

## ABSTRAK

Ika Nur Rohmawati, NIM 2824133042, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *Tren* Model, dan Promosi Busana Syar'i terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung), Jurusan Ekonomi Syariah (ES), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, Dosen Pembimbing Dr. Nur Aini Latifah SE. MM.

Dalam dunia pemasaran kepuasan konsumen sangat penting apalagi dalam produk busana yang sekarang ini sudah semakin banyak, sehingga para produsen harus berlomba – lomba untuk meningkatkan penjualan produk busana tersebut. Salah satunya dengan meningkatkan faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Menguji pengaruh Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 2) Menguji pengaruh Harga secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 3) Menguji pengaruh *Tren* Model secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 4) Menguji pengaruh Promosi secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan, 5.) Menguji pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, *Trend* Model dan Promosi Busana Syar,i secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan rumusan masalahnya: 1) Apakah Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 2) Apakah Harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 3) Apakah *Trend* Model mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 4) Apakah Promosi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan, 5.) Apakah Kualitas Pelayanan, Harga, *Trend* Model dan Promosi Busana Syar,i secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan 90 responden yaitu Mahasiswi Ekonomi Syariah yang menjadi konsumen dan tahu tentang Busana Syar'i. Kuisisioner ini dianalisis dengan regresi linier berganda yang berfungsi untuk membuktikan hipotesis penelitian.

Pengujian hipotesis ini menghasilkan: 1) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 3) *Trend* Model berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, 4) Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan 5) Kualitas Pelayanan, Harga, *Trend* Model dan Promosi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, *Tren* Model, Promosi, Busana Syar'i, Kepuasan Konsumen.

## ABSTRACT

Ika Nur Rohmawati, NIM 2824133042, Service Quality Effect, Prices, Trends Model, and Syar'I Clothing Promotional to Consumer Satisfaction in the Islamic Economics Perspective (Student Case Study of Islamic Economics, Economics and Business Islamic Faculty, State Islamic Institute Tulungagung), Islamic Economics Department (ES), Economics and Business Islamic Faculty, State Islamic Institute Tulungagung, Supervisor. Nur Aini Latifah SE. MM.

In the marketing world, customer satisfaction is very important especially in clothing products which is nowadays has many more and more, so it is made the producers had to race to improve their clothing product. One of them is increasing the factors - factors that affect customer satisfaction.

The purpose of this research are: 1) Testing the influence of Service Quality significantly to Consumer Satisfaction, 2) Testing the influence of Price significantly to Consumer Satisfaction, 3) Testing the influence of Model Trends significantly to Consumer Satisfaction, 4) Testing the influence of Promotion significantly to Consumer Satisfaction And, 5.) Testing the effect of Quality of Service, Price, Model Trend and Promotion of Syar'I Clothing simultaneously to Consumer Satisfaction. With the formulation of the problem: 1) Does Quality of Service have a significant influence on Consumer Satisfaction, 2) Does Price has a significant influence on Consumer Satisfaction, 3) Whether Trend Model has a significant influence on Consumer Satisfaction, 4) Does Promotion have a significant influence On Consumer Satisfaction and, 5.) Are Quality of Service, Price, Model Trend and Promotion of Syar'I Clothing simultaneously have an effect on to Consumer Satisfaction. The technique used in this research is Purposive Sampling. The number of samples used 92 respondents ie Student Sharia Economics who become consumers and know about Clothing Syar'i. This questionnaire was analyzed by multiple linear regression that serves to prove the research hypothesis.

Testing of this hypothesis produces: 1) Service Quality has significant effect on Consumer Satisfaction, 2) Price has significant effect to Consumer Satisfaction, 3) Trend Model has significant influence to Consumer Satisfaction, 4) Promotion has significant effect to Consumer Satisfaction and 5) Quality of Service, Model and Promotion Trend significantly influence simultaneously to Consumer Satisfaction

Keywords: Service Quality, Price, Model Trend, Promotion, Syar'i Clothe, Consumer Satisfaction