

## ABSTRAK

**Yunita. 2017.** *Pengaruh Penggunaan Member Card Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Pada Pasar Modern di Kota Banjarmasin.* Skripsi, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Pembimbing: (I) Dr. Muhaimin, S.Ag., M.A (II) Erissa Nilasari, S.P., M.P.

**Kata Kunci:** Penggunaan *Member Card*, Kepuasan Konsumen

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penggunaan *member card* di pasar modern yang memberikan diskon, pelayanan, serta sistem pengumpulan poin dan hadiah yang membuat para konsumen tertarik untuk berbelanja dengan fokus permasalahan menguji pengaruh penggunaan *member card* terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan *member card* yang meliputi diskon ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), serta sistem pengumpulan poin dan hadiah ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen berbelanja pada pasar modern di kota Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Pengumpulan data dengan metode kuesioner berjumlah 100 responden yang menggunakan *member card* dengan teknik *purposive sampling*. Analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan *software SPSS 22 for windows*. Tahapan pengujian yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis koefisien determinasi, uji F dan uji T.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh penggunaan *member card* meliputi diskon ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), serta sistem pengumpulan poin dan hadiah ( $X_3$ ) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji F dimana  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $37.029 > 2,70$ ) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000, dimana nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  sebesar 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ). Secara parsial penggunaan *member card* yang meliputi diskon ( $X_1$ ), Pelayanan ( $X_2$ ), serta sistem pengumpulan poin dan hadiah ( $X_3$ ) dalam penelitian ini diskon ( $X_1$ ), serta sistem pengumpulan poin dan hadiah ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari uji T dimana nilai  $t_{hitung}$  diskon ( $X_1$ ) sebesar 3.998 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.98498 dengan nilai sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05. sistem pengumpulan poin dan hadiah yang menunjukkan  $t_{hitung}$  sebesar (6.116) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  1.98498 dengan nilai sig 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sedangkan Pelayanan ( $X_2$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.