

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Laffifah Nur

120.2017.137

Pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Hut Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen 2017 Universitas Yarsi).

130 halaman + xv halaman + 16 tabel + 4 gambar dan 2 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pizza Hut Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen 2017 Universitas Yarsi). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Accidental Sampling. Jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 166 Mahasiswa/i. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) secara parsial kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) secara parsial citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) secara simultan kepercayaan, kualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pizza Hut. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,784 menunjukkan bahwa pada variabel independen yang digunakan pada penelitian ini berperan terhadap variabel dependen.

Menurut Pandangan Islam apabila ingin meningkatkan kepuasan konsumen, maka karyawan juga harus meningkatkan kepercayaan konsumen, memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan dan memiliki citra merek yang baik di mata konsumen muslim dengan memperhatikan standar kehalalan agar konsumen puas dalam mengkonsumsinya karena sesuai dengan syariat Islam serta menimbulkan kesan yang baik untuk konsumen.

Kata Kunci : Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepuasan Konsumen, Islam.

ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness
Study Program S-1 Management
2021*

Laffifah Nur
120.2017.137

The Effect of Trust, Service Quality and Brand Image On Customers Satisfaction at Pizza Hut and its review from an Islamic perspective (a case study on students of the 2017 Faculty of Economics and Business Management Study Program Yarsi University)

130 pages + xv pages + 16 tables + 4 pictures and 2 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of trust, service quality, and brand image on consumer satisfaction at Pizza Hut and its review from an Islamic perspective (a case study on students of the 2017 Faculty of Economics and Business Management Study Program Yarsi University). The sampling technique used is Accidental Sampling. The number of respondents in this study were 166 students. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is multiple linear regression analysis.

The results showed that: (1) trust partially has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (2) service quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction. (3) brand image partially has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (4) Simultaneously trust, service quality and brand image have a significant effect on consumer satisfaction at Pizza Hut. The Adjusted R Square value of 0.784 indicates that independent variable used in this study contribute in the dependent variable.

According to the Islamic view, if you want to increase consumer satisfaction, employees must also increase consumer confidence, improve the quality of services provided and have a good brand image in the eyes of Muslim consumers by paying attention to halal standards so that consumers are satisfied in consuming them because it is in accordance with Islamic law and creates a positive impression good for consumers.

Keywords : *Trust, Service Quality, Brand Image, Customers Satisfaction, Islam*