

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA UMAMA SCARF SERTA LOKASI RITEL RADEFA HIJAB TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Nama : Silvi Wulandari Sugianto
NIM : 1011610083
Dosen Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, harga terhadap kepuasan konsumen, lokasi terhadap kepuasan konsumen pada produk Umama Scarf di toko ritel Radefa Hijab yang berada di Jl. Ikan Cucut 12 BP Kulon Gresik. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan lokasi. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Karakteristik sampel pada penelitian ini adalah responden yang berusia minimal 18-40 tahun, mengetahui dan pernah berkunjung ke toko Radefa Hijab yang berlokasi di Jl. Ikan Cucut 12 BP Kulon Gresik, telah membeli produk di Radefa Hijab merek Umama Scarf lebih dari 1 kali. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *non probability sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Skala instrumen yang digunakan penelitian ini adalah skala *likert*. Analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 23.0. Hasil dari penelitian terbukti bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikan uji T adalah 0,032 ($<0,05$), sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil dari penelitian terbukti bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikan uji T adalah 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis kedua diterima. Hasil dari penelitian terbukti bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikan uji T adalah 0,023 ($<0,05$), sehingga hipotesis ketiga diterima. Hasil dari penelitian terbukti bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas produk, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil signifikan uji F adalah 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis keempat diterima.

Kata Kunci : kualitas produk, harga, lokasi, kepuasan konsumen.

EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE OF UMAMA SCARF AND RADEFA HIJAB RETAIL LOCATION ON CONSUMER SATISFACTION

Name : Silvi Wulandari Sugianto
Student Id Number : 1011610083
Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

ABSTRACT

This study aimed to assess the effect of product quality on consumer satisfaction, price on consumer satisfaction, location on consumer satisfaction on Umama Scarf products at Radefa Hijab retail stores located on Jl. Ikan Cucut 12 BP Kulon Gresik. The independent variables in this study are product quality, price and location. The dependent variable in this study is consumer satisfaction. Characteristics of the sample in this study were respondents who were at least 18-40 years old, knew and had visited the Radefa Hijab store located on Jl. Ikan Cucut 12 BP Kulon Gresik, has purchased products in the Umama Scarf Radefa Hijab brand more than once. The sampling technique in this study uses non probability sampling. The method used in this study was purposive sampling with a total sample of 150 respondents. The instrument scale used in this study is the likert scale. Analysis of the data used is descriptive statistical analysis and multiple linear regression analysis using IBM SPSS Statistics 23.0 software. The results of the research prove that there is a partial effect between product quality on customer satisfaction. This is evidenced by the significant results of the T test is 0.032 (<0.05), so the first hypothesis is accepted. The results of the research prove that there is a partial effect between price on consumer satisfaction. This is evidenced by the significant results of the T test is 0,000 (<0.05), so the second hypothesis is accepted. The results of the study proved that there is a partial effect between locations on consumer satisfaction. This is evidenced by the significant results of the T test is 0.023 (<0.05), so the third hypothesis is accepted. The results of this study prove that there is a simultaneous influence between product quality, price and location on customer satisfaction. This is evidenced by the significant result of the F test is 0,000 (<0.05), so the fourth hypothesis is accepted.

Key words : *product quality, price, location, consumer satisfaction.*