

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Sablon Frenzo Indoshirt Tulungagung**”, ini ditulis oleh Ilham Muhammad Zaki NIM. 17402153284, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, pembimbing Nur Aziz Muslim, M. H. I.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingkat persaingan usaha yang semakin tajam diantara industri-industri dibidang jasa sablon, khususnya komunitas-komunitas ataupun pemilu yang membutuhkan banyak seragam yang sama. Hal yang utama agar industri ini dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar maka strategi pemasarannya harus ditingkatkan dan diperbaiki. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha sablon. (2) Untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha sablon. (3) Untuk menguji pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha sablon Frenzo Indoshirt Tulungagung.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Sumber data yang diperoleh yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner dan dokumentasi. Pengambilan sampel menggunakan teknik *proportionate random sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden. Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sablon. (2) Kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha sablon. (3) Kualitas produk dan layanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada sablon Frenzo Indoshirt Tulungagung.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Thesis with the title "**The Effect of Product and Service Quality on Consumer Satisfaction in the Frenzo Indoshirt Tulungagung Screen Printing Business**", was written by Ilham Muhammad Zaki NIM. 17402153284, Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business, Tulungagung State Islamic Institute, mentor Nur Aziz Muslim, M. H. I.

This research is motivated by the increasingly sharp level of business competition among industries in the field of screen printing services, especially communities or elections that require many of the same uniforms. The main thing for this industry to survive, compete and dominate the market, the marketing strategy must be improved and improved. (1) To test the effect of product quality on consumer satisfaction in the screen printing business. (2) To examine the effect of service quality on consumer satisfaction in the screen printing business. (3) To examine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction in the Frenzo Indoshirt Tulungagung screen printing business.

This research method uses a quantitative approach with the type of associative research. Sources of data obtained are primary data and secondary data. Data collection techniques in this study used a questionnaire or a questionnaire and documentation. Sampling used proportionate random sampling technique with a total sample of 30 respondents. Measurements in this study used a Likert scale. The data analysis method used is multiple linear regression analysis to prove the research hypothesis.

The results showed that (1) Product quality partially had a positive but not significant effect on customer satisfaction on screen printing. (2) Service quality partially has a positive but not significant effect on customer satisfaction on screen printing business. (3) Product quality and service simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction on Frenzo Indoshirt Tulungagung screen printing.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction