

ABSTRAK

Bagus Ayana merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri fashion. Bagus Ayana memfokuskan bisnisnya untuk memproduksi baju muslimah. Berdasarkan observasi yang dilakukan, peneliti menemukan masalah dalam kegiatan usaha ini yaitu masih rendahnya kepuasan konsumen yang terjadi karena belum terpenuhinya harapan konsumen pada kualitas produk Bagus Ayana.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasn konsumen pada toko Bagus Ayana. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data meliputi data primer dan data sekunder. Data primer meliputi observasi non partisipan, wawancara, dan penyebaran kuisisioner kepada 91 responden. Sedangkan data sekunder meliputi studi kepustakaan, dokumentasi, dan internet. Untuk teknik analisi data yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, korelasi rank spearman, uji koefisien determinasi, dan uji T.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Dari pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang diberikan, maka kepuasan konsumen juga akan semakin tinggi, serta memiliki tingkat keeratan yang kuat antara variabel X terhadap variabel Y. Melalui koefisien determinasi kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Bagus Ayana, dengan pengaruh sebesar 57% dan 43% di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisa dan penelitian ini. Peneliti mengemukakan saran yang diberikan untuk Bagus Ayana yaitu sebaiknya mencari vendor yang terpercaya, mempertahankan kualitas produk, dan sebaiknya memulai promosi yang lebih baik agar pasar yang dijangkau lebih luas.

Kata kunci: Kualitas produk dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Bagus Ayana is a company operating in the fashion industry. Bagus Ayana focuses his business on producing Muslim clothing. Based on observations made, researchers found a problem in this business activity, namely low consumer satisfaction which occurred because customer expectations regarding the quality of Bagus Ayana products had not been met.

This research aims to determine the effect of product quality on customer satisfaction at the Bagus Ayana store. The research method used is a quantitative method, with data collection techniques including primary data and secondary data. Primary data includes non-participant observation, interviews, and distribution of questionnaires to 91 respondents. Meanwhile, secondary data includes library research, documentation and the internet. The data analysis techniques used are validity test, reliability test, simple linear regression, Spearman rank correlation, coefficient of determination test, and T test.

Based on the data obtained, the product quality variable (X) has a positive and significant effect on the customer satisfaction variable (Y). This positive influence shows that the higher the quality of the product provided, the higher customer satisfaction will also be, and there is a strong level of closeness between variable 57% and 43% are influenced by other variables not included in this analysis and research. The researcher put forward the advice given to Bagus Ayana, namely that he should look for a trusted vendor, maintain product quality, and should start better promotions so that the market reached is wider.

Keywords: Product quality and customer satisfaction

ABSTRAK

Bagus Ayana mangrupikeun perusahaan anu beroperasi dina industri fashion. Bagus Ayana museurkeun usahana pikeun ngahasilkeun baju muslim. Dumasar observasi anu dilakukeun, panalungtik manggihan masalah dina kagiatan usaha ieu, nya éta low kapuasan konsumen anu lumangsung alatan ekspektasi konsumén ngeunaan kualitas produk Bagus Ayana can kacumponan.

Ieu panalungtikan miboga tujuan pikeun mikanyaho pangaruh kualitas produk kana kasugemaan konsumén di toko Bagus Ayana. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode kuantitatif, kalawan téhnik ngumpulkeun data ngawengku data primer jeung data sekunder. Data primer ngawengku obsérvasi non-partisipan, wawancara, jeung distribusi angkét ka 91 réspodén. Samentara éta, data sekundér ngawengku panalungtikan perpustakaan, dokuméntasi jeung internét. Téhnik analisis data anu digunakeun nyaéta uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, korelasi rank Spearman, uji koefisien determinasi, jeung uji T.

Dumasar kana data anu dimeunangkeun, variabel kualitas produk (X) boga pangaruh positif jeung signifikan kana variabel kapuasan konsumén (Y). Pangaruh positif ieu nunjukkeun yén langkung luhur kualitas produk anu disayogikeun, kapuasan palanggan anu langkung luhur ogé, sareng aya tingkat caket anu kuat antara variabel 57% sareng 43% dipangaruhan ku variabel sanés anu henteu kalebet dina analisis sareng panalungtikan ieu. Panalungtik nepikeun naséhat anu dibikeun ka Bagus Ayana, nya éta kudu néangan vendor anu dipercaya, ngajaga kualitas produk, sarta kudu ngamimitian promosi anu hadé sangkan pasar anu kahontal leuwih lega.

Konci: Kualitas produk sareng kapuasan konsumen