

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara mayoritas dengan penduduk muslim terbanyak didunia. Pada data BPS (Badan Pusat Statistik) disebutkan 86,88% penduduk Indonesia merupakan penganut agama Islam.¹ Banyaknya penganut agama Islam di Indonesia meningkatkan kebutuhan konsumen akan hijab. Hijab sendiri merupakan kebutuhan pokok bagi muslimah di Indonesia. Penggunaan hijab sendiri menurut agama Islam diwajibkan bagi para muslimah. Tingginya konsumsi hijab di Indonesia menumbuhkan banyaknya para pengusaha yang menggeluti dunia perhijaban, semakin meningkatnya hijab dikalangan masyarakat membuat model atau *fashion* hijabpun semakin berkembang. Produk memiliki makna yakni barang/jasa yang ditawarkan oleh seorang produsen dengan tujuan untuk dibeli, dikonsumsi, atau digunakan pasar sebagai alat untuk memenuhi semua kebutuhan maupun keinginan konsumen.² Berkembangnya industri *fashion* hijab mendorong meningkatnya persaingan antar toko yang memperjualbelikan produk yang sama.

Permintaan pasar akan hijabpun kini mulai meningkat dikalangan masyarakat. Salah satu penggunaan hijab yakni juga pada kalangan mahasiswi kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri, dimana semua mahasiswinya diwajibkan untuk menggunakan Hijab, karena kampus ini berbasis pendidikan islam. IAIN Kediri merupakan satu-satunya kampus

¹ <https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321> diakses pada 10 Maret 2022 pukul 17.15

² Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi 4* (Yogyakarta: ANDI, 2017), 231.

islam negeri yang ada pada Kota Kediri. Dimana beralamatkan pada Jalan Sunan Ampel, Ngronggo, Kota Kediri. Ekonomi Syariah merupakan salah satu program studi yang ada pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Peneliti memilih objek penelitian pada IAIN Kediri dikarenakan, kampus ini berbasis terhadap pendidikan islam yang memiliki aturan untuk semua mahasiswinya berpakaian dengan menutup aurat yakni dengan menggunakan hijab sehingga dapat dikatakan permintaan hijab pada mahasiswi kampus IAIN Kediri cukup tinggi, selain itu dikarenakan IAIN Kediri merupakan satu-satunya kampus Islam Negeri yang ada pada Kota Kediri sehingga membuat penelitian ini sesuai untuk dilakukan pada kawasan kampus. Berikut merupakan data perbandingan yang telah didapatkan dari pihak akademik kampus IAIN Kediri:

Tabel 1.1
Data Jumlah Mahasiswi FEBI IAIN Kediri Tahun Angkatan 2016-2022

Tahun Angkatan	Ekonomi Syariah	Perbankan Syariah	Manajemen Bisnis Syariah	Akuntansi Syariah
2016	215	75	-	-
2017	110	56	-	-
2018	278	201	-	-
2019	268	180	-	-
2020	146	148	46	33
2021	129	125	120	73
2022	140	110	124	79

Sumber: FEBI IAIN Kediri

Pertimbangan dalam penelitian ini yakni responden yang memiliki kriteria sebagai berikut: merupakan mahasiswi pada program studi Ekonomi Syariah, dikarenakan prodi ini merupakan salah satu program studi paling banyak

peminat jadi akan sesuai untuk dijadikan objek penelitian. Merupakan mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2018, hal ini dikarenakan jumlah mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 adalah yang terbanyak.

Banyaknya jumlah mahasiswi pada Ekonomi Syariah Angkatan 2018, mendorong pula dalam peningkatan konsumsi akan hijab. Hal ini karena diwajibkannya bagi para mahasiswi untuk menggunakan hijab. Maka dengan meningkatnya konsumsi akan hijab, menciptakan persaingan pada bidang yang sama. Pemilihan produk hijab sendiri hal utama yang harus diperhatikan yakni kualitas produknya, karena penggunaan hijab sendiri berfungsi untuk menutupi aurat, jangan sampai karena kualitas produk hijab yang buruk justru menghambat hal tersebut.

Nymaz Hijab merupakan salah satu usaha yang bergerak atau memperjual belikan produk hijab, pakaian muslimah, tas, dan lain-lain yang berkaitan dengan kebutuhan kosumen khususnya muslimah. Nymaz Hijab sendiri dirintis mulai tahun 2018 hingga sekarang, dimana penjualannya dilakukan secara offline maupun online dengan menggunakan platform-platform tertentu. Nymaz hijab beralamatkan di Jl. Dandang Gendis No. 4A Ds. Gogorante Kabupaten Kediri. Toko ini sendiri memperjual belikan produknya dengan kualitas yang premium dari segi kain yang digunakan maupun jahitan detailnya sangat diperhatikan, serta dengan harga yang relatif murah. Menurut *owner* nymaz hijab sendiri memenuhi ekspektasi konsumen merupakan hal yang penting, yakni dengan memperhatikan kualitas produk barang serta harga produk tersebut.

Berdasarkan hasil kuisioner yang peneliti lakukan, berikut merupakan tempat yang sering dikunjungi mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 dalam membeli produk hijab:

Tabel 1.2
Rata-Rata Tempat Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018
Berbelanja Hijab

Tempat		Responden
1	Nymaz Hijab	164
2	Fitri Jilbab	62
3	Qomeshop	38
4	Putih Fashion Hijab	14
Jumlah Responden		278

Sumber Data: Hasil observasi (Diolah peneliti) pada 27 Juli 2022

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa Nymaz Hijab merupakan tempat yang paling dominan dalam melakukan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuisioner dimana Nymaz Hijab memiliki jumlah responden yang paling tinggi. Maka dengan begitulah alasan peneliti memilih Nymaz Hijab sebagai objek penelitian. Serta dapat dilihat pada data perbandingan yang disajikan berikut ini.

Alasan memilih Nymaz Hijab sebagai objek penelitian lainnya yakni dapat dilihat pada tabel perbandingan dibawah ini, dimana dijelaskan bahwa menurut teori *marketing mix* yakni 4P Nymaz Hijab lebih unggul dibanding dengan yang lainnya

Tabel 1.3
Data Perbandingan Alasan Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan
2018 Memilih Toko Nymaz Hijab

Indikator	Nama Toko		
	Nymaz Hijab	Fitri Hijab	Qome Shop
<i>Price</i>	Dari segi harga Nymaz Hijab memperjual belikan produknya dengan harga yang relatif tergolong murah, sehingga dapat harga ini dapat dijangkau oleh semua kalangan, termasuk pula mahasiswi.	Harga produk yang dijual sama dengan harga pasar pada umumnya, akan tetapi harga dapat turun jika membeli produk hijab dalam jumlah yang besar.	Harga produk yang dijual sama dengan harga pasar pada umumnya, akan tetapi harga dapat turun jika membeli produk hijab dalam jumlah yang besar.
<i>Place</i>	Dari segi tempat Nymaz Hijab sendiri memiliki 2 toko yang sangat strategis serta mudah ditemukan oleh pembeli, dimana toko ini berdiri pada pinggir jalan raya, sehingga mempermudah pembeli untuk mengetahui keberadaan toko tersebut.	Toko Fitri Hijab memiliki lokasi yang kurang mempermudah mahasiswi untuk menemukannya, karena lokasi yang masuk kedalam pemukiman warga.	Memiliki 2 toko dimana salah satunya berada di jalan besar, akan tetapi pusat toko berada didalam pemukiman warga.
<i>Product</i>	Dari segi produk yang dijual oleh Nymaz Hijab memberikan produk dengan kualitas yang baik, Hijab yang dijual oleh Nymaz Hijab memiliki kualitas yang baik, model yang selalu terbaru, serta banyaknya pilihan warna yang disajikan.	Produk yang disajikan memiliki kualitas yang baik, akan tetapi model hijab yang disajikan tergolong tidak selalu terbaru.	Produk yang disajikan memiliki kualitas bahan yang bagus, akan tetapi jumlah produk yang dijual tergolong hanya sedikit, sehingga tidak dapat memenuhi kebutuhan pasar.
<i>Promotion</i>	Promosi yang dilakukan Nymaz hijab sendiri dilakukan dengan 2 cara yakni dengan cara offline serta	Promosi yang dilakukan melalui media offline dan online. Tetapi belum ditemukan pada media	Promosi yang dilakukan melalui media offline dan online. akan tetapi jumlah pembeli pada

	online. Secara offline yakni dengan spanduk, dan secara online melalui platform media sosial dna juga <i>marketplace</i> .	<i>marketplace</i> .	media <i>marketplace</i> lebih sedikit dibandingkan dengan Nymaz Hijab.
--	--	----------------------	---

