

ABSTRAK

Permasalahan dalam penelitian ini adalah terjadinya ketidak maksimalan Kepuasan Pelanggan di Toko Rabbani. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap produk Rabbani melalui Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian di Toko Rabbani. Populasi penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang membeli produk Rabbani sebanyak 96 orang. Penelitian ini menggunakan 96 orang konsumen yang membeli produk Rabbani sebagai sampel dengan *Purposive Sampling* Data rasio penelitian didapat dari penyebaran kuesioner dan wawancara. Analisis data menggunakan Software SPSS 22. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas produk, Persepsi Harga, Promosi dan Keputusan Pembelian Berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi

ABSTRACT

The problem in this research is the inefficiency of Costumer Satisfaction at Rabbani store. The purpose of this research is to analyze and to know the effect of Costumer Satisfaction on Rabbani products triught Product Quality, Price Perception, Promotion and Purchase Decision in Rabban store. The population of this study is all costumers Rabbani Store who bought 96 products. This study used 96 consumers who purchased the Rabbani product as a sample with Purposive Sampling. Research ration were obtained from questionnaires and interviews. Data analysis using SPSS 22 Software. The result of this research is Product Quality, Price Perception, Promotion and Purchase Decision have positive effect to Costumer Satisfaction.

Keyword: *Costumer Satisfaction, Purchasing Decision, Product Quality, Price Perception and Promotion*