

ABSTRAK

Sinta Rohmania, 1720210219, Pengaruh Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Transportasi Bus di PO Haryanto Kudus.

Persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari, tak jarang para pelaku bisnis mengalokasikan segala cara untuk dapat bersaing dan mendapat keuntungan yang besar. Setelah Indonesia di gemparkan dengan merebaknya virus Covid-19 yang sangat merugikan diberbagai sector sehingga banyak perusahaan mengalami penurunan pendapatan, salah satunya pada jasa transportasi. Pemberlakuan *social distancing* mengakibatkan menurunnya penumpang pada jasa transportasi umum terutama bus, apalagi pada akhir tahun yang biasanya terjadi lonjakan penumpang kini menjadi menurun. Kelesuan tersebut menjadikan para pemilik usaha kebingungan untuk mencari penumpang bahkan sebagian dari mereka menutup sementara usaha tersebut sampai waktu yang tidak pasti kapan berakhirnya virus Covid-19. Oleh karena itu para pelaku usaha harus memahami pentingnya etika bisnis Islam untuk membangun keberhasilan dunia dan akhirat. Sebuah usaha yang telah menanamkan etika bisnis secara Islami akan mendapatkan nilai positif dari para pelanggan sehingga menciptakan kepuasan tersendiri bagi para pelanggan. Selain itu kualitas pelayanan dan harga suatu produk jasa juga menjadi pertimbangan pengguna jasa dalam mencapai kepuasan tersendiri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika bisnis Islam, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi bus di PO Haryanto Kudus.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sumber data primer. Teknik pengumpulan sampel menggunakan teknik *accidental sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang diperoleh dari perhitungan solvin. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner angket dengan skala pengukuran menggunakan skala *likert* kemudian data diolah menggunakan SPSS Versi 25 dengan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa etika bisnis Islam berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,048 < 0,05$, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,031 < 0,05$ dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Etika bisnis Islam, kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa transportasi bus di PO Haryanto Kudus, hal ini ditunjukkan pada hasil uji F yang menunjukkan $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $33,714 > 2,70$ dengan nilai signifikan sebesar $0,00 < 0,05$. Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 51,3% sedangkan sisanya sebesar 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Etika Bisnis Islam, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan.