

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2021

Afdal Mahyudn
120.2017.005

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kopi Mello Rawamangun Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pelanggan Kopi Mello Rawamangun)

118 halaman + xv halaman + 26 tabel + 8 gambar dan 3 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang Kopi Mello Rawamangun melalui Kepuasan Pelanggan dan Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam. Sampel dalam penelitian adalah 90 orang pelanggan Kopi Mello yang pernah membeli lebih dari 1x . Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas dan uji deskriptif, path analysis, uji asumsi klasik, uji sobel, uji statistik (uji t dan F) dan koefisien determinasi, pengujian hipotesis secara parsial dan simultan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, serta kualitas produk dan kepuasan pelanggan terhadap keputusan pembelian ulang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan. Kepuasan pelanggan berpengaruh tidak langsung dan mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian ulang.

Menurut pandangan Islam apabila ingin meningkatkan keputusan pembelian ulang pelanggan, penjual harus bisa menjaga kualitas produk dengan memastikan bahwa produk tersebut halal dan memperhatikan kepuasan pelanggan, dan ketika kepuasan pelanggan tinggi maka tidak akan ada terjadinya paksaan dalam proses transaksi sesuai dengan syariat Islam.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian Ulang

ABSTRACT

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

Afdal Mahyudin
120.2017.005

The Influence of Product Quality on Repeat Purchasing Decision of Mello Coffee Rawamangun With Customer Satisfaction as a Mediation Variable and Its Overview from an Islamic Point of View (Study on Consumer of Mello Coffee Rawamangun)

118 pages + xv pages + 26 tables + 8 pictures and 3 attachments

Abstract

This study aims to determine the effect of Product Quality on Repeat Purchasing Decision for Mello Coffee Rawamangun With Customer Satisfaction as a Mediation Variable and its Overview from an Islamic Point of View. The sample in the study was 90 consumer of Mello Coffe Rawamangun who had bought coffee more than once. The sampling technique used was purposive sampling. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis technique used is validity test, reliability test and descriptive test. Classic assumption test, path analysis, sobel test. Statistical test (test and F) and coefficient of determination, partial and simultaneous hypothesis testing.

The results showed that these results indicate that product quality have a positive and significant influence on Customer Satisfaction, as well as product quality, and customer satisfaction on repeat purchasing decisions have a positive and significant effect. Customer satisfaction has an indirect effect and is able to mediate the influence of product quality on repeat purchasing decisions.

According to the Islamic view, if you want to increase people's buying interest, the seller must be able to improve product quality, ensure that the product is halal and pay attention on customer satisfaction. When a product has a high customer , there will be no compulsion in the transaction process in accordance with Islamic law.

Keywords: Product Quality, Customer Satisfaction, Repeat Purchase Decision.