

ABSTRAK

Reva Berliana Zahra, 2024. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Konsumen Muslim Shopee di Kota Tasikmalaya. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi.

Perkembangan zaman teknologi di Indonesia, terutama masyarakat di kota Tasikmalaya berbelanja secara online di marketplace salah satunya yaitu Shopee, dengan hadirnya Shopee memunculkan beberapa perilaku konsumen yang berbeda-beda saat mendapatkan produk tersebut dengan beberapa pertimbangan saat membeli dan setelah membeli produk tersebut. Faktor penting dalam kepuasan konsumen salah satunya melihat kualitas pelayanan, harga dan citra Perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan bisa mengukur bagaimana meningkatkan loyalitas konsumen, dengan hal ini kepuasan konsumen membantu mengidentifikasi kelemahan dalam meningkatkan pemasaran. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel *Insidental Sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya dengan sampel sebanyak 102 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya dengan koefisien korelasi sebesar 0,793 dengan nilai sig.000, koefisien regresi sebesar 9,920, nilai koefisien Determinasi R^2 sebesar 0,619 atau 61,9% dan nilai uji t sebesar 11,910. 2). Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya dengan koefisien korelasi sebesar 0,575 dengan nilai sig. 000, koefisien regresi sebesar 7,44, nilai koefisien Determinasi R^2 sebesar 0,575 atau 57,5% dan nilai uji t sebesar 11,391. 3). Citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya dengan koefisien korelasi sebesar 0,539 dengan nilai sig. 000, koefisien Determinasi R^2 sebesar 0,539 atau 53,9% dan nilai uji t sebesar 11,913. 4). Kualitas pelayanan, harga, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Muslim Shopee di kota Tasikmalaya dengan koefisien korelasi sebesar 0,873 dengan nilai sig.000, koefisien regresi sebesar 0,247. 0,277. 0,401, nilai koefisien determinasi sebesar 0,754 atau 75,4% dan nilai uji f sebesar 73,870. Dengan demikian kualitas pelayanan, harga dan citra perusahaan berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen (Y) Muslim Shopee di kota Tasikmalaya.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Citra Perusahaan, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Reva Berliana Zahra, 2024. The Effect of Service Quality, Price and Company Image on Shopee Muslim Consumer Satisfaction in Tasikmalaya City. Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.

The development of the technological era in Indonesia, especially people in the city of Tasikmalaya shop online at marketplaces, one of which is Shopee, with the presence of Shopee, it raises several different consumer behaviors when getting these products with several considerations when buying and after buying these products. One of the important factors in customer satisfaction is seeing the quality of service, price and company image are factors that affect customer satisfaction and can measure how to increase customer loyalty, in this case customer satisfaction helps identify weaknesses in improving marketing. The purpose of this study was to determine the effect of service quality, price and company image on Shopee Muslim consumer satisfaction in Tasikmalaya city both partially and simultaneously.

This research uses descriptive quantitative methods with incidental sampling techniques. Data was collected using a questionnaire with a Likert scale. The population in this study were Shopee Muslim consumers in Tasikmalaya city with a sample of 102 respondents.

The results showed that: 1). Service quality affects Shopee Muslim customer satisfaction in Tasikmalaya city with a correlation coefficient of 0.793 with a sig.000 value, a regression coefficient of 9.920, a determination coefficient value R² of 0.619 or 61.9% and a t test value of 11.910. 2). Price affects Shopee Muslim customer satisfaction in Tasikmalaya city with a correlation coefficient of 0.575 with a sig value. 000, a regression coefficient of 7.44, a determination coefficient R² of 0.575 or 57.5% and a t test value of 11.391. 3). Company image affects Shopee Muslim customer satisfaction in Tasikmalaya city with a correlation coefficient of 0.539 with a sig value. 000, the coefficient of determination R² of 0.539 or 53.9% and the t test value of 11.913. 4). Service quality, price, and company image affect Shopee Muslim customer satisfaction in Tasikmalaya city with a correlation coefficient of 0.873 with a sig.000 value, a regression coefficient of 0.247. 0.277. 0.401, the coefficient of determination is 0.754 or 75.4% and the f test value is 73,870. Thus service quality, price and company image are partial and simultaneously influential to consumer satisfaction (Y) of Shopee Muslims in Tasikmalaya city.

Keywords: Service Quality, Price, Company Image, Customer Satisfaction