

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2019

**Evita Dwiyanti**

**120.2015.053**

**Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Instan Indomie dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Mahasiswa Universitas Yarsi)**

100 halaman + xviii halaman + 19 tabel + 3 gambar dan 5 lampiran

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan mie instan Indomie (studi pada mahasiswa Universitas Yarsi). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* menggunakan rumus tingkat keyakinan dengan sampel 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (4) secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut pandangan Islam, kepuasan pelanggan akan terjadi apabila konsumen telah mendapatkan apa yang konsumen harapkan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Oleh karena itu, (1) harga dalam Islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (2) promosi dalam Islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. (4) secara simultan harga, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci** : harga, promosi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan

## **ABSTRACT**

**Faculty of Economics & Business**

**Study Program S-1 Management**

**2019**

*Evita Dwiyanti*

*120.2015.053*

***The Effect of Price, Promotion, and Product Quality on Indomie Instant Noodle Customer Satisfaction and Its Review From an Islamic Perspective (Study of Yarsi University Students)***

*100 pages + xviii pages + 25 tables + 3 pictures and 5 attachments*

### **Abstract**

*This study aims to determine the effect of price, promotion, and product quality on Indomie instant noodle customer satisfaction (study of Yarsi University students). The sampling technique used was accidental sampling using a confidence level formula with a sample of 100 respondents. Data were collected using a questionnaire instrument. Data analysis method used is multiple regression analysis.*

*The results showed that: (1) price had a positive and significant effect on customer satisfaction. (2) promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction. (3) product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. (4) simultaneously all independent variables have a significant effect on customer satisfaction.*

*Overview from Islamic perspective, customer satisfaction will occur if the consumer has got what consumers expect of the product or service that is supposed to be in accordance with sharia with the accepted reality. Therefore, (1) price in Islam influences customer satisfaction. (2) promotion in Islam influences customer satisfaction. (3) product quality affects customer satisfaction. (4) simultaneous price, promotion, and product quality have an influence on customer satisfaction.*

*Keywords : price, promotion, product quality, and customer satisfaction*