Sumber: Hasil observasi (Diolah peneliti) pada 27 Juli 2022

Beragamnya jenis hijab yang semakin berkembang mendorong banyaknya tingkat permintaan pasar yang semakin beragam, jenis hijab sendiri merupakan hal yang penting diperhatikan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Berikut didapatkan data mengenai hijab yang dibeli oleh mahasiswi program studi ekonomi syariah angkatan 2018, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.4
Jenis Hijab Yang Dibeli Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018
Pada Toko Nymaz Hijab

Jenis Hijab	Responden
<i>Voal Basic Premium</i> (Umama)	115
<i>Voal Miracle</i> (Azara)	36
<i>Voal Waffle</i> (Umama)	13
Total Responden	164

Sumber Data: Hasil observasi (Diolah peneliti) pada 27 Juli 2022

Dari data diatas yang didapatkan melalui pembagian kuisisioner, bahwa jenis jilbab yang pernah dibeli oleh mahasiwi ekonomi syariah angkatan 2018 yakni *voal basic premium* merk umama dengan total responden sebanyak 115 atau yang responden terbanyak. Maka dengan alasan tersebut penulis memilih jenis hijab *voal basic premium* merk umama sebagai objek penelitian.

Perilaku konsumen memiliki makna yakni sifat konsumen yang muncul atau timbul setelah mengkonsumsi suatu produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Perilaku ini akan muncul oleh

konsumen akhir.³ Suatu perusahaan yang dapat memberikan kualitas produk dan juga jasa pelayanan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka akan menciptakan rasa puas pada diri konsumen, sehingga akan mempengaruhi penggunaan secara berulang atau berlangganan.⁴ Menurut Gaspersz kepuasan konsumen merupakan sebuah keadaan yang mencakup kebutuhan, keperluan, serta tingkat rasa keinginan, maupun pula harapan dari pembeli atau konsumen yang dapat terpenuhi serta terjawab melalui suatu produk tertentu yang telah dikonsumsi.⁵ Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting dalam evaluasi suatu produk, karena dengan timbulnya kepuasan konsumen akan menciptakan pembelian secara berulang, begitu pula dengan sebaliknya. Maka kepuasan konsumen merupakan aspek terpenting dalam suatu usaha.

Berikut merupakan data hasil kuisioner yang menunjukkan kepuasan konsumen Nymaz Hijab pada prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 IAIN Kediri:

Tabel 1.5
Rata-Rata Jumlah Konsumen Nymaz Hijab
Pada Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018

Berapa kali anda membeli produk hijab pada Nymaz Hijab	Responden
Beli 1-2 kali	28
Beli \geq 2 kali	87
Total Responden	94

Sumber Data: Hasil observasi (Diolah peneliti) pada 27 Juli 2022

³Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung:Alfabeta, 2017), 62.

⁴ Andi Mardiana dan Nur Ain Kasim, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Busana Muslim Anisa Kota Gorontalo," *Jurnal Studi Ekonomi dan Bisnis Islam* 1, no. 2 (2018): 134.

⁵ Vincent Gasperz, *Total Quality Management* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), 34.

Dari tabel 1.5 menunjukkan bahwa konsumen Nymaz Hijab pada prodi Ekonomi Syariah memiliki tingkat kepuasan yang tinggi. Dari tabel 1.5 dapat dilihat bahwa 87 orang telah melakukan pembelian produk hijab pada Nymaz Hijab lebih dari 2 kali, serta 28 orang pernah melakukan pembelian produk hijab pada Nymaz Hijab sebanyak 1-2 kali.

