

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Anggota Koperasi Mahasiswa Al Kautsar IAIN Tulungagung” ini ditulis oleh Nanda Viasismie Priscillia, NIM. 1742153060, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Tulungagung dengan pembimbing Nur Aziz Muslim, M.HI.

Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama dalam penelitian ini karena tingkat persaingan yang semakin ketat di antara warung makanan dan minuman salah satunya adalah koperasi mahasiswa, salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan konsumen adalah dengan meningkatkan harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Apabila warung makanan dan minuman telah menetapkan harga yang sesuai, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen tersebut akan merasa puas. Dengan timbulnya rasa puas maka konsumen akan datang kembali ke warung makanan dan minuman tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan adalah data primer, pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert*. alat analisis dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hasil uji t variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. sedangkan dari hasil pengujian secara simultan uji F diketahui berpengaruh secara signifikan antara variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. dari hasil uji Determinasi diketahui nilai *adjusted R square* kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel independen yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel bebas yang lain.

Kata kunci: Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Thesis entitled "The Effect of Price, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction with Members of the Al Kautsar IAIN Tulungagung Student Cooperative" written by Nanda ViasismiePriscillia, NIM. 1742153060, majoring in Islamic Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, IAIN Tulungagung, led by Nur Aziz Muslim, M.HI.

Consumer satisfaction is a top priority in this research because the increasingly fierce level of competition between food and beverage stalls, one of which is student cooperatives, one way to increase customer satisfaction is to increase the prices, product quality and service quality. If the food and beverage stalls have set the right price, product quality and good service quality, the consumer will feel satisfied. With the emergence of satisfaction, consumers will come back to the food and beverage stalls.

This research uses a quantitative approach with the type of associative research. In this research, the type of data used is primary data, the measurement uses a Likert scale, and the analytical tools are using validity and reliability test, classic assumption test and multiple linear regression test which function to prove the research hypothesis.

The results of this research indicate that the results of the t test of the price variable, product quality and service quality significantly influence customer satisfaction. While from the results of the simultaneous testing of the F test is known to have a significant effect between the variable price, product quality 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, product quality and service quality, while the rest is explained by other independent variables.

Keywords: Price, Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction