

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen dalam perspektif syariah di UD. Gula Nirwana” yang ditulis oleh Nur Riska Lutfina Aini, NIM. 12402183374, Program Studi ekonomi Syariah, fakultas ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, M. Ag.

Kepuasan konsumen menjadi prioritas utama yang harus dicapai dalam suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan apabila para pelanggan tidak puas dengan layanan yang telah diberikan, maka tidak menutup kemungkinan pelanggan tidak loyal terhadap perusahaan. Adanya kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk berusaha melakukan pengukuran kepuasan pelanggan agar dapat mengetahui secara detail variabel apa saja yang dapat membuat konsumen tidak puas, oleh karena itu variabel kualitas produk, penetapan harga, dan lokasi menjadi pertimbangan yang sangat penting bagi para konsumen, begitupun bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Apakah kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen gula merah pada UD. Gula Nirwana. Dan juga untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen gula merah di UD. Gula Nirwana. Penelitian ini menggunakan uji analisis data secara kuantitatif yang ditujukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan dan pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis multi variate atau analisis regresi linear berganda (Multiple Regretion).

Hasil Penelitian menemukan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen UD. Gula Nirwana. atau dapat dinyatakan jika uji secara bersama-sama variabel X memberikan pengaruh terhadap variabel Y. Hasil pengujian tersebut dapat diketahui besaran nilai R^2 sebesar 52%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan jika *kualitas produk, harga, dan lokasi* berpengaruh terhadap *kepuasan konsumen* dengan tingkatan sedang sebesar 52%.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Thesis with the title "The effect of product quality, price, and location on consumer satisfaction in sharia perspective in UD. Gula Nirwana written by Nur Riska Lutfina Aini, NIM. 12402183374. Islamic Economics Study Program, faculty of Islamics and Business, Sayyid Ali Rahmatullah State Islamic University Tulungagung, Supervisor Prof. Dr. H. Mujamil Qomar, M.Ag.

Customer satisfaction is a top priority that must be achieved in a company. This is because if customers are not satisfied with the services that have been provided, then it is possible that customers are not loyal to the company. The existence of these conditions requires companies to try to measure customer satisfaction in order to know in detail what variables can make consumers dissatisfied, therefore product quality, pricing, and location variables are very important considerations for consumers, as well as for companies.

This study aims to see whether product quality, price, and location affect consumer satisfaction of brown sugar at UD. Gula Nirwana. And also to find out whether the effect of product quality, price and location on consumer satisfaction of brown sugar at UD. Gula Nirwana.

This study uses a quantitative data analysis test which is intended to determine whether there is a relationship and influence of the independent variable on the dependent variable. In an effort to answer the problems in this study, multi variate analysis or multiple linear regression analysis was used (Multiple Regression).

The results of the study found that there was a positive and significant influence between the variables of product quality, price, and location which affected the variable of UD consumer satisfaction. Nirvana Sugar. or it can be stated if the test together with variable X has an influence on variable Y. The results of these tests can be seen that the value of R square is 52%. So it can be concluded that product quality, price, and location affect customer satisfaction with a moderate level of 52%.

Keywords: *Product Quality, Price, Location, and Consumer Satisfaction*