

## ABSTRAK

**Tintania Putri Fiandara, 1420310123, “Pengaruh *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangible, dan Empathy* terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Konveksi Al Barokah Sedan Rembang)”.**

Penelitian ini ditujukan untuk mengPengaruh dan memberikan bukti empiris mengenai apakah variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada konveksi Al Barokah Sedan, Rembang.

Penelitian ini menggunakan Pengaruh regresi linier berganda dengan program SPSS 20. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Rembang dengan kriteria merupakan konsumen yang pernah membeli produk konveksi Al Barokah Sedan, Rembang. Sampel yang digunakan sebanyak 98 orang terhadap masyarakat kota Rembang dengan metode *accidental sampling*.

Hasil dari Pengaruh regresi berganda yang telah dilakukan diperoleh hasil yaitu,  $Y = 0,095 X_1 + 0,405 X_2 + -0,024 X_3 + 0,255 X_4 + 0,105 X_5$ . Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel *reliability* (0,405), diikuti oleh variabel kualitas *assurance* (0,255), kemudian variabel *emphaty* (0,105), lalu variabel *tangible* (0,095) dan terakhir adalah variabel *responsiveness* (0,024). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel independen (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) mempunyai pengaruh positif terhadap variable dependen yaitu kepuasan konsumen. Koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) yang diperoleh sebesar 0,558. Hal ini berarti 55,8% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*, dan sisanya yaitu 44,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

**Kata kunci :** *Tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy dan kepuasan konsumen.*