

## ABSTRAK

**Nala Risqi Lana, NIM: 1820310134, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, judul : Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Home* Industri Mubarrok Dalam Persepektif Islam.**

Tujuan dari dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Batu Bata Merah Mubarrok. Penelitian ini menggunakan jenis kerja lapangan (*field reseach*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini seluruh konsumen yang ada di *Home* Industri Mubarrok dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Teknik penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan menentukan ukuran menggunakan *Accidental sample*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji prasyarat uji multikoloneoritas, uji heterokedastisitas, uji normalitas, dan uji autokorelasi. Selanjutnya untuk analisis data menggunakan uji regresi linier berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa desain produk kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dibuktikan dengan uji t parsial dengan hasil yang menunjukkan t hitung lebih besar dari t tabel dan signifikan dibawah 0,5 pada setiap variabelnya. Variabel desain produk (X1) t hitung > t tabel ( 2,320 >1,985) dan nilai sig. 0,23<0,05. Dengan demikian hasil tersebut berarti desain produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, kualitas produk (X2) t hitung > t tabel ( 3,982 >1,985) dan nilai sig. 0,00<0,05. Dengan demikian hasil tersebut berarti kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, kualitas pelayanan (X3) t hitung > t tabel ( 6,379 >1,985) dan nilai sig. 0,00<0,05. Dengan demikian hasil tersebut kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, dan harga (X4) t hitung > t tabel ( 3,414 >1,985) dan nilai sig. 0,04 <0,05. Dengan demikian hasil tersebut berarti harga berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan analisis uji F didapat F hitung lebih besar dari F tabel dengan skor 82,190>2,70 serta skor sig 0,00 < 0,05. Dengan ini dapat disimpulkan  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima yang berararti bahwa variabel independen desain produk, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga secara stimultan berefek positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen *Home* industri mubarrok.

**Kata Kunci: Desain Produk, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga dan Kepuasan Konsumen**