

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Faktor Emosional, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik” ini ditulis oleh Dewi Putrisari, NIM. 12402183339, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

Tingkat persaingan diantara usaha perdagangan utamanya produk minuman yang semakin pesat menjadikan kepuasan konsumen menjadi prioritas utama untuk sebuah usaha. Salah satu cara agar untuk mewujudkan keberhasilan serta mempertahankan usaha dalam persaingan tersebut adalah dengan memberikan kepuasan kepada para konsumen dengan meningkatkan strategi harga, faktor emosional, kepercayaan dan kualitas pelayanan agar para konsumen tidak beralih ke brand lain dan tetap memilih produknya sebagai pilihan utama.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Apakah variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik? (2) Apakah variabel faktor emosional berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik? (3) Apakah variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik? (4) Apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap kepuasan konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik? (5) Apakah variabel harga, faktor emosional, kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen Produk Minuman Nyoklat Klasik?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel pada penelitian ini adalah Simple Random Sampling. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer, dengan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 80 responden dan pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, (2) variabel faktor emosional pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, (3) variabel kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial. Sedangkan (5) hasil pengujian secara simultan terdapat pengaruh secara signifikan variabel harga, faktor emosional, kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil uji determinasi diketahui nilai *adjusted R square* kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel independen, yaitu harga, faktor emosional, kepercayaan dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : harga, faktor emosional, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "The Influence of Price, Emotional Factors, Trust and Service Quality on Consumer Satisfaction of Drink Products Nyoklat Klasik" was written by Dewi Putrisari, NIM. 12402183339, majoring in Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with the supervisor of Prof. Dr. Iffatin Nur, M.Ag.

The level of competition between trading businesses, especially beverage products, which is increasingly rapidly making consumer satisfaction a top priority for a business. One way to achieve success and maintain business in this competition is to provide satisfaction to consumers by improving pricing strategies, emotional factors, trustworthiness and service quality so that consumers do not switch to other brands and continue to choose their products as the main choice.

The formulation of the problem in this study is (1) Does the price variable have a significant effect on consumer satisfaction for Nyoklat Klasik Drink Products? (2) Does the emotional factor variable have a significant effect on consumer satisfaction for Classic Nyoklat Klasik Products? (3) Does the trust variable have a significant effect on consumer satisfaction for Nyoklat Klasik Drink Products? (4) Does the service quality variable have a significant effect on consumer satisfaction for Nyoklat Klasik Drink Products? (5) Do price variables, emotional factors, trust and service quality simultaneously affect consumer satisfaction for Nyoklat Klasik Drink Products?

This study uses a quantitative approach with the technique used in sampling in this study is Simple Random Sampling. In this study, the type of data used is primary data, with the number of samples used in this study as many as 80 respondents and measurements in this study using a Likert scale.

The results of this study indicate that, (1) the price variable has a significant effect on customer satisfaction, (2) the emotional service variable does not significantly affect customer satisfaction, (3) the trust variable has a significant effect on consumer satisfaction, and (4) the service quality variable has a significant effect on partial customer satisfaction. Meanwhile, (5) the results of the simultaneous test have a significant effect on price variables, emotional factors, trust and service quality on customer satisfaction. From the results of the determination test, it is known that the adjusted R square value of consumer satisfaction is influenced by independent variables, namely price, emotional factors, trust and service quality, while the rest is explained by other variables outside of research.

Keywords : price, emotional factors, trust, service quality and customer satisfaction