

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk : 1) Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam terhadap kepuasan konsumen, 2) Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen, 3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, 4) Untuk menganalisis pengaruh etika bisnis Islam, lokasi, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen . Populasi dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah metode accidental sampling, teknik pengambilan data menggunakan kuisioner yang terkandung 26 item pernyataan yang diukur menggunakan skala likert 1 sampai 5 dengan teknik analisis data uji validitas , uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi.

Hasil penelitian data analisis menggunakan analisis regresi berganda dengan *IBM SPSS Statistics 23* hasil diperoleh regresi linier berganda yaitu $Y = 1,581 + 0,202 X_1 - 0,010 X_2 + 0,523 X_3$. Secara parsial berdasarkan hasil uji t variabel etika bisnis Islam (X1) sebesar nilai $t_{hitung} = 3,908$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,908 > 1.98447$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ Ho. Variabel lokasi (X2) sebesar nilai $t_{hitung} = -0,169$ yang artinya $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($-0,169 < 1.98447$) dengan signifikansi $0,866 > 0,05$ Ho. Variabel kualitas pelayanan (X3) sebesar nilai $t_{hitung} = 5,842$ yang artinya $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,842 > 1.98447$) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ Ho, secara simultan didapat hasil nilai Pvalue < nilai signifikan atau $0,00 < 0,05$ maka Ho di tolak Ha diterima berarti bahwa variabel Etika Bisnis Islam (X1), Lokasi (X2), Kualitas Pelayanan (X3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Toko Rabbani Lahat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa koefisien determinasi memiliki R square sebesar 0,678 atau 67,8% hal ini berarti besarnya berpengaruh variabel bebas (variabel etika bisnis Islam, lokasi, kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (kepuasan konsumen) sebesar 67,8% sedangkan dari sisanya ($100 - 67,8\% = 32,2\%$) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci : *Etika Bisnis Islam, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

ABSTRACT

This study aims to: 1) To analyze the influence of Islamic business ethics on consumer satisfaction, 2) To analyze the effect of location on customer satisfaction, 3) To analyze the effect of service quality on consumer satisfaction, 4) To analyze the influence of Islamic business ethics, location, quality service to customer satisfaction. The population in this study were 100 respondents, the sampling method used was accidental sampling method, the data collection technique used a questionnaire containing 26 statement items measured using a Likert scale 1 to 5 with data analysis techniques validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination test.

The results of the research data analysis using multiple regression analysis with IBM SPSS Statistics 23 results obtained by multiple linear regression, namely $Y = 1.581 + 0.202 X1 - 0.010 X2 + 0.523 X3$. Partially based on the results of the t-test of the Islamic business ethics variable (X1), the value of tcount = 3.908 which means tcount > ttable (3.908 > 1.98447) with a significance of 0.000 < 0.05 Ho. The location variable (X2) is tcount = -0.169, which means tcount < ttable (-0.169 < 1.98447) with a significance of 0.866 > 0.05 Ho. The service quality variable (X3) is tcount = 5.842, which means tcount > ttable (5.842 > 1.98447) with a significance of 0.000 < 0.05 Ho, simultaneously the results obtained P-value < significant value or 0.00 < 0.05 then Ho is reject Ha is accepted means that the variables of Islamic Business Ethics (X1), Location (X2), Service Quality (X3) together have an effect on Consumer Satisfaction (Y) at the Rabbani Lahat Store. The results show that the coefficient of determination has an R square of 0.678 or 67.8%, this means that the independent variable (Islamic business ethics, location, service quality) has an effect on the dependent variable (customer satisfaction) of 67.8% while the rest (100-67.8% = 32.2%) is explained by other variables not examined.

Keywords: Islamic Business Ethics, Location, Service Quality, Consumer Satisfaction.