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk (*product quality*) ialah suatu sifat atau karakter dari produk maupun suatu jasa yang akan muncul akibat kemampuannya pada saat memenuhi kepuasan konsumen, merupakan sarana terpenting atau utama yang dapat berdampak langsung terhadap kepuasan konsumen.⁶ Kualitas dapat dikatakan berhasil atau terpenuhi apabila ketika suatu produk dapat memnuhi atau bahkan lebih dari harapan konsumen. Kualitas produk dikatakan unggul apabila dapat menciptakan nilai plus dimata konsumen, dan juga dapat menciptakan hubungan timbal balik yang baik bagi konsumen maupun produsen. Hal inilah yang akan membawa dampak positif bagi suatu perusahaan.⁷ Peningkatan kualitas produk merupakan aspek penting yang harus selalu diperhatikan, agar menciptakan pembelian secara berulang.⁸

Selain mengenai kualitas produk hal yang diperhatikan oleh konsumen selanjutnya yakni mengenai harga. Pemasangan harga yang relatif murah oleh produsen dapat lebih menarik perhatian konsumen untuk membelinya.

Menurut kotler dan amstrong harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan oleh

⁶ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Manajemen* (Jakarta: Erlangga, 2014), Edisi 12 Jilid 1: 272.

⁷ Dita Putri Anggraeni, Srikandi Kumadji dan Sunarti, Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon Di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan), *Jurnal Administrasi Bisnis* 37, No. 1 (2018): 172.

⁸ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah: Kaya di Dunia Terhormat di Akhirat* (Yogyakarta: PustakaPelajar, 2015), 169.

pelanggan demi mendapatkan keuntungan atau manfaat atas produk yang telah dibeli.⁹ Suatu perusahaan yang menginginkan usahanya semakin berkembang maka harus memperhatikan pemasangan harga produk yang dijualnya, dengan cara selalu memperhatikan kondisi harga dipasaran.

Berikut merupakan data hasil kuisioner konsumen Nymaz Hijab pada prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 di IAIN Kediri, yang menunjukkan faktor pembelian produk Nymaz Hijab lebih dari 2 kali:

Tabel 1.6
Faktor Dari Kepuasan Konsumen Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 pada Toko Nymaz HIjab

Faktor Membeli Produk Nymaz Hijab Lebih Dari 2 Kali	Responden
Kualitas Produk	38
Harga	23
Promosi	18
Tempat	8
Total Responden	87

Sumber Data: Hasil observasi (Diolah peneliti) pada 27 Juli 2022

Dari tabel 1.5 dapat dilihat bahwa hal yang dominan dalam memenuhi kepuasan konsumen ialah kualitas produk. Pada kualitas produk mendapatkan responden sebanyak 38 orang, harga sebanyak 23 orang, Promosi sebanyak 18 orang, dan Tempat sebanyak 8 orang. Kualitas produk hijab yang membuat mahasiswi puas salah satunya yaitu bahan yang digunakan dalam pembuatan hijab tersebut serta jahitan dan juga model. Kualitas hijab yang baik dapat dinilai pada saat penggunaannya apakah nyaman digunakan, bahan yang tidak terawang, dan juga model hijab. Pemerhatian kualitas produk hijab tersebut sangat penting bagi mahasiswi, karena penggunaan hijab sendiri wajib dipenuhi dalam kehidupan mahasiswi

⁹ Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu* (Jakarta: Erlangga, 2014), 345.

muslim. Pemerhatian kualitas produk yang dijual harus diperhatikan, selain itu pemasangan harga yang tepatpun juga sangat penting. Pemasangan harga yang terlalu mahal akan menurunkan tingkat perhatian dari konsumen, sebaliknya jika pemasangan harga yang terlalu murah dapat pula merusak harga pasar. Jadi seorang produsen harus memasang harga ditengah-tengah, yang dapat menguntungkan bagi dirinya sendiri serta bagi konsumen yang membeli produknya.

