

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Andini

120.2015.194

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di Mc Donald's Kelapa Gading Serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam.

86 halaman + xv halaman + 26 tabel + 2 gambar, dan 7 lampiran

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di Mc Donald's Kelapa Gading. Populasi dalam penelitian adalah konsumen Mc Donald's Kelapa Gading. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampel *purposive sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) secara simultan seluruh variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dalam sudut pandang Islam tentang kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen telah sesuai dengan etika tenaga pemasaran Islam karena perusahaan menjual produk yang halal dan juga *thayyib*, menyediakan pelayanan yang sesuai dengan etika Islam seperti yang memperbolehkan rapi dan bersih, dapat berkomunikasi yang baik dengan konsumen dalam memenuhi kebutuhan konsumen, mengatur harga yang tidak terlalu tinggi atau tidak rendah dan memiliki lokasi yang baik untuk tempat usaha.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Faculty Of Economy and Business

Study Program S-1 Management

2019

Andini

120.2015.194

Influence Of Service Quality, Price And Location On Consumer Satisfaction In Mc Donald's Kelapa Gading And Seen From Islamic Point Of View.

86 pages + xv pages + 26 tables + 2 pictures + and 7 attachments

ABSTRACT

This research aims to know the influence of service quality, price and location on consumer satisfaction. The population in this research are consumers at Mc Donald's Kelapa Gading. The sampling technique used is purposive sampling technique. The number of respondents in this research as many as 100 consumer. Data were collected by using survey method with questionnaire instruments. Methods of data analysis that used multiple regression analysis, t test (partial) and F test (simultaneous). The result shows that: (1) service quality has a positive and significant impact on consumer satisfaction. (2) price has a positive and significant impact on consumer satisfaction. (3) location has a positive and significant impact on consumer satisfaction. (4) simultaneously all variables have a significant influence on consumer satisfaction. In the Islamic point of view of service quality, price, and location to customer satisfaction, it is in accordance with the ethics of Islamic marketing personnel because the company sells products that are halal and also thayyib, providing services that are in accordance with Islamic ethics such as allowing neat and clean, good communication with consumers in meeting consumer needs, arranging prices that are not too high or not low and have a good location for the place of business.

Keywords : *Service Quality, Price, Location and Consumer Satisfaction.*