

ABSTRAK

Widya Nur Amalia (1189220094) : “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Minimarket PC Mart – Suka Asih)”

PC Mart merupakan salah satu mini market yang menjalankan beberapa prinsip syariah, seperti zakat 2,5 % dari total belanja produk yang akan dikeluarkan setiap 1 bulan sekali. PC Mart mulai beroperasi sejak bulan Maret 2019 dengan karyawan berjumlah 4 orang, namun di kemudian pandemi covid 19 yang melanda negara Indonesia menyebabkan berkurangnya jumlah konsumen setiap harinya maka dari itu dilakukan pengurangan jumlah karyawan menjadi 2 orang.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PC Mart menurut perspektif Ekonomi Islam. Peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PC Mart, kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PC Mart.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dengan cara membagikan kuisioner kepada konsumen PC Mart. Teknik analisis pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, uji validitas dan reliabilitas, regresi linier berganda, uji hipotesis dengan menggunakan uji t (parsial) dan Uji F (simultan), serta uji koefisien determinasi dengan signifikansi (α) 5%. Analisis data menggunakan aplikasi pengolahan data statistik yaitu *IBM SPSS Statistics Version 26*.

Hasil penelitian menunjukkan secara parsial, uji t variabel Harga berpengaruh negatif yang signifikan dengan hasil $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ yaitu $(0,920 \leq 1,660)$. Dan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan dengan hasil $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ yaitu $(7,126 \geq 1,660)$. Sedangkan berdasarkan pengujian hipotesis secara simultan (uji F), maka didapatkan hasil variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan hasil $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yaitu $(72,936 \geq 3,176)$. Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan *R square* sebesar 0,601 yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel tersebut kuat sehingga tingkat Kepuasan Konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu harga dan kualitas pelayanan sebanyak 60,1%. Sedangkan sisa persentasenya yaitu 39,9% ternyata dijelaskan dalam variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, PC Mart.