

ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi S-1 Manajemen
2025

Vitro Tri Pranoto

120.2021.118

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening Serta Tinjauannya dari Sudut Pandang Islam (Studi Kasus pada konsumen Kopi Kenangan) di DKI Jakarta

155 halaman + xv halaman + 23 tabel + 5 gambar + 6 lampiran

Uraian Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, serta mengkaji hal tersebut dari sudut pandang Islam, dengan objek studi pada konsumen Kopi Kenangan di DKI Jakarta. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Kopi Kenangan di DKI Jakarta yang berjumlah 250 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan metode *survey* dengan instrumen kuesioner. Metode analisis data yang digunakan yaitu metode SPSS dan *Partial Least Square Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kepuasan Konsumen tidak mampu memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Kepuasan Konsumen mampu memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Faculty of Economics and Business

Study Program S-1 Management

2025

Vitro Tri Pranoto

120.2021.118

The Influence of Product Quality and Service Quality on Purchasing Decisions with Consumer Satisfaction as an Intervening Variable and its review from the Islamic Perspective

155 pages + xv pages + 23 tables + 5 images + 6 appendices

Abstract Description

This study aims to examine the effect of product quality and service quality on purchase decisions with customer satisfaction as an intervening variable, as well as to analyze these aspects from an Islamic perspective, using Kopi Kenangan consumers in DKI Jakarta as the research object. The sample in this study consisted of 250 Kopi Kenangan consumers in DKI Jakarta, selected using purposive sampling. Data were collected through a survey method using a questionnaire as the research instrument. The data analysis method employed was SPSS and Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The results of the study indicate that product quality has a positive and significant effect on purchase decisions. Service quality also has a significant effect on purchase decisions. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Customer satisfaction does not mediate the effect of product quality on purchase decisions. However, customer satisfaction is able to mediate the effect of service quality on purchase decisions.

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Purchase Decision*