

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi S-1 Manajemen  
2022

Rahma Deanti

120.2017.220

**Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam melakukan Transaksi E-Commerce Shopee serta Tinjauannya dari sudut pandang Islam**

**127 halaman + xviii halaman + 15 tabel + 3 gambar dan 5 lampiran**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen dalam melakukan Transaksi E-Commerce Shopee serta Tinjauannya dari sudut pandang Islam. Sampel dalam penelitian adalah 80 mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Yarsi Angkatan 2019. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrument kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis *Partial Least Square Structural Equation modelling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (2) Promosi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (3) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Menurut pandangan Islam apabila ingin meningkatkan Kepuasan Konsumen masyarakat, penjual harus bisa menstabilkan harga dengan harga pasarannya, serta meningkatkan untuk memperluas promosi sebuah perusahaannya kepada masyarakat maka dengan produk – produk yang berkualitas tersebut dapat menarik perhatian orang lain yang sesuai dengan syariat Islam maka akan menimbulkan suatu kesan yang baik terhadap orang lain.

**Kata Kunci : Harga, Promosi, Kualitas Produk, Kepuasan Konsumen, Islam**

## ABSTRACT

*Faculty Of Economy And Bussiness  
Study Program S-1 Management  
2022*

**Rahma Deanti  
120.2017.220**

**The Influence of Price, Promotion and Product Quality on Consumer Satisfaction in conducting Shopee E-Commerce Transactions and their review from an Islamic point of view**

**127 pages + xviii pages + 15 tables + 3 pictures and 5 attachments**

### *Abstract*

*This study aims to determine the effect of price, promotion and product quality on consumer satisfaction in conducting Shopee e-commerce transactions and their review from an Islamic point of view. The sample in this research is 80 students of the Faculty of Economics and Business, Yarsi University Class of 2019. The sampling technique used is probability sampling. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument. The data analysis method used is Partial Least Square Structural Equation modeling analysis .*

*The results showed that (1) Price had a positive effect on Consumer Satisfaction (2) Promotion had a positive effect on Consumer Satisfaction (3) Product Quality had a positive effect on Consumer Satisfaction. According to the Islamic view, if you want to increase community consumer satisfaction, the seller must be able to stabilize prices with market prices, as well as increase to expand the promotion of a company to the community, then with quality products that can attract the attention of others in accordance with Islamic law it will lead to a good impression on others.*

***Keywords: Price, Promotion, Product Quality, Consumer Satisfaction, Islam***