

## ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi Manajemen-S1  
2024

**Lailatul Munauwaroh**

**120.2020.97**

**Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Promosi, dan Cita Rasa Terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Kapal Api Special Serta Tinjauannya Menurut Sudut Pandang Islam (Studi Kasus Pada Pelanggan Kopi Kapal Api Special di Kecamatan Sunter Jaya)**

149 halaman + xiv halaman + 24 tabel + 3 gambar dan 1 lampiran

### Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, citra merek, promosi dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Special di Kecamatan Sunter Jaya serta tinjauannya dari sudut pandang Islam. Sampel yang digunakan dalam penelitian adalah 102 responden yang berada di wilayah Kecamatan Sunter. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non Probability Sampling*. Data yang dikumpulkan dengan menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis statistik deksriptif dengan menggunakan bantuan aplikasi *software* SPSS. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) Persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kopi Kapal Api Special. (2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kopi Kapal Api Special. (3) Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kopi Kapal Api Special. (4) Cita rasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kopi Kapal Api Special. (5) Persepsi harga, citra merek, promosi, dan cita rasa secara simultan berpengaruh simultan terhadap loyalitas pelanggan pada produk Kopi Kapal Api Special. (6) Penerapan nilai-nilai Islam dalam strategi bisnis di Kopi Kapal Api Special berkontribusi pada peningkatan loyalitas pelanggan seperti menetapkan harga yang jujur dan adil, citra merek yang mencerminkan nilai Islam, cita rasa yang berkualitas tinggi, dan penggunaan bahan-bahan halal dan berkualitas dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dan membangun loyalitas pelanggan yang kuat.

**Kata Kunci:** Pengaruh persepsi harga, citra merek, promosi dan cita rasa terhadap loyalitas pelanggan Kopi Kapal Api Special.

## ABSTRACT

Faculty of Economics and Business  
S-1 Management Study Program  
2024

**Lailatul Munauwaroh**

**120.2020.097**

*The Influence of Price Perception, Brand Image, Promotion, and Taste on Customer Loyalty toward Kopi Kapal Api Special: An Islamic Perspective (A Case Study of Kopi Kapal Api Special Customers in Sunter Jaya Subdistrict*

*149 pages + xiv pages + 24 tabels + 3 images and 1 attachments*

### Abstract Description

*The purpose of this study is to examine the influence of price perception, brand image, promotion, and taste on customer loyalty toward Kopi Kapal Api Special in the Sunter Jaya Subdistrict, as well as to explore it from an Islamic perspective. The sample used in this research consisted of 102 respondents within the Sunter Jaya area. Probability sampling was employed as the sampling technique. Data were collected through a survey using a questionnaire as the instrument. Descriptive statistical analysis was conducted using the SPSS software. The research findings indicate that (1) price perception has a positive and significant impact on customer loyalty to Kopi Kapal Api Special; (2) brand image positively and significantly influences customer loyalty to Kopi Kapal Api Special; (3) promotions have a positive and significant effect on customer loyalty to Kopi Kapal Api Special; (4) taste has a positive and significant impact on customer loyalty to Kopi Kapal Api Special; (5) collectively, price perception, brand image, promotion, and taste simultaneously affect customer loyalty to Kopi Kapal Api Special; and (6) the application of Islamic values in Kopi Kapal Api Special's business strategy contributes to enhancing customer loyalty, such as setting honest and fair prices, maintaining a brand image aligned with Islamic values, ensuring high-quality taste, and using halal and quality ingredients, which positively impact society and build strong customer loyalty.*

*Keywords: The influence of price perception, brand image, promotion and taste on customer loyalty of Kapal Api Special Coffee*