

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
Program Studi S-1 Manajemen
2018

Sarah Ashilah Albugis
120.2014.156

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Starbucks Coffee Kota Kasablanka Dan Ditinjau Dari Sudut Pandang Islam

86 halaman + xv halaman + 21 tabel + 3 gambar dan 11 lampiran

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di Starbucks Coffee Kota Kasablanka. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *accidental sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 170 konsumen. Data dikumpulkan dengan menggunakan *survey* dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda, uji t (parsial) dan uji f (simultan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,000 < 0,05$), Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,025 < 0,05$) dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ($0,000 < 0,05$).

Tinjauan Islam tentang harga terhadap kepuasan konsumen ialah keseimbangan antara penjual dan pembeli bersikap keridhaan (suka sama suka). Tinjauan Islam tentang kualitas produk ialah produk yang memiliki manfaat yang sesuai keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dalam tinjauan Islam adalah memberi hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas. Semua hal tersebut dapat berpengaruh baik terhadap kepuasan konsumen jika berlandaskan ibadah, berfikir positif, serta rasa syukur kepada Allah SWT.

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen.*

ABSTRACT

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

**Sarah Ashilah Albugis
120.2014.156**

Influence Of Price, Product Quality And Service Quality On Consumer Satisfaction In Starbucks Coffe Kota Kasablanka And Seen From Islamic Point Of View

86 pages + xv pages + 21 tables, 3 pictures and 11 enclosures

Abstract

This research aims to know the influence of price, product quality and service quality against consumer satisfaction. The population in this research is consumer at Starbucks Coffee Kota Kasablanka. The technique of sampling used accidental sampling. The number of respondents in this study as many as 170 consumer. The data collected by using method survey with questionnaire instruments Methods of data analysis that used multiple regression analysis, namely, test t (partial) and f (simultaneous). The results showed that the price has positive and significant influence on consumer satisfaction ($0,000 < 0,05$), product quality has positive and significant influence on consumer satisfaction ($0,025 < 0,05$) and service quality has positive and significant influence on consumer satisfaction ($0,000 < 0,05$).

Review of Islam about the price of consumers satisfaction is the balance between seller and buyer is willing. Product quality in Islam is the product have benefit accordance with consumer desire. Service quality in Islam is giving a good work or services just like giving the best. All that things can be turn into a good effect to the consumer satisfaction if doing it based on worship, positive thinking, and feel thankfulness to Allah SWT.

Keywords: *Price, Product Quality, Service Quality And Consumer Satisfaction.*