

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Rumah Kos di Kecamatan Mojosari” ini ditulis oleh Mohammad Fachrur Rohit, NIM. 126402212083, dengan pembimbing Dr. Ahmad Sodiq, S.Ag, M.H.

Kata Kunci: Kualitas pelayanan, harga, fasilitas, lokasi, kepuasan konsumen

Kebutuhan akan hunian sementara seperti rumah kos semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan urbanisasi dan mobilitas tenaga kerja di Kecamatan Mojosari. Banyak individu, khususnya pekerja, mencari tempat tinggal yang tidak hanya terjangkau tetapi juga nyaman, aman, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan, harga, fasilitas, dan lokasi menjadi faktor krusial yang memengaruhi tingkat kepuasan konsumen rumah kos.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen dengan pendekatan kuantitatif asosiatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden penghuni rumah kos di Kecamatan Mojosari. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda setelah melalui uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik seperti normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 25. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, serta analisis koefisien determinasi untuk mengetahui kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga dan lokasi berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas pelayanan dan fasilitas berpengaruh positif secara tidak signifikan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan konsumen. Temuan ini memberikan gambaran penting bagi pemilik rumah kos untuk lebih memprioritaskan aspek harga yang adil dan lokasi yang strategis, sesuai dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan dalam Ekonomi Islam, guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen secara berkelanjutan.

ABSTRACT

The Thesis entitled “The Influence of Service Quality, Price, Facilities, and Location on the Consumer Satisfaction in Islamic Perspective at Mojosari District” was written by Mohammad Fachrur Rohit, Student ID 126402212083, with the supervision Dr. Ahmad Sodik, S.Ag, M.H.

Keywords: *service quality, price, facilities, location,*

demand for temporary housing such as boarding houses has been increasing in line with urbanization growth and labor mobility in Mojosari District. Many individuals, especially workers, seek accommodations that are not only affordable but also comfortable, safe, and compliant with Sharia principles. In this context, service quality, price, facilities, and location are crucial factors influencing consumer satisfaction with boarding houses.

This study aims to analyze the effect of these variables on consumer satisfaction using a quantitative associative approach. Data were collected through Likert-scale questionnaires distributed to 100 boarding house residents in Mojosari District. Data analysis was conducted using multiple linear regression after testing for validity, reliability, and classical assumptions such as normality, heteroscedasticity, and multicollinearity, using SPSS version 25. Hypothesis testing included partial testing with t-tests, simultaneous testing with F-tests, and determination of the coefficient of determination to assess the contribution of independent variables to the dependent variable.

The results indicate that price and location have a positive and significant effect on consumer satisfaction, while service quality and facilities have a positive but not significant effect. The coefficient of determination shows that these variables explain a substantial portion of the variance in consumer satisfaction. These findings provide valuable insights for boarding house owners to prioritize fair pricing and strategic location in accordance with the principles of justice and welfare in Islamic Economics, thereby enhancing consumer satisfaction and loyalty sustainably.