

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PELAYANAN DENGAN  
KEPUASAAN KONSUMEN PEMBELIAN HIJAB *ONLINE* PADA  
MAHASISWI ANGKATAN 2014-2015 & 2015-2016  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA)**

Aghnis Mustamila Wulandari  
Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang  
Email: [Aghnis.mila@gmail.com](mailto:Aghnis.mila@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pembelian hijab *online* pada mahasiswi angkatan 2014-2015 & 2015-2016 Universitas Islam Sultan Agung Semarang (UNISSULA). Kualitas Pelayanan adalah Suatu bentuk pelayanan yang dapat menjadikan keunggulan bagi perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang didapatkan sesuai dengan dan keinginan. Kepuasan konsumen adalah suatu bentuk pelayanan yang memiliki ciri, karakteristik atau kemampuan jasa yang diberikan untuk dapat mendukung juga memuaskan kebutuhan dari konsumen.

Penelitian ini dilakukan terhadap 312 mahasiswi yang pernah melakukan pembelian hijab secara *online* dengan metode stratified random sampling. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan data yang digunakan menggunakan dua skala yaitu skala kualitas pelayanan dan skala kepuasan konsumen. Uji hipotesis dalam penelitian menggunakan teknik analisis *product moment*.

Hasil uji hipotesis penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen  $r_{xy}=0,713$   $F_{lim}=179.136$  dengan signifikansi  $p=0,000$  ( $p<0,01$ ).

Kesimpulan dari penelitian ini adalah ada hubungan positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas pelayanan,kepuasaan konsumen

**CORRELATION BETWEEN THE QUALITY OF CUSTOMER  
SATISFACTION WITH PURCHASE HIJAB ONLINE 2014 -2015 and  
2015 -2016 the student of ISLMIC UNIVERSITSULTAN OF SULTAN  
AGUNG SEMARANG**

Aghnis Mustamila Wulandari  
Faculty of Psychology,  
University Islam Sultan Agung Semarang  
Email: [Aghnis.mila@gmail.com](mailto:Aghnis.mila@gmail.com)

*Abstract*

*This research aims to see the relationship between service quality and customer satisfaction hijab purchase online at the student of 2014-2015 and 2015-2016 Semarang Sultan Agung Islamic University (UNISSULA) .The quality of service is a form of service which can make the advantage for the company to meet consumer desires. Quality of service can affect customer satisfaction. Consumers will be satisfied if the services are obtained in accordance with and desire. Customer satisfaction is a form of service that has the traits, characteristics or services rendered ability to be able to support also satisfy the needs of consumers.*

*This study was conducted on 312 students who never make purchases hijab online with the stratified random sampling method. The method used in this research is quantitative method. Retrieval of data used to use two scales, namely the scale of service quality and consumer satisfaction scale. Test the hypothesis using analysis product moment techniques.*

*Hypothesis test results showed that there was a significant relationship between service quality and customer satisfaction dengan  $r_{xy} = 0.713$   $F_{lin} = 179.136$  with significance  $p = 0.000$  ( $p < 0.01$ ).*

*The conclusion of this study is no significant positive relationship between service quality and customer satisfaction.*

*Keywords: quality of service, customer satisfaction*