

ABSTRAK

Khalimatus Sa'diyah, 1620210114, Pengaruh etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap kepuasan konsumen (studi kasus Pasar Bintoro Demak)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam, kelengkapan produk, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Pasar Bintoro Demak. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen di Pasar Bintoro Demak. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan pendekatan *incidental sampling* (pengambilan sampel berdasarkan kebetulan) dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan etika bisnis Islam terhadap terhadap kepuasan konsumen Pasar Bintoro Demak, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,233, dan nilai signifikansi 0,028. (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Pasar Bintoro Demak, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,087, dan nilai signifikansi 0,040. (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Pasar Bintoro Demak, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,014, dan nilai signifikansi 0,047. (4) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen Pasar Bintoro Demak, dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,688, dan nilai signifikansi sebesar 0,009.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Kepuasan Konsumen.