

## ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Brand* terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Bangunan UD Utama Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung” ini ditulis oleh Fatchurrofiq Zamzami, NIM. 12405173110, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, dengan pembimbing Ahmad Sayichoni, M.Sy.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh persaingan dengan pentingnya tolak ukur kemampuan sebuah toko bangunan dalam mengelola dan menerapkan sumber dayanya untuk mewujudkan kinerja toko bangunan yang baik. Kepuasan konsumen menarik untuk diteliti karena melibatkan konsumen dengan pihak perusahaan. Untuk mendapatkan kepuasan konsumen maka perusahaan bisa memenuhi keinginan konsumen berupa kualitas pelayanan yang diberikan, harga yang terjangkau, dan menyediakan *brand* atau merek terkenal. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, Harga, dan *brand* terhadap Kepuasan Konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (2) untuk menguji pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen (3) untuk menguji pengaruh *brand* terhadap kepuasan konsumen (4) untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan *brand* secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen toko bangunan UD Utama. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan uji regresi linear berganda diolah sehingga menghasilkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,474 + 0,055X_1 + 0,831X_2 + 0,198X_3$$

Hasil penelitian dengan pengujian hipotesis menggunakan uji t menunjukkan bahwa (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (2) harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen (3) *brand* tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (4) kualitas pelayanan, harga, dan *brand* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen toko bangunan UD Utama.

**Kata Kunci:** Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan *Brand* terhadap Kepuasan Konsumen toko bangunan UD Utama Desa Ketanon Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

## **ABSTRACT**

*Thesis entitled "The Effect of Service Quality, Price, and Brand on Consumer Satisfaction in the Main UD Building Store Ketanon Village Kedungwaru District Tulungagung Regency" was written by Fatchurrofiq Zamzami, NIM. 12405173110, Faculty of Economics and Islamic Business, Department of Sharia Business Management, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, with mentor Ahmad Sayichoni, M.Sy.*

*This research is motivated by competition with the importance of measuring the ability of a building shop to manage and apply its resources to realize good building shop performance. Consumer satisfaction is interesting to research because it involves consumers with the company. To get consumer satisfaction, the company can fulfill consumer desires in the form of quality services provided, affordable prices, and providing well-known brands or brands. The indicators used in this study are Service Quality, Price, and brand to Consumer Satisfaction.*

*The purpose of this study is (1) to test the effect of service quality on consumer satisfaction (2) to test the effect of price on consumer satisfaction (3) to test the influence of brand on consumer satisfaction (4) to test the influence of service quality, price, and brand simultaneously on the level of consumer satisfaction.*

*In this study using quantitative methods with associative types of research. The population in the study were consumers of The Main UD building shop. The samples in this study used incidental sampling techniques. This research using validity tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and multiple linear regression tests is processed so as to produce the following regression equations:*

$$Y = 4,474 + 0,055X_1 + 0,831X_2 + 0,198X_3$$

*The results of the study with hypothesis testing using the t test showed that (1) service quality did not affect consumer satisfaction (2) price had a positive and significant effect on consumer satisfaction (3) the brand did not affect consumer satisfaction (4) the quality of service, price, and brand simultaneously had a positive and significant effect on consumer satisfaction of the Main UD building store.*

**Keywords:** *The Effect of Service Quality, Price, and Brand on Consumer Satisfaction of the Main UD building shop, Ketanon Village, Kedungwaru District, Tulungagung Regency*