

ABSTRAK

Muhammad Bachrul Ulum (1720210208). Pengaruh Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Ayam Geprek SA'I Di Kab. Jepara.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh etika bisnis islam dan kualitas terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan ayam geprek SA'I di Kab. Jepara. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode metode kuantitatif. Penelitian kali ini menggunakan teknik *probability sampling* dengan menggunakan teknik random sampling dengan sampel yang digunakan sebanyak 100 orang pelanggan Ayam Geprek SA'I di Kab. Jepara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan uji realibilitas menunjukkan hasil valid dan reliabel. Variabel etika bisnis islam tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan ayam geprek SA'I di Kab. Jepara. Hal tersebut di buktikan dengan t_{hitung} sebesar 0,939 dan t_{tabel} sejumlah 1.985 dengan nilai sig (0,350) dan variabel kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada pelanggan ayam geprek SA'I di Kab. Jepara. Di dukung dengan hasil uji t_{hitung} sejumlah 6.090 dengan nilai sig (0,000). Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Etika Bisnis Islam dan Kualitas Produk tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Ayam Geprek SA'I di Kab. Jepara.

Kata Kunci : Etika Bisnis Islam, Kualitas Produk, Kepuasan