

ABSTRAK

Yuliana. 2018. *Pengaruh Variabel Şiddīq, Amānah, Faţānah, dan Tablīg Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Timung Hafabi Di Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Hariyanto, SE, MM, (II) H. Abdul Gafur, Lc., MA.

Kata Kunci: Empat Sifat Nabi, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh empat sifat Nabi yang meliputi *şiddīq*, *amānah*, *faţānah*, dan *tablīg* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Pengumpulan data dengan metode kuesioner berjumlah 100 responden konsumen pada Rumah Timung Hafabi dengan teknik *probability sampling*. Data penelitian yang diperoleh dianalisis menggunakan bantuan program SPSS 22.

Berdasarkan hasil penelitian yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen hanyalah variabel *amānah*. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t di mana nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($9,106 > 1,985$) dan nilai sig. ($0,000 < 0,05$). Dan tiga variabel lainnya tidak berpengaruh secara parsial yaitu variabel *şiddīq*, *faţānah*, dan *tablīg*. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung sebesar 1,167 (*şiddīq*), 1,872 (*faţānah*), dan 0,605 (*tablīg*) di mana nilai masing-masing variabel lebih kecil dari nilai t tabel sebesar 1,985. Dan nilai sig. sebesar 0,246 (*şiddīq*), 0,064 (*faţānah*), dan 0,547 (*tablīg*) di mana nilai masing-masing variabel lebih besar dari 0,05. Sedangkan berdasarkan hasil analisis dari uji F mengenai pengaruh variabel *şiddīq*, *amānah*, *faţānah*, dan *tablīg* terhadap kepuasan konsumen berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari F hitung lebih besar dari nilai F tabel ($43,315 > 2,468$) dan nilai sig. ($0,000 < 0,05$).