

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S1-Manajemen
2020**

Jihan Salma Riani

120.2016.081

Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan El Rumi Kopi, Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Empiris Pada Pengunjung El Rumi Kopi).

130 halaman + xvi halaman + 23 tabel + 3 gambar + 2 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan serta tinjauannya dalam sudut pandang islam. Tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan Uji t dan Uji F. Hasil penelitain menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) Secara simultan seluruh variable berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut sudut pandang Islam, bahwa kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kegiatan tersebut diperbolehkan namun harus sesuai dengan syari'at dan ketentuan-ketentuan Islam.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Promosi dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business
Faculty of Economics And Business
S-1 Study Program Management
2020

Jihan Salma Riani

120.2016. 081

The Influence of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction of El Rumi Kopi, and Its Overview from an Islamic Point of View (Empirical Study of El Rumi Kopi's Visitors).

130 pages + xvi pages + 23 tables + 3 pictures + 2 attachments

Abstract Description

This study aims to determine the effect of Product Quality and Promotion on Customer Satisfaction and its review from an Islamic perspective. The sampling technique used was purposive sampling in Non-Probability Sampling. The number of samples used in this study were 100 respondents. The data analysis method used is multiple regression analysis with t test and F test. The results showed that: (1) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (2) Promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. (3) Simultaneously all variables have a positive and significant effect on customer satisfaction. According to an Islamic point of view, that the activities carried out are related to product quality, and promotion of customer satisfaction shows that these activities are allowed but must be in accordance with the syari'at and Islamic provisions.

Keywords: *Product Quality, Promotion and Customer Satisfaction.*