

## ABSTRAK

Alina Indrawati (1620210103). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Perusahaan, Dan Pendayagunaan Zakat Produktif Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Pembiayaan Di Koperasi Syariah Ihya Kudus Pada Tahun 2019).

Penelitian ini menjelaskan apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner secara langsung pada anggota nasabah pembiayaan di Koperasi Syariah IHYA Kudus dengan *simple random sampling* sebanyak 85 responden. Dengan populasi penelitian adalah seluruh nasabah pembiayaan di Koperasi Syariah IHYA Kudus. Sedangkan teknik analisis data menggunakan metode SPSS 23 (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian ini dengan menggunakan metode SPSS dalam uji t menunjukkan bahwa: kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus, citra perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus, dan pendayagunaan zakat produktif memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di koperasi Syariah IHYA Kudus, dan dalam uji f menunjukkan bahwa kualitas produk, citra perusahaan, dan pendayagunaan zakat produktif secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Koperasi Syariah IHYA Kudus, selain itu melihat hasil uji analisis regresi linier berganda dimana mampu menjelaskan variabel independen yang diuji mempengaruhi sebesar 12,6% terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 87,4% dipengaruhi oleh variabel independen lain diluar penelitian ini. Variable pendayagunaan zakat produktif menjadi hal yang menarik untuk dapat diteliti lebih mendalam pada penelitian lanjutan mengingat variabel tersebut belum banyak diteliti oleh peneliti sebelumnya.

*Kata Kunci: kualitas produk, citra perusahaan, pendayagunaan zakat produktif dan kepuasan nasabah*

## ABSTRACT

Alina Indrawati (1620210103). *Effect of Product Quality, Corporate Image, and Utilization of Earning Zakat on Customer Satisfaction (Case Study of Financing Customers in Ihya Kudus Syariah Cooperative in 2019)*.

*This study explains whether there is a significant influence between product quality, company image, and utilization of productive zakat on customer satisfaction. This study aims to determine how much influence the quality of the product, company image, and utilization of productive zakat on customer satisfaction in the IHYA Kudus Syariah Cooperative.*

*This study uses a quantitative approach to the type of field research. Data collection techniques in this study by distributing questionnaires directly to members of financing customers in the IHYA Kudus Cooperative denagn simple random sampling of 85 respondents. With the study population all funding customers in the IHYA Kudus Syariah Cooperative. While the data analysis technique uses SPSS 23 (Statistical Product and Service Solutions).*

*The results of this study using the SPSS method in the t test showed that: product quality has a significant influence on customer satisfaction in the Syariah IHYA Kudus cooperative, company image has a significant influence on customer satisfaction in the Syariah IHYA Kudus cooperative, and the utilization of productive zakat has a significant effect on satisfaction customers in the IHYA Kudus Syariah cooperative, and in the f test shows that product quality, company image, and the utilization of productive zakat together have a significant effect on customer satisfaction at the IHYA Kudus Syariah Cooperative, in addition to seeing the results of multiple linear regression analysis tests which are able to explain the independent variables tested affect 12.6% of the dependent variable, while the remaining 87.4% are influenced by other independent variables outside this study. The variable of the utilization of productive zakat becomes an interesting thing to be investigated more deeply in further research considering that the variable has not been studied much by previous researchers.*

*Keywords: product quality, company image, utilization of productive zakat and customer satisfaction*