Berikut merupakan data perbandingan mengenai kualitas produk dan harga jilbab *basic voal* premium merk umama pada toko Nymaz Hijab terhadap jenis jilbab lain yang hampir serupa pada toko lain, yakni:

Tabel 1.7
Data Perbandingan Kualitas Produk dan Harga Hijab *Basic Voal*
Premium Merk Umama Pada Toko Nymaz Hijab

No	Nama Toko	Merk	Kualitas Produk	Harga
1.	Nymaz Hijab	Hijab <i>Basic Voal</i> Umama	Bahan yang digunakan lebih tebal dan tidak licin, serta jahitan yang kuat sehingga hijab tidak mudah rusak, bahan mudah dibentuk. Yakni terbuat dari bahan katun premium.	Harga lebih terjangkau pada kantong mahasiswa, serta dengan harga Rp 20.900 sudah mendapatkan kualitas produk yang baik.
2.	Fitri Hijab	Jilbab Merk Salwa	Bahan yang digunakan lebih tipis, karena terbuat dari bahan diamond.	Harga lebih mahal untuk kantong mahasiswi yakni sebesar Rp. 40.000
3.	Qomeshop	Jilbab Voila segiempat	Bahan yang digunakan yakni terbuat dari katun TR, bahan yang digunakan membuat lebih cepat panas.	Harga yang ditawarkan lebih mahal yakni sebesar Rp. 24.000

4.	Putih Fashion Hijab	<i>Voal Miracle Azara</i>	Kualitas bahan terbuat dari katun voal, pinggiran jahitan mudah robek.	Dengan kualitas yang hampir mirip dengan voal premium merk umama, namun harga jual lebih mahal untuk kantong mahasiswa yakni Rp. 25.000
----	---------------------	---------------------------	--	---

Sumber data: Diolah peneliti

Kepuasan konsumen akan terbangun apabila keinginan konsumen terpenuhi dengan baik. Kepuasan konsumen sendiri merupakan aset yang penting untuk keberhasilan suatu usaha, untuk menciptakan kepuasan konsumen sendiri salah satunya yakni pemenuhan kualitas produk yang baik serta pemasangan harga yang tepat. Kesimpulan dari semua pemaparan tersebut maka penulis ingin meneliti apakah kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hijab *Basic Voal Premium Umama* (Studi Kasus Pada Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2018 Konsumen dari Toko Nymaz Hijab)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Produk Hijab *Basic Voal Premium Umama* Pada Toko Nymaz Hijab?
2. Bagaimana Harga Hijab *Basic Voal Premium Umama* Pada Toko Nymaz Hijab?

3. Bagaimana Kepuasan Konsumen Terhadap Hijab *Basic Voal* Premium Umama Pada Toko Nymaz Hijab?
4. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Hijab *Basic Voal* Premium Umama Pada Toko Nymaz Hijab Terhadap Kepuasan Konsumen?
5. Bagaimana Pengaruh Harga Hijab *Basic Voal* Premium Umama Pada Toko Nymaz Hijab Terhadap Kepuasan Konsumen?
6. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Hijab *Basic Voal* Premium Umama Pada Toko Nymaz Hijab?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka dapat ditarik kesimpulan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas produk hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz Hijab.
2. Untuk mengetahui bagaimana harga hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz Hijab.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz Hijab.
4. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz Hijab terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh harga hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz Hijab terhadap kepuasan konsumen.
6. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga hijab *basic voal* premium umama pada toko Nymaz hijab terhadap kepuasan konsumen.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan secara teoritis melalui data yang disuguhkan secara fakta, maupun peningkatan intelektual dan kompetensi guna melatih kemampuan sesuai dengan bidang studi yang telah ditempuh dan dipelajari. Serta sebagai suatu syarat untuk dapat lulus dari program studi agar mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

2. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan, yang lebih berfokus pada bidang ekonomi serta dapat dijadikan salah satu bahan rujukan untuk penelitian lainnya.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis Penelitian ialah suatu hasil atau jawaban yang bersifat sementara dari munculnya rumusan masalah yang ada pada penelitian, dimana rumusan masalah tersebut disajikan dalam bentuk suatu kalimat pertanyaan.¹⁰

1. H_a : Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal premium umama* pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

H_o : Tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal premium merk umama* pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi Edisi Ke-1* (Bandung: CV Alfabeta, 2019), 70.

2. H_a : Adanya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal* premium umama pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

H_o : Tidak ada pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal* premium umama pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

3. H_a : Adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal* premium umama pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018

H_o : Tidak ada pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen hijab *basic voal* premium umama pada mahasiswi ekonomi syariah IAIN Kediri angkatan 2018.

F. Telaah Pustaka

Berikut merupakan telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung* oleh Melya Putri (2016), mahasiswi Universitas Lampung.¹¹ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dimana telah diperoleh F_{hitung} sebesar $82,835 > F_{tabel}$ 2,70 yang berarti menunjukkan bahwa *regresi linear multiple* dengan koefisien determinasi (r^2) 0,730 yang memiliki arti bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh

¹¹ Putri, Melya, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Provita Bandar Lampung*, Skripsi-S1 (Lampung: Universitas Lampung, 2017)

variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan sebesar 73%, sisanya sebesar 27% dipengaruhi oleh indikator variabel lain yang tidak diketahui.

2. *Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen Grabbike (Studi Kasus Pada Konsumen Grabbike Santri Ma'had darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri)* oleh Yosi Prawesti Anggia. Mahasiswi Intitut Agama Islam Negeri Kediri, 2020.¹² Penelitian ini menghasilkan R *square* pada uji koefisien determinasi sebesar 0,322 yang berarti bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 32,2%, dan sisanya sebesar 67,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.
3. *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Hand And Body Lotion Vaseline (Studi pada Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018)* oleh Nur'ain Khusnul Khotimah. Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kediri.¹³ Penelitian ini berfokus pada pengaruh kepuasan akan loyalitas konsumen. Dengan pembuktian hasil yang signifikan antara kedua variabel tersebut, yaitu berdasarkan uji F nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $328,804 > F$ tabel 3,95, sehingga terdapat pengaruh variabel kepuasan terhadap variabel loyalitas konsumen secara simultan.
4. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shampoo Head & Shoulder pada Santri Pondok Al-Islah Gedangsewu Pare Kediri* oleh

¹² Prawesti, Yosi Anggia, *Pengaruh harga Terhadap Kepuasan Konsumen Grabbike (Studi Kasus Pada Konsumen Grabbike Santri Ma'had Darul Hikmah Ngronggo Kota Kediri)*, Skripsi-S1 (Kediri: IAIN Kediri, 2020).

¹³ Nur'ain Khusnul Khotimah, *Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Hand And Body Lotion Vaseline (Studi pada Mahasiswi IAIN Kediri Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2018)*, Skripsi-S1 (Kediri: IAIN Kediri: 2020).

Ahmad Hilal Fakhrunniza.¹⁴ Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Kediri 2018. Penelitian ini berfokus pada hasil pengaruh kualitas terhadap kepuasan, dengan menunjukkan hasil yakni t_{hitung} sebesar 9,526 dan sig. 0,000 sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

5. *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen Daia (Studi Kasus Pada Minimarket Madani Store Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar)* oleh Nur Aini Nikmatul.¹⁵ Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2021. Dimana didalam penelitian ini didapatkan bahwa T_{hitung} 6,345 > T_{tabel} 1,65024 serta nilai sig. $0,000 < 0,05$. Serta pada uji determinasi didapatkan nilai sebesar 0,543. Yang memili arti bahwa harga mempengaruhi kepuasan konsumen dengan angka 53,4% dan sisanya sebesar 46,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh penulis.

Persamaan penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya adalah pertama, sama-sama meneliti mengenai pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan atau konsumen. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabelnya, pada penelitian terdahulu memiliki 3 variabel X, maka penelitian ini hanya terfokus pada 2 variabel X yaitu kualitas produk dan harga. Kemudian pada penelitian diatas menggunakan variabel

¹⁴ Ahmad Hilal Fakhrunniza, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Shampoo Head & Shoulder pada Santri Pondok Al-Islah Gedangsewu Pare Kediri*, Skripsi-S1 (Kediri: IAIN Kediri, 2018).

¹⁵ Aini, Nur Nikmatul, *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Detergen Daia (Studi Kasus Pada Minimarket Madani Store Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar)*, Skripsi-S1 (Kediri: IAIN Kediri, 2021).

loyalitas konsumen sebagai variabel Y, maka penelitian ini menggunakan Kepuasan Konsumen sebagai variabel Y. Serta perbedaan pada studi kasus yang dilakukan.