

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Ikilo Seblak Tulungagung)” yang ditulis Nur Azizah, NIM 126402213208 jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, Pembimbing Dr. Ahmad Sodik, S.Ag. M.H.

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

Penelitian ini di latar belakang oleh pesatnya pertumbuhan UMKM kuliner di Indonesia, khususnya di Tulungagung. Mendorong pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen, ikilo seblak menjadi salah satu usaha yang menarik perhatian karena mampu bertahan di tengah persaingan ketat dalam memilih tempat makan atau produk.

Tujuan dari penelitian ini yaitu : 1) Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ikilo seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam?, 2) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ikilo seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam?, 3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ikilo seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam?, 4) Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ikilo seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam?, 5) Apakah harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada ikilo seblak Tulungagung dalam perspektif ekonomi islam?

Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Teknik pengumpulan melalui penyebaran kuesioner. Penelitian ini menggunakan Teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *purposive sampling*. Pengujian data ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Pengujian data dengan SPSS 25.0 memberikan hasil yang dapat disimpulkan, yaitu 1) Variabel harga berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 2) Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 3) Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 4) Variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen; 5) Variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

ABSTRACT

Thesis with the title "The Effect of Price, Product Quality, Service Quality, and Location on Consumer Satisfaction in an Islamic Economic perspective (Case Study at Ikilo Seblak Tulungagung)" written by Nur Azizah, NIM 126402213208 majoring in Sharia Economics, Faculty of Economics and Islamic Business, Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung State Islamic University, Supervisor Dr. M,H. .

Keywords: **Price:** Product Quality, Service Quality, Location, Customer Satisfaction

This research is motivated by the rapid growth of culinary MSMEs in Indonesia, especially in Tulungagung. Encouraging business actors to understand the factors that influence customer satisfaction, Ikilo Seblak is one of the businesses that attracts attention because it is able to survive in the midst of intense competition in choosing a place to eat or a product..

The objectives of this research are: 1) Does price affect customer satisfaction at Ikilo Seblak Tulungagung in an Islamic economic perspective?, 2) Does product quality affect customer satisfaction at Ikilo Seblak Tulungagung in an Islamic economic perspective?, 3) Does service quality affect customer satisfaction at Ikilo Seblak Tulungagung in an Islamic economic perspective?, 4) Does location affect customer satisfaction at Ikilo Seblak Tulungagung in an Islamic economic perspective?, 5) Do price, product quality, service quality, and location affect customer satisfaction at Ikilo Seblak Tulungagung in an Islamic economic perspective?.

The research method used is quantitative. Collection techniques through distributing questionnaires. This research uses Non Probability Sampling technique with purposive sampling method. This data test uses multiple linear regression analysis techniques.

Data testing with SPSS 25.0 provides results that can be concluded, namely 1) The price variable has a negative and significant effect on customer satisfaction; 2) Product quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction; 3) Service quality variables have a positive and significant effect on customer satisfaction; 4) The location variable has a positive and significant effect on customer satisfaction; 5) Price, product quality, service quality, and location variables have a positive and significant effect on customer satisfaction.