

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan, desain produk, dan kualitas produk mempengaruhi daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) di era *modern*. Kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena membuat mereka merasa nyaman dan dihargai, sekaligus mencerminkan nilai keadilan dalam ajaran Islam. Desain produk yang mengikuti tren namun tetap sopan sesuai dengan nilai-nilai Islam juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, terutama bagi wanita Muslim yang menginginkan pakaian modis namun tetap sesuai syariat. Selain itu, kualitas produk yang baik, tahan lama, dan sesuai pesanan membantu membangun kepercayaan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini menunjukkan bahwa tiga variabel tersebut sangat penting agar usaha kecil dan menengah (UKM) bisa bersaing di pasar sekaligus menjalankan usaha sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Penjahit Bella. sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sampel penelitian ini terdiri dari 100 konsumen Penjahit Bella. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yaitu dengan mengumpulkan data melalui responden kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis. Variabel yang dianalisis meliputi kualitas layanan, desain produk, kualitas produk, dan kepuasan konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ; pertama, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ; kedua, desain produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ; ketiga, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen ; keempat, kualitas layanan, desain produk, dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Desain Produk, dan Kualitas Produk.*

ABSTRACT

This study aims to determine how service quality, product design, and product quality affect the competitiveness of small and medium enterprises (SMEs) in the modern era. Good service quality can affect consumer satisfaction because it makes them feel comfortable and appreciated, while reflecting the value of justice in Islamic teachings. Product design that follows trends but remains polite in accordance with Islamic values can also increase consumer satisfaction, especially for Muslim women who want fashionable clothes but still in accordance with Islamic law. In addition, good product quality, durability, and according to orders help build consumer trust and satisfaction. This study shows that these three variables are very important for small and medium enterprises (SMEs) to be able to compete in the market while running a business in accordance with Islamic values.

The population in this study were consumers of Bella Tailors. The sample of this study was taken using Purposive Sampling, which is the taking of data source samples with certain considerations. The sample of this study consisted of 100 consumers of Bella Tailors. The research method used is quantitative, namely by collecting data through questionnaire respondents and interviews. The data analysis technique used in this study was a questionnaire that was analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis tests. The variables analyzed include service quality, product design, product quality, and consumer satisfaction.

The results of this study indicate that; first, service quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction; second, product design has a positive and significant effect on consumer satisfaction; third, product quality has a positive and significant effect on consumer satisfaction; fourth, service quality, product design, and product quality simultaneously have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Service Quality, Product Design, and Product Quality.*