

ABSTRAK

Skripsi dengan Judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Roti Syari’ah Bakery Tulungagung” ini ditulis oleh Nurul Yustika Sari, NIM 17402153384, pembimbing Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya berbagai jenis usaha yang bergerak pada jenis usaha yang sama. Dengan munculnya pesaing-pesaing baru inilah menjadikan ketatnya persaingan diantara pengusaha-pengusaha yang bergelut dalam jenis usaha roti atau kue ini. Kepuasan konsumen tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi para pelaku usaha untuk semakin meningkatkan kualitas dari perusahaan mereka. Citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan yang mereka miliki ini lah yang nantinya dapat menjadi nilai dan tolak ukur tersendiri bagi para konsumen untuk melakukan konsumsi atau pembelian sehingga mereka nanti mendapatkan kepuasannya.

Dalam penelitian yang dilakukan ini, ada lima rumusan masalah yang dibahas oleh peneliti: (1) 1. Apakah citra merek berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (2) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (4) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (5) Apakah citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung ?. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan simple random sampling

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) citra merek tidak memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung, (2) harga memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung, (3) kualitas produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung, (4) bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung, (5) citra merek, harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada toko roti Syari’ah Bakery Tulungagung.

Kata Kunci : Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The thesis entitled “The Effect of Brand Image, Price, Quality of Product and Quality of Service to Customer Satisfaction at Syari’ah Bakery Tulungagung” was written by Nurul Yustika Sari, NIM 17402153384, advisor Dr. Ali Mauludi, AC., M.A.

This researcher is motivated by the many different types of businesses engaged in the same type of business. With the emergence of new competitors this makes the competition between entrepreneurs who are struggling in this type of bakery business. Consumer satisfaction is certainly a challenge for businesses to further improve the quality of their companies. This brand image, price, quality product and quality service they have that will later become their own values and benchmarks for consumers to consume or purchase so that they later get satisfaction.

In this research, there are five problem formulations discussed by researchers: (1) Does the effect of brand image the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (2) Does the effect of price the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (3) Does the effect of quality product the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (4) Does the effect quality service the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung ?, (5) Does the effect of brand image, price, quality product and quality service the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung ?. this research used a quantitative approach to the tupe of associative research. Data was collected through a questionnaire method. The sampling technique in this study used probability sampling using simple random sampling.

The results of the study show that: (1) The result of the tasting brand image has a positive and significant effect on the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung, (2) The result of the testing price has a positive and significant effect on the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung, (3) The result of the testing quality product has a positive and significant efeect on the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung, (4) The result of the testing quality service has a positive and significant efeect on the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung, (5) The result of the testing brand image, price, quality product dan quality sevice simultaneously provide a significant positive effect on the costumer satisfaction of Syari’ah Bakery Tulungagung.

Keywords : Brand Image, Price, Quality Product, Quality Service and Costumer Satisfaction