

ABSTRAK

RAHMAT HIDAYAT. 2025. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Etika Bisnis Islam pada Grand Toserba Makassar. Skripsi. Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing Oleh: Muhammad Najib Kasim dan Syahidah Rahmah

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada Grand Toserba Makassar. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya pemenuhan nilai-nilai syariah dalam aktivitas bisnis, terutama bagi konsumen Muslim yang semakin selektif dalam memilih produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip halal, thayyib, dan adil. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen Grand Toserba. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda melalui aplikasi SPSS 29. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Kualitas produk yang halal, layak, sesuai spesifikasi, dan tahan lama memberikan kontribusi terhadap meningkatnya kepuasan konsumen. Demikian pula, pelayanan yang baik, jujur, adil, dan sesuai prinsip syariah turut membangun kenyamanan dan loyalitas pelanggan. Temuan ini memperkuat konsep bahwa etika bisnis Islam memiliki relevansi tinggi dalam membangun hubungan konsumen yang berkelanjutan di era modern.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Etika Bisnis Islam

ABSTRACT

RAHMAT HIDAYAT. 2025. *The Influence of Product Quality and Service Quality on Consumer Satisfaction in the Perspective of Islamic Business Ethics at Grand Toserba Makassar. Undergraduate Thesis. Islamic Economics Study Program, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Makassar. Guided by: Muhammad Najib Kasim and Syahidah Rahmah.*

This study aims to analyze the influence of product quality and service quality on consumer satisfaction from the perspective of Islamic business ethics at Grand Toserba Makassar. The background of this research is based on the growing importance of fulfilling sharia values in business activities, especially for Muslim consumers who are becoming more selective in choosing products and services that align with the principles of halal, thayyib, and fairness. This research employs a quantitative approach using a survey method by distributing questionnaires to 100 respondents who are customers of Grand Toserba. The data were analyzed using multiple linear regression with the SPSS 29 application. The results show that both product quality and service quality have a positive effect on consumer satisfaction. Halal, appropriate, specification-compliant, and durable products contribute to increased customer satisfaction. Likewise, good, honest, fair, and sharia-compliant service fosters customer comfort and loyalty. These findings strengthen the concept that Islamic business ethics are highly relevant in building sustainable consumer relationships in the modern era.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Consumer Satisfaction, Islamic Business Ethics