

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

Rati Indah Lestari

120.2018.066

Pengaruh Penetapan Harga, Promosi, Variasi Produk, Kualitas Makanan dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Roti Global Sumur Batu Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.

143 halaman + xvii halaman + 27 tabel + 4 gambar + 10 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh penetapan harga, promosi, variasi produk, kualitas makanan, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Warga Jakarta Pusat pernah mengonsumsi Toko Roti Global Sumur Batu yang berjumlah 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) penetapan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) promosi secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) variasi produk secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) kualitas makanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (5) lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (6) penetapan harga, promosi, variasi produk, kualitas makanan dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Toko Roti Global Sumur Batu telah menerapkan prinsip-prinsip yang sesuai dengan syariat Islam dengan menetapkan harga secara terjangkau, dalam melakukan promosi tidak mengandung unsur penipuan dan mengutamakan aspek kejujuran, produk yang dijual halal, baik dan memiliki manfaat yang baik serta lingkungan pada sekitar toko juga sangat baik.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Promosi, Variasi Produk, Kualitas Makanan, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

*Faculty Of Economics and Business
Study Program S-1 Management
2022*

**Rati Indah Lestari
120.2018.066**

The Effect of Pricing, Promotion, Product Variation, Food Quality and Location on Consumer Satisfaction at Sumur Batu Global Bakeries Overview From an Islamic Perspective.

143 pages + xvii pages + 27 tables + 4 pictures + and 10 attachments

ABSTRACT

This research was conducted with the aim of testing pricing, promotion, product variety, food quality, and location on consumer satisfaction. The sample used in this study were residents of Central Jakarta who had consumed Sumur Batu Global Bakery which collected 100 respondents. The sampling technique used non-probability sampling method, with purposive sampling technique. Methods of data collection by using a questionnaire. Data analysis used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: (1) partially pricing has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (2) partially promotion has no positive and significant effect on consumer satisfaction. (3) partially product variations have no positive and significant effect on consumer satisfaction. (4) partially food quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. (5) partially positive and significant effect on consumer satisfaction. (6) pricing, promotion, product variety, food quality and location simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction. Sumur Batu Global Bakery has implemented principles that are in accordance with Islamic shari'ah by setting a different price, in carrying out promotions it does not contain elements of fraud and prioritizes aspects of honesty, the products sold are halal, good and have good benefits and the environment around the store is also good. very good.

Keywords: *Pricing, Promotion, Product Variation, Food Quality, Location, and Customer Satisfaction.*