

**PENGARUH *TRUST IN BRAND*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN PADA PRODUK KFC
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**OLEH :
NADIYA ISTIANA INSI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARU
BANJARMASIN
2023 M/ 1444 H**

**PENGARUH *TRUST IN BRAND*, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS ISLAM UIN ANTASARI BANJARMASIN PADA PRODUK KFC
DI KOTA BANJARMASIN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat
Guna Mencapai Gelar Sarjana
dalam Ilmu Ekonomi**

Oleh:
**Nadiya Istiana Insi
NIM. 1601151428**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ANTASARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH
BANJARMASIN
2023 M/ 1444 H**

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadiya Istiana Insi
NIM : 1601151428
Tempat/Tgl. Lahir : Banjarmasin, 27 Mei 1998
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri. Jika di kemudian hari terbukti ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain secara keseluruhan atau sebagian besar, maka skripsi/makalah dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Banjarmasin,
Yang Membuat pernyataan,



Nadiya Istiana Insi

PERSETUJUAN

Skripsi Yang berjudul : Pengaruh *Trust in Brand*, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin

Ditulis Oleh : Nadiya Istiana Insi

NIM : 1601151428

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program : Strata Satu (S-1)

Program Studi : Ekonomi Syariah

Tahun Akademik : 2022/2023


Tempat dan Tanggal Lahir : Banjarmasin, 27 Mei 1998


Alamat : Jl. A. Yani km 10,6 gang Baru

Setelah diteliti dan diadakan perbaikan seperlunya, kami dapat menyetujui untuk dipertahankan di depan Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.


Banjarmasin, 9 Juni 2023

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin




Rohana Faridah, SE., MM
NIP 197804272009012010

Pembimbing



Rohana Faridah, SE., MM
NIP 197804272009012010

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust in Brand*, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin” ditulis oleh Nadiya Istiana Insi, telah diujikan dalam Sidang Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 04 Juli 2023

Dinyatakan LULUS dengan predikat: A (81,9)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Antasari Banjarmasin



Tim Penguji

No.	Nama	Tanda Tangan
1.	Prof. Dr. H. Akh. Fauzi Aseri, M.A. (Ketua)	1.
2.	Rohana Faridah, S.E., M.M. (Anggota)	2.
3.	Lutpi Sahal, S.H.I., M.S.I. (Anggota)	3.
4.	Rimayanti, S.E., M.M. (Anggota)	4.

ABSTRAK

Nadiya Istiana Insi, 2023. Pengaruh *Trust in Brand*, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, SE., MM.

Kata Kunci: *trust in brand*, kualitas pelayanan, promosi, keputusan pembelian

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti *trust in brand*, kualitas pelayanan, dan promosi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dari *trust in brand*, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dokumentasi dan dianalisis secara kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan: pertama, Secara parsial *trust in brand*, kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin. *Trust in brand* sebesar 0,292 (29,2%), kualitas pelayanan 0,502 (50,2) dan promosi 0,286 (28,6%). Kedua, Secara simultan *trust in brand*, kualitas pelayanan dan promosi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin sebesar 0,418 (41,8%).

MOTTO

“Barang siapa bertawakkal kepada Allah, maka Allah akan memberikan kecukupan padanya dan sesungguhnya Allah lah yang akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki-Nya)” (QS. Ath-Thalaq: 3)

“Allah akan meninggikan derajat orang-orang yang beriman di antara kamu dan orang-orang yang memiliki ilmu pengetahuan.” (Al-Mujadillah: 11)

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta Ayahanda Helmi Subeli dan Ibunda Mulyana, yang tak kenal lelah dalam menjaga, merawat saya dengan penuh kasih sayang, pengorbanan dan memotivasi.
2. Suami tercinta yang tidak kenal lelah memberikan semangat hingga skripsi ini bisa diselesaikan.
3. Adik Tersayang Inna Yurida Alya yang tak kenal lelah dalam memberikan semangat hingga skripsi ini bisa diselesaikan.
4. Sahabat-sahabat tersayang yang telah memberikan dukunan kekuatan, dan selalu memberikan semangat dan selalu mengisi hari-hari ku dengan canda tawa.

