

ABSTRAK

Buku dengan judul “Kecenderungan Kepuasan Pelanggan Pada UMKM” ini ditulis oleh Intania Muyana Shofi, NIM 12405183273. Jurusan Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pembimbing Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

Kecenderungan dapat terjadi ketika seseorang dihadapkan pada dua pilihan atau lebih, dimana dari pilihan tersebut pasti ada yang memiliki nilai lebih menurut orang tersebut. Kepuasan pelanggan penting diperhatikan demi kelangsungan hidup perusahaan atau suatu usaha, karena dengan pelanggan yang puas akan memberikan *feed back* (umpan balik) yang baik dengan meningkatnya laba perusahaan atau usaha.

Buku ini berbededa dari buku-buku lain yang membahas mengenai kepuasan pelanggan, dimana tidak hanya membahas kepuasan pelanggan melainkan juga membahas mengenai seberapa besar kecenderungan dua faktor kepuasan pelanggan yaitu faktor kualitas pelayanan dan faktor harga. Pembaca buku ini bisa dari kalangan mana saja, mulai remaja hingga dewasa. Dengan membaca buku ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kepuasan pelanggan, faktor kepuasan pelanggan hingga pengukuran kecenderungan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kecenderungan, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

The book with the title "Trends of Customer Satisfaction in MSMEs" was written by Intania Muyana Shofi, NIM 12405183273. Sharia Business Management Department, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University, Tulungagung. Supervisor Sri Eka Astutiningsih, S.E., M.M.

The tendency can occur when a person is faced with two or more choices, of which there must be one that has more value according to that person. Customer satisfaction is important to pay attention to for the survival of the company or a business, because satisfied customers will provide good feedback by increasing the profit of the company or business.

This book is different from other books that discuss customer satisfaction, which does not only discuss customer satisfaction but also discusses how much the two factors of customer satisfaction tend to be, namely the service quality factor and the price factor. Readers of this book can be from all walks of life, from teenagers to adults. Reading this book can add insight and knowledge about customer satisfaction, customer satisfaction factors to measuring customer satisfaction tendencies.

Keywords: Tendency, Service Quality, Price, Customer Satisfaction.