

ABSTRAK

Ahmad Yasin Habibi (1720310025), Pengaruh *Trust In Brand* dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan Hijab Elzatta Kudus.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara *trust in brand* dan kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan pelanggan hijab elzatta kudus baik secara parsial dan simultan. Penelitian ini berupa penelitian lapangan (*Field Research*) dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik yang digunakan yaitu teknik non probability sampling merupakan suatu teknik pengambilan sampel sehingga semua data kemungkinan terpilih sebagai sampel dan perhitungan sampel menggunakan rumus lemeshow. Alat pengumpulan data yang digunakan berupa wawancara dan angket yang selanjutnya dianalisis dengan statistic.

Obyek penelitian ini adalah semua pelanggan pada hijab Elzatta kudus dengan jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 96 orang yang dijadikan sebagai responden. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan uji autokorelasi, serta teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda, uji T parsial, uji F simultan dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil analisis ini menunjukkan bahwa *trust ini brand* terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($26.182 > 1.671$). kualitas pelayanan islami terbukti memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan uji t menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.899 > 1.671$). kemudian hasil uji f menunjukkan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($696.988 > 3.09$) dengan probabilitas signifikasinya $0.000 > 0.005$ maka dinyatakan secara simultan *trust in brand* dan kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan hijab Elzatta. Uji R^2 diperoleh nilai sebesar 93,7% sedangkan sisanya 6,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

Kata kunci : *Trust In Brand, Kualitas Pelayanan Islami dan kepuasan Pelanggan.*