunci : Minat beli, Promosi, Kualitas produk dan Kepuasan Konsumen.