

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Konveksi Zigma Collection Tulungagung” ini ditulis oleh Lufita Khoiriyah, NIM. 12402173227, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Pembimbing Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.

Penelitian ini dilatar belakangi karena semakin ketatnya persaingan usaha sejenis yang membuat konveksi Zigma Collection Tulungagung perlu berinovasi dan perlu membuat strategi pemasaran khusus untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Sehingga konveksi Zigma Collection Tulungagung dapat menghadapi kompetitor lain. Strategi yang digunakan adalah dengan memperhatikan beberapa faktor diantaranya adalah harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah: (1) untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. (2) untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. (3) untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. (4) untuk menguji ada atau tidak adanya pengaruh signifikan secara bersama-sama dari harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*. Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 88 responden yaitu para konsumen dari konveksi Zigma Collection Tulungagung. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, kemudian diolah menggunakan SPSS 21 dan dianalisis dengan regresi linier berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian ini.

Hasil pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. Sedangkan hasil pengujian hipotesis menggunakan uji F menunjukkan bahwa secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Zigma Collection Tulungagung. Hasil analisis koefisien determinan ( $R^2$ ) sebesar 85,2% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan. Dan sisanya sebesar 14,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata Kunci:** Signifikansi, Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen.

## **ABSTRACT**

*This thesis with the title “The Effect of Price, Product Quality, and Service Quality on Consumer Satisfaction at Zigma Collection Tulungagung Convection” was written by Lufita Khoiriyah, NIM. 12402173227, Department of Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, State Islamic Institute of Tulungagung, Supervisor Dr. H. Mashudi, M.Pd.I.*

*This research is motivated by the increasingly fierce competition of similar businesses which makes Zigma Collection Tulungagung convection need to innovate and need to create special marketing strategies to increase customer satisfaction. So that Zigma Collection Tulungagung convection can face other competitors. The strategy used is to pay attention to several factors including price, product quality, and service quality.*

*The aims of this study are: (1) to test whether or not there is a significant effect between price on consumer satisfaction at Zigma Collection Tulungagung convection. (2) to test whether or not there is a significant effect between product quality on consumer satisfaction at Zigma Collection Tulungagung convection. (3) to test whether or not there is a significant influence between service quality and customer satisfaction at Zigma Collection Tulungagung convection. (4) to test whether or not there is a jointly significant effect of price, product quality, and service quality on consumer satisfaction at Zigma Collection Tulungagung convection.*

*This research method uses a quantitative approach with the type of associative research. The technique used in sampling using accidental sampling. The number of samples in this study were 88 respondents, namely consumers from Zigma Collection Tulungagung convection. The data collection technique used is a questionnaire, then processed using SPSS 21 and analyzed by multiple linear regression to prove the hypothesis of this study.*

*The result of hypothesis testing using the t test that partially the variable of price has a negative and insignificant effect on the consumer satisfaction of Zigma Collection Tulungagung convection. The variables of product quality and service quality have a positive and significant effect on the consumer satisfaction from Zigma Collection Tulungagung convection. Meanwhile, the result of hypothesis testing using the F test show that simultaneously the variables of price, product quality, and service quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction from Zigma Collection Tulungagung convection. The results of the analysis of the determinant coefficient ( $R^2$ ) of 85,2% the income variable is influenced by the variables of price, product quality, and service quality. And the remaining 14,8% influenced by other variables.*

**Keywords:** *Significance, Price, Product Quality, Service Quality, and Consumer Satisfaction.*