

ABSTRAK

Muhammad Ismail Yusron (1158020210): Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen *Online Shop* Shopee Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

Penelitian ini dilatar belakangi karena industri jual beli khususnya yang berbasis *online* di Indonesia sedang naik, banyak perusahaan-perusahaan *market place* bermunculan di Indonesia dan salah satunya adalah Shopee. Shopee adalah *market place* yang menyediakan berbagai macam produk. Namun dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti masih banyak konsumen yang menyayangkan kualitas pelayanan dari Shopee yang kurang memuaskan bagi konsumen. Dan juga kualitas produk yang diterima oleh konsumen masih kurang memuaskan dikarenakan banyak produk yang tidak sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen *online shop* Shopee. Peneliti menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dimana kedua variabel memiliki keterkaitan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Asosiatif/hubungan dalam pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel adalah Mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2015-2018. Teknik pengambilan sampel adalah teknik *sampling duster propordonate random sampling* dengan teknik *simple random sampling*, sehingga ditentukan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Data yang dihasilkan adalah tanggapan responden yang telah ditetapkan sebagai sampel dari kuisioner yang telah disebar.

Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan bantuan software SPSS versi 20 diperoleh hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $< t$ tabel ($3,155 > 1,660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung $> t$ tabel ($7,607 > 1,660$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. (3) Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh positif, hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung $> F$ tabel ($165,136 > 1,66$) dan nilai signifikansi f hitung sebesar $0,000$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,879$ yang menunjukkan bahwa Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh sebesar $87,9\%$ sedangkan sisanya $22,1\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Konsumen