

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2023

Ayu Alifia Sabila
1202018357

Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Serta Tinjauannya Dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Gen-Z jenis kelamin Laki-Laki Konsumen Miniso Wilayah DKI Jakarta)

98 halaman + XIII halaman + 23 tabel + 2 gambar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel intervening serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Populasi pada penelitian ini ialah Generasi Z jenis kelamin Laki-Laki Konsumen Miniso Wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini ialah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini ialah 100 responden. Teknik analisis yang digunakan ialah *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan aplikasi *SmartPLS3*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, (2) Suasana Toko berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (3) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, (4) Persepsi Harga tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, (5) Suasana Toko tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen, (6) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (7) Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (8) Persepsi Harga yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (9) Suasana Toko yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen, (10) Kualitas Produk yang dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Konsumen.

Persepsi Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, dan Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini dapat dikatakan telah menerapkan prinsip atau syariat Islam. Sebagai umat manusia yang mengharapkan keuntungan dalam melakukan kegiatan bisnis atau perniagaan para pelaku usaha dianjurkan untuk menjalankan bisnisnya sesuai dengan syariat Islam sesuai dengan pedoman yang telah diatur dan ditetapkan oleh Allah SWT melalui Al-Qur'an dan Hadist.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Suasana Toko, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

*Faculty of Economics and Business
Management
2023*

**Ayu Alifia Sabila
1202018357**

The Influence of Price Perception, Store Atmosphere, and Product Quality on Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable and Its Review from an Islamic Perspective (Case Study on Gen-Z Gender Male Miniso Consumers DKI Jakarta Region)

98 pages + XIII pages + 23 table + 2 pictures

This study aims to determine the effect of Price Perception, Store Atmosphere, and Product Quality on Consumer Loyalty with Customer Satisfaction as an intervening variable and the review from an Islamic point of view. The population in this study is Generation Z Gender Male Miniso Consumers in DKI Jakarta Region. The sampling technique in this study is non-probability sampling with a purposive sampling approach. The number of samples in this study was 100 respondents. The analysis technique used is the Structural Equation Model (SEM) with the help of the SmartPLS3 application.

The results showed that: (1) Price Perception has no effect on Customer Satisfaction, (2) Store Atmosphere had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (3) Product Quality had a positive and significant effect on Customer Satisfaction, (4) Price Perception has no effect on consumer loyalty, (5) Store atmosphere has no effect on consumer loyalty, (6) Product quality has a positive and significant effect on consumer loyalty, (7) Customer satisfaction has a positive and significant effect on consumer loyalty, (8) mediated price perception by Customer Satisfaction has a positive but not significant effect on Consumer Loyalty, (9) Store Atmosphere mediated by Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty, (10) Product Quality mediated by Customer Satisfaction has a positive and significant effect on Consumer Loyalty.

Price Perception, Store Atmosphere, Product Quality, Consumer Loyalty, and Customer Satisfaction in this study can be said to have applied Islamic principles or sharia. As human beings who expect profits in conducting business or commercial activities, business actors are encouraged to run their business in accordance with Islamic law in accordance with the guidelines that have been regulated and determined by Allah SWT through the Qur'an and Hadith.

Keyword: Price Perception, Store Atmosphere, Product Quality, Consumer Loyalty, Customer Satisfaction