

ABSTRAK

Wulan Puteri Hendarisman. 2023. Pengaruh Durabilitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hijab Umama Scarf. Skripsi. Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Siliwangi.

Kebutuhan konsumen akan *fashion* hijab semakin variatif dan inovatif. Keinginan dan kepuasan konsumen yang tidak ada batasnya, dimanfaatkan oleh para produsen hijab untuk menciptakan hijab yang sesuai keinginan dan kebutuhan konsumen. Oleh karena itu berbagai inovasi produk hijab dilakukan oleh para produsen untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh durabilitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hijab umama scarf baik secara parsial maupun simultan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan skala *likert*. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen perempuan yang pernah melakukan pembelian atau menggunakan produk hijab Umama Scarf dengan sampel sebanyak 100 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Durabilitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan koefisien determinasi X_1 diperoleh angka R square (R^2) sebesar 0,594 dengan t hitung sebesar 11,976 pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 2) Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan koefisien determinasi X_2 diperoleh angka R square (R^2) sebesar 0,567 dengan t hitung sebesar 11,320 pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. 3) Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, berdasarkan koefisien determinasi X_3 diperoleh angka R square (R^2) sebesar 0,640 dengan t hitung sebesar 13,188 pada tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Dan, 4) Hasil penelitian diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y berdasarkan koefisien determinasi sebesar 0,781 dengan F hitung sebesar 113,894 berada pada tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Maka dapat di simpulkan bahwa Durabilitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen baik secara parsial maupun simultan, sehingga semua hipotesis (H_0) **ditolak** dan semua hipotesis Alternatif (H_a) **diterima**.

Kata Kunci: Durabilitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Wulan Puteri Hendarisman. 2023. *The Influence of Product Durability, Price and Service Quality on Consumer Satisfaction of Umama Scarf Hijab. Thesis. Sharia Economics Study Program, Faculty of Islamic Religion, Siliwangi University.*

Consumer demands for hijab fashion are becoming more diverse and imaginative. Hijab producers employ the endless wants and satisfaction of consumers to create hijabs that suit the wants and needs of consumers. As a result, numerous hijab product developments are carried out by manufacturers in order to acquire the trust of consumers. The goal of this study was to see if product durability, pricing, and service quality had any effect on customer satisfaction with the hijab umama scarf, either partially or simultaneously.

The quantitative descriptive method was utilized in this investigation, together with a purposive sample methodology. A questionnaire with a Likert scale was used to collect data. With a sample of 100 respondents, the population in this study included female consumers who had purchased or used the Umama Scarf hijab product.

The findings revealed that: 1) Product durability has a positive and substantial influence on consumer satisfaction, with the R square (R^2) number being 0.594 with a t_{count} of 11.976 at a significant level of $0.000 < 0.05$ based on the coefficient of determination X_1 . 2) Based on the coefficient of determination X_2 , the R square (R^2) number is 0.567 with a t_{count} of 11.320 at a significance level of $0.000 < 0.05$. 3) Based on the coefficient of determination X_3 , the R square (R^2) number is 0.640 with a t_{count} of 13.188 at a significant level of $0.000 < 0.05$. 4) Based on a determination coefficient of 0.781 with a F_{count} of 113.894 at a significance level of $0.000 < 0.05$, the results revealed that there was an influence between X_1 , X_2 , and X_3 on Y.

So it can be concluded that Product Durability, Price and Service Quality have a positive and significant effect on Customer Satisfaction both partially and simultaneously, so that all hypotheses (H) are rejected and all Alternativ hypotheses (H_a) are accepted.

Keywords: *Product Durability, Price, Service Quality, Consumer Satisfaction.*