Karya ini memang tidak sebanding dengan apa yang kalian semua telah berikan kepada saya, namun saya berharap karya ini dapat bermanfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba`	B	Be
ت	Ta`	T	Te
ث	Ša`	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	H	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ya
ص	Šad	Š	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el
م	Mim	M	‘em
ن	Nun	N	‘en
و	Waw	W	We
ه	Ha`	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya`	Y	Ya

B. Konsonan rangkap karena *syaddah* ditulis rangkap

متعقدين	Ditulis	<i>muta' aqqidīn</i>
عِدَّة	Ditulis	'iddah

C. Ta'marbūtah

1. Apabila dimatikan ditulis h.

هبة	Ditulis	<i>Hibbah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali apabila dikehendaki lafal aslinya).

Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرمة الأولياء	Ditulis	<i>Karamah al auliyā'</i>
---------------	---------	---------------------------

2. Apabila ta'marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t.

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakātul-fiṭri</i>
------------	---------	----------------------

D. Vokal Pendek

ـَ	Kasrah	Ditulis	<i>I</i>
ـِ	Fathah	Ditulis	<i>A</i>
ـُ	Ḍammah	Ditulis	<i>U</i>

E. Vokal Panjang

1	Fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>ā - jāhiliyyah</i>
2	Fathah + ya'mati يسعى	Ditulis	<i>ā - yas'ā</i>
3	Kasrah + ya'mati كريم	Ditulis	<i>ī - karīm</i>
4	Dammah + wawu mati فروض	Ditulis	<i>ū - furūḍ</i>

F. Vokal Rangkap

1	Fathah + ya' mati بينكم	Ditulis	ai – <i>Bainakum</i>
2	Fathah + wawu mati قول	Ditulis	au – <i>Qaulun</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Apabila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “al”.

القرآن	Ditulis	<i>al - Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al - Qiyās</i>

2. Apabila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “al”nya.

السماء	Ditulis	<i>as – Samā</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy – Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al - furūd</i> atau <i>Ẓawīl - furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>ahl as - sunnah</i> atau <i>ahlussunnah</i>

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ
وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ، أَمَّا بَعْدُ

Segala puji hanyalah bagi Allah SWT, atas segala limpahan karunia, nikmat, dan petunjuk-Nya sehingga pada akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam selalu kita haturkan kepada panutan Nabi Besar Muhammad SAW., keluarga, sahabat, dan para pengikut beliau hingga akhir zaman. Lepas dari khilaf dan segala kekurangan, penulis merasa sangat bersyukur telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trust in Brand*, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin”, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar strata satu Sarjana Ekonomi, pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Sukarni M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

2. Ibu Rohana Faridah, SE., MM selaku Ketua jurusan Ekonomi Syariah, beserta seluruh staf yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak memberikan petunjuk, arahan serta motivasi mengenai penyusunan konsep dan materi skripsi.
3. Perpustakaan Pusat UIN Antasari Banjarmasin dan Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta semua karyawan dan karyawan yang banyak membantu penulis dalam melengkapi literatur yang diperlukan.
4. Seluruh responden yang telah bersedia untuk dijadikan subjek penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.

Semoga semua bantuan yang diberikan mendapat ganjaran di sisi Allah swt. dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. *Āmīn Yā Rabbal ‘Ālamīn.*

Banjarmasin, Mei 2023
Penulis

Nadiya Istiana Insi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	ii
PERSETUJUAN	iii
PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA	viii
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Signifikansi Penelitian	7
E. Definisi Operasional	8
F. Kerangka Pikir Penelitian	10
G. Hipotesis Penelitian	10
H. Penelitian Terdahulu	11
I. Sistematika Pembahasan	12
BAB II <i>TRUST IN BRAND</i> , KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI DAN KEPUASAN KONSUMEN	14
A. <i>Trust in Brand</i>	14
B. Kualitas Pelayanan	19
C. Promosi	28
D. Kepuasan Konsumen	34
BAB III METODE PENELITIAN	39
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Data dan Sumber Data	39
C. Populasi dan Sampel	40
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Instrumen Penelitian	42
F. Metode Analisis Data	44
BAB IV LAPORAN PENELITIAN DAN ANALISIS DATA	53
A. Karakteristik Responden	53
B. Analisis Data	54
1. Hasil Uji Instrumen Penelitian	54
2. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	57

3.	Hasil Uji Asumsi Klasik	84
4.	Analisis Regresi Linier Berganda	88
5.	Uji Hipotesis	90
C.	Pembahasan.....	94
1.	Pengaruh <i>Trust in brand</i> , kualitas pelayanan dan promosi secara parsial terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin pada Produk KFC di Kota Banjarmasin	94
2.	Pengaruh <i>Trust in brand</i> , kualitas pelayanan dan promosi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin Pada Produk KFC di Kota Banjarmasin.	97
BAB V PENUTUP		99
A.	Simpulan	99
B.	Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA		102
LAMPIRAN-LAMPIRAN		104
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		134

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	42
Tabel 4. 1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
Tabel 4. 3	Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 4. 4	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	57
Tabel 4. 5	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC merupakan restoran yang memiliki reputasi bagus”	58
Tabel 4. 6	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC adalah restoran yang sudah memiliki popularitas”	59
Tabel 4. 7	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC mampu mempertahankan kualitas produk”	59
Tabel 4. 8	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC mampu menjamin kehalalan produk”	60
Tabel 4. 9	Jawaban responden terhadap pernyataan ” Hanya KFC yang mampu memenuhi keinginan saya”	61
Tabel 4. 10	Jawaban responden terhadap pernyataan ” Hanya KFC yang mampu menyediakan produk sesuai dengan harapan saya”	61
Tabel 4. 11	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC merupakan restoran dengan merek yang sudah terpercaya”	62
Tabel 4. 12	Jawaban responden terhadap pernyataan ” Saya sangat yakin dengan produk KFC”	63
Tabel 4. 13	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC adalah restoran favorit”	63
Tabel 4. 14	Jawaban responden terhadap pernyataan ” KFC disukai oleh semua kalangan”	64
Tabel 4. 15	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC mampu menyediakan pesanan konsumen dengan tepat”	65

Tabel 4. 16	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sungguh-sungguh”	66
Tabel 4. 17	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC melayani konsumen dengan tutur kata yang sopan”	66
Tabel 4. 18	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC melayani konsumen dengan ramah”	67
Tabel 4. 19	Jawaban responden terhadap pernyataan “Harga makanan sesuai dengan yang tercantum di daftar menu”	68
Tabel 4. 20	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC akan memberikan informasi apabila terjadi perubahan harga makanan”	68
Tabel 4. 21	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC bisa dipercaya”	69
Tabel 4. 22	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC memberikan pelayanan yang maksimal”	70
Tabel 4. 23	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC sangat sabar”	70
Tabel 4. 24	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC sangat ulet”	71
Tabel 4. 25	Jawaban responden terhadap pernyataan “Iklan KFC mampu menarik perhatian konsumen”	72
Tabel 4. 26	Jawaban responden terhadap pernyataan “Informasi yang disampaikan melalui iklan di televisi mengenai produk KFC mudah di mengerti”	73
Tabel 4. 27	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC selalu meng update informasi mengenai produknya melalui iklan”	73
Tabel 4. 28	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC memiliki produk yang dijual dalam bentuk paket dengan harga yang lebih murah”	74
Tabel 4. 29	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC memiliki produk paket ulang tahun dengan harga yang lebih murah”	75
Tabel 4. 30	Jawaban responden terhadap pernyataan “Pada waktu tertentu KFC mengadakan sale produk tertentu”	75

Tabel 4. 31	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC melayani pembelian secara online melalui Grab Food”	76
Tabel 4. 32	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC melayani pembelian secara online melalui Go Food”	77
Tabel 4. 33	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC melayani pembelian dengan delivery service”	77
Tabel 4. 34	Jawaban responden terhadap pernyataan “Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan saran”	78
Tabel 4. 35	Jawaban responden terhadap pernyataan “Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan pendapat”	79
Tabel 4. 36	Jawaban responden terhadap pernyataan “Konsumen mendapatkan kesempatan untuk menyampaikan keluhan”	80
Tabel 4. 37	Jawaban responden terhadap pernyataan “Tersedia media berupa kotak saran”	80
Tabel 4. 38	Jawaban responden terhadap pernyataan “Pelaku usaha mengadakan survey konsumen”	81
Tabel 4. 39	Jawaban responden terhadap pernyataan “Karyawan KFC menanyakan langsung kepada konsumen terkait dengan pelayanan KFC”	82
Tabel 4. 40	Jawaban responden terhadap pernyataan “Pemilk KFC menanyakan langsung kepada konsumen terkait dengan kepuasan konsumennya”	82
Tabel 4. 41	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC selalu mengadakan perbaikan untuk mempertahankan konsumen”	83
Tabel 4. 42	Jawaban responden terhadap pernyataan “KFC mengadakan promo untuk menarik lebih banyak konsumen”	84
Tabel 4. 43	Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4. 44	Hasil Pengujian Multikolineritas	86
Tabel 4. 45	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	88
Tabel 4. 46	Hasil Uji t	91
Tabel 4. 47	Hasil Uji F	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	87

