

## ABSTRAK

**Suciati Maulidiyah, NIM: 2020310105, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, judul: Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Variasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Di CV. Cipta Harmoni Buah Bekasi).**

Tujuan dari dilaksanakan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi harga terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi Islam di CV. Cipta Harmoni Buah. Penelitian ini menggunakan jenis kerja lapangan atau (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini seluruh konsumen yang ada di CV. Cipta Harmoni Buah dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Tehnik penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menentukan ukuran menggunakan *Accidental sample*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji normalitas. Selanjutnya untuk analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan variasi produk berpengaruh positif dan signifikan tetapi untuk kualitas pelayanan berpengaruh negative dan tidak signifikan. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji t persial dengan hasil yang menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikansi dibawah 0,05 pada setiap variabelnya yang berarti positif dan signifikan, sedangkan jika t hitung lebih kecil dari pada t tabel dan signifikansi di atas 0,05 maka negative tidak signifikan. Kualitas produk (X1) t hitung > t tabel ( $3,556 > 1,985$ ) dan nilai sig ( $0,01 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut memiliki skor koefisien kualitas produk yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan (X2) t < t tabel ( $0,709 > 1,985$ ) dan nilai sig ( $0,480 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut memiliki skor koefisien kualitas pelayanan yang negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, variasi produk (X3) t > t tabel ( $2,122 > 1,985$ ) dan nilai sig ( $0,036 < 0,05$ ). Dari hasil tersebut memiliki skor koefisien variasi produk yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis uji F didapatkan F hitung lebih besar dari pada F tabel dengan skor  $15,623 > 2,70$  serta skor sig  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil tersebut dapat kita simpulkan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berarti variabel independen kualitas produk, kualitas pelayanan dan variasi produk secara stimultan berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV. Cipta Harmoni Buah.

**Kata kunci: kualitas produk, kualitas pelayanan, variasi produk dan kepuasan konsumen**