

ABSTRAK

Risda 2023, “*Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kosmetik Ms Glow pada Agen Putry Shop Palopo*” Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo dibimbing oleh Muzayyanah Jabani.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik Ms Glow pada agen Putry Shop Palopo Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik MS Glow pada agen Putri Shop Palopo, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik MS Glow pada agen Putri Shop Palopo, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik MS Glow pada agen Putri Shop Palopo.

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel pada penelitian sebanyak 96 nasabah. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *accidental sampling*. Data diperoleh melalui kuesioner. Selanjutnya, data di analisis menggunakan SPSS Versi 20

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Berdasarkan hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas produk lebih besar dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel kualitas produk dan nilai *p-value* atau sig. variabel kualitas produk sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen produk kosmetik MS Glow pada agen Putri Shop Palopo. hasil uji parsial menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel harga lebih besar dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel kualitas produk dan nilai *p-value* atau sig. variabel harga sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. hasil uji F tersebut nilai F_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang digunakan atau kemudian nilai *p-value* atau sig. sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : Harga, kualitas produk, kepuasan konsumen