

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2019

Alfi Wilyantri

120.2015.015

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Pasar Baru Jakarta Pusat Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam.

77 halaman + xvi halaman + 23 tabel + 3 gambar + 15 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan Ramayana yang melakukan pembelian produk di Pasar Baru Jakarta Pusat. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sampling* yang terdapat di *Non-Probability Sampling*. Cara pengambilan sample ini disebut dengan *judgement sampling*. Pada penelitian ini penulis menggunakan sampel sebesar 100 responden. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dengan Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut sudut pandang Islam, untuk mencapai suatu kepuasan pelanggan pada PT.Ramayana Lestari Sentosa sangat memperhatikan kualitas produk, harga dan promosi, yang dalam Islam diperbolehkan apabila produk yang dijual tidak cacat, pelanggan tidak ada yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu dan promosi yang dilakukan tidak mendzalimi atau membohongi pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

**Faculty of Economics and Business
S-1 Study Program Management
2019**

Alfi Wilyantri

120.2015.015

The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on Customer Satisfaction at PT. Ramayana Lestari Sentosa Tbk. Pasar Baru, Central Jakarta And Its Review From an Islamic Perspective.

77 pages + xvi pages + 23 tabels + 3 pictures + 15 attachments

Abstract Description

This study aims to determine the effect of product quality, price, and promotion on customer satisfaction. The population of this research is all Ramayana customers who purchase products at Pasar Baru, Central Jakarta. The sampling technique used is purposive sampling contained in the Non-Probability Sampling. The method for taking this sample is called judgment sampling. In this study the authors used a sample of 100 respondents. Data analysis method used is multiple regression analysis with t test and F test. The results of this study indicate that: Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, price has a positive and significant effect on customer satisfaction, promotion has a positive and significant effect on customer satisfaction and simultaneously all independent variables have a significant influence on customer satisfaction. According to the Islamic point of view, to achieve a customer satisfaction at PT. Ramayana Lestari Sentosa is very concerned about product quality, price and promotion, which in Islam is allowed if the product sold is not defective, no customer is forced to make transactions at a certain price level and promotion is do not abuse or deceive customers.

Keywords: *Product Quality, Price, Promotion and Customer Satisfaction.*