

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2022

KIKI KUMALASARI

120.2018.162

Pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Nilai Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi kasus TB. Rajawali Kisfah serta tinjauannya dalam sudut Pandang Islam

Uraian Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Nilai Pelanggan dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada TB. Rajawali Kisfah serta tinjauannya dalam sudut Pandang Islam. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan TB Rajawali Kisfah dengan kriteria yang telah ditetapkan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan yaitu sampling ini mengambil jumlah sampel sebanyak jumlah yang telah ditentukan oleh peneliti dengan rumus Lemeshow yaitu 100 pelanggan TB Rajawali Kisfah. Data dikumpulkan dengan menggunakan metode survey dengan instrumen kuesioner.

Pengujian secara statistik dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian secara parsial (uji t) dan secara simultan (uji F). Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Kebijakan Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Nilai Pelanggan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (4) Saluran Distribusi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (5) Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Nilai Pelanggan dan Saluran Distribusi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Menurut pandangan Islam, transaksi jual beli yang terkait dengan Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Nilai Pelanggan dan Saluran distribusi yang ada dan berlaku di Toko bangunan Rajawali kisfah tidak bertentangan dengan ekonomi syariah karena tidak ada unsur Keharaman(halal), keterpaksaan antara penjual dan pembeli, atas dasar keinginan, kebutuhan, kerelaan serta tidak adanya unsur penipuan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kebijakan Harga, Nilai Pelanggan, Saluran Distribusi dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

*Faculty of Economics
and Business S-1
Management Study Program
2022*

KIKI KUMALASARI

120.2018.162

Effect of Product Quality, Price Policy, Customer Value and Distribution Channels on Customer Satisfaction in TB. Rajawali Kisfah and its review from an Islamic point of view

Abstract Description

This study was conducted with the aim of testing the effect of Product Quality, Price Policy, Customer Value and Distribution Channels on Customer Satisfaction in TB. Rajawali Kisfah and his review from the point of view of Islam. The population of this study were customers of TB Rajawali Kisfah with predetermined criteria. The sampling technique used is this sampling, taking the number of samples as much as the number that has been determined by the researcher with the Lemeshow formula, namely 100 TB Rajawali Kisfah customers. Data were collected using a survey method with a questionnaire instrument.

Statistical testing was carried out in two ways, namely partial testing (t test) and simultaneously (F test). The results showed that: (1) product quality partially positive and significant effect on customer satisfaction, (2) price policy partially positive and significant effect on customer satisfaction, (3) customer value partially positive and significant effect on customer satisfaction, (4) Distribution Channels partially have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (5) Product Quality, Price Policy, Customer Value and Distribution Channels simultaneously have a significant and significant effect on Customer Satisfaction. According to the Islamic view, buying and selling transactions related to Product Quality, Price Policy, Customer Value and Distribution Channels that exist and apply at the Rajawali kisfah building shop do not conflict with sharia economics because there is no element of Haram (halal), coercion between the seller and the buyer, on the basis of desires, needs, willingness and the absence of elements of fraud.

Keywords: Product Quality, Pricing Policy, Customer Value, Distribution Channels and Customer Satisfaction