

**PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *STAR ONE
CHICKEN* CABANG TELAGO BIRU SIULAK
KABUPATEN KERINCI PROVINSI JAMBI**

SKRIPSI



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

**NADA OSILIA PUTRI
NIM:2110402007**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

2024M/1445H

**PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN *STAR ONE*
CHICKEN CABANG TELAGO BIRU SIULAK
KABUPATEN KERINCI PROVINSI JAMBI**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (SE)*

Oleh:

NADA OSILIA PUTRI

NIM:2110402007

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

2024M/1445H

Dr. Ronal Regen, S.E., M.Si
DOSEN INSTITUT AGAMA
ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI

Sungai Penuh, 14-April-2025
Kepada Yth:
Dr. Yuserizal Bustami, M.A
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
IAIN Kerinci
di-

AGENDA	
NOMOR :	57
TANGGAL :	29 APRIL 2025
PARAF :	7

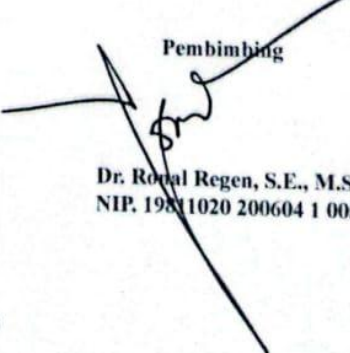
NOTA DINAS

Assalamualaikum, Wr, Wb.

Dengan hormat, setelah membaca dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara: **Nada Osilia Putri NIM: 2110402007** yang berjudul "**Pengaruh diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Star One Chicken Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi**", telah dapat diajukan untuk dimunaqasahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarja Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. Maka dengan ini kami ajukan Skripsi tersebut, kiranya diterima dengan baik.

Demikianlah kami ucapkan terima kasih, semoga bermanfaat bagi kepentingan Agama, Bangsa dan Negara.

wassalamualikum, wr, wb.

Pembimbing

Dr. Ronal Regen, S.E., M.Si
NIP. 19811020 200604 1 005

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nada Osilia Putri
NIM : 21104020007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syari'ah
Alamat : Siulak Kecil Hilir

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Star One Chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupten Kerinci Provinsi Jambi”** benar-benar karya asli saya kecuali yang dicantumkan sumbernya. apabila kemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan hal tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Dengan demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Sungai Penuh, Maret 2025
Saya Yang Menyatakan


NADA OSILIA PUTRI
NIM:2110402007

v



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI SYARIAH**

Jl. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
Kode Pos 37112. Website: www.iainkerinci.ac.id email: info@iainkerinci.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan oleh sidang Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci pada hari Selasa tanggal 08 Mei 2025 dan telah diterima sebagai bagian dari syarat-syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci.

Sungai Penuh, 08 Mei 2025

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**

Ketua Sidang/Pembimbing

Dr. Ronald Regen, S.E., M.Si
NIP. 198110202006041005

Penguji I

Elex Sarmigi, M.Si
NIP. 199304022019031006

Penguji II

Zul Ihsan Muarrif, M.E
NIP. 199210142020121011

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, Bismillāhir-rahmānir-rahīm skripsi ini saya persembahkan untuk: Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Kedua orang tuaku tercinta Ayah Samsir dan Ibu Neli yang telah memberikan cinta dan doa dan dukungan tanpa henti sepanjang perjalanan hidup saya. Tanpa mereka saya tidak akan bisa mencapai tahap ