

ABSTRAK

**Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2018**

Eka Rafi Hidayat

120.2014.073

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Minimarket Indomaret dan Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Konsumen Indomaret di Sektor V Pondok Ungu Permai Bekasi)

122 halaman + xvi halaman + 21 tabel + 4 gambar dan 16 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen minimarket indomaret. Populasi penelitian ini adalah konsumen minimarket indomaret di sektor v pondok ungu permai bekasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *judgement sampling* menggunakan rumus tingkat keyakinan dengan sampel sejumlah 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 menunjukan bahwa: (1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (2) promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (3) lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. (4) Secara simultan seluruh variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Menurut pandangan Islam, kepuasan konsumen akan terjadi apabila cara pandang konsumen melihat kondisi barang itu baik dan bermanfaat lalu tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang dalam ajaran agama Islam. Sedangkan kualitas pelayanan, promosi dan lokasi diperbolehkan apabila didasari niat baik, tolong menolong, akhlak, dan amanah kepada konsumen. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam QS. Al-Ahzab (33): 70: “*Hai orang-orang yang beriman bertaqwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.*”

Kata Kunci : *kualitas pelayanan, promosi, lokasi, dan kepuasan konsumen*

ABSTRACT

***Faculty Of Economy
Study Program S-1 Management
2018***

Eka Rafi Hidayat

120.2014.073

The Influence Of Quality Services, Promotion and Location Of Customer Satisfaction Minimarket Indomaret With Seen from The Perspective Of Islamic (Study Of The Customer Minimarket Indomaret In Sector V Pondok Ungu Permai Bekasi)

122 pages + xvi pages + 21 tables + 4 pictures + and 16 attachment

Abstract

The research objectives is to determine the influence of quality services, promotion and location of customer satisfaction minimarket indomaret. The Population of this research is the customer of minimarket indomaret in sector v pondok ungu permai bekasi. Sampling technique used is judgement sampling using level of confidence formula with 100 respondents. Data were collected by using survey method with questionnaire instrument. Data analysis methods used are multiple regression analysis, t test (partial) and test f (simultaneous).

The results showed that: (1) quality service has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) promotion has a positive and significant effect on purchasing decision. (3) location has a positive and significant effect on purchasing decision. (4) Simultaneously, all independent variables have a significant influence on customer satisfaction.

Overview from Islamic perspective, consumer satisfaction will occur if the way consumers see the condition of the goods is good and useful and then does not contain elements that are prohibited in the teachings of Islam. While the quality of service, promotion and location are allowed if based on good intentions, please help, akhlaq, and amanah to consumers. As the Word of Allah SWT in QS. Al-Ahzab (33): 70: "O ye who believe! Trust to Allah and say the true words."

Keywords : quality services, promotion, location and customer satisfaction