

ABSTRACT

Faculty Of Economics
S-1 Study Program Management
2017

Hanie Fauziyyah Septyanti

120.2014.078

The influence of Marketing Communication and Service Quality to Customer Satisfaction and Review from the Islamic Point of View (Study on Housing Pesona Prima Cikahuripan 5 Sales Period of 2016-2017)

103 + xvii pages, 23 tabel, 4 pictures, 13 attachmanents

This research is mean to find out The influence of Marketing Communication and Service Quality to Customer Satisfaction on the sale of Housing Pesona Prima Cikahuripan 5. Techniques of taking respondents is a Consumer Housing using the sampling method as much as 152 people. This type of research is quantitatif research. The sampling technique using accidental sampling. Methods of data collection by questionnaire. The data analysis technique is carried out by using the multiple linier regressions. The results showed that in the T test of regression conducted found The influence of Marketing Communications to Customer Satisfaction of 6,680 and Service Quality to Customer Satisfaction of 7,161. The results of F tests conducted found that all variables that include Marketing Communication and Service Quality affect positive and significant the Customer Satisfaction.

In perspective Islam, Marketing Communications is a tool to establish relationship between marketer with potential buyers or customers. Should be submitted according to Islamic rules with 6 “qaulan” in addition in Islam. And than the Quality of Service performed, must be Professionally, honest, amanah, patient and responsible in fulfilling customer satisfaction. A good seller will definitely get good from his buyer. As in the Worf of Allah in the Qur’an Surah Al –Zalzalah (99): 7: “ whosoever behave in the slightest good of works, he shall withness the result.”

Keywords: Marketing Communication, Service Quality, Customers Satisfaction

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi
S-1 Program Studi Manajemen
2017

Hanie Fauziyyah Septyanti

120.2014.078

Pengaruh Komunikasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Pada Perumahan Pesona Prima Cikahuripan 5 Periode Penjualan Tahun 2016 - 2017)

103 + xvii halaman, 23 tabel, 4 gambar, 13 lampiran

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada penjualan Perumahan Pesona Prima Cikahuripan 5. Teknik pengambilan responden menggunakan metode sampel yang merupakan konsumen perumahan sebanyak 152 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian Uji T menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pengaruh dari komunikasi pemasaran terhadap kepuasan konsumen sebesar 6,680, sedangkan pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 7,161. Sedangkan dari Hasil Uji F Kualitas Pelayanan dan komunikasi pemasaran secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tinjauan Islam menjelaskan bahwa, komunikasi pemasaran merupakan alat untuk menjalin hubungan antara pemasar dengan calon pembeli atau konsumen, harus disampaikan menurut ajaran Islam dengan 6 gaya bicara atau qaulan. Selain itu, dalam Islam kualitas pelayanan yang dilakukan secara profesional, jujur, amanah, sabar dan bertanggung jawab, dalam memenuhi kepuasan konsumen. Penjual yang baik pasti akan mendapatkan kebaikan pula dari pembelinya. Sebagaimana Firman Allah dalam Surat Al-Zalzalah (99): 7: *“Barang siapa berbuat kebaikan sekecil apa pun perbuatan baik itu, dia akan menyaksikan hasilnya.”*

Kata kunci : Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen