

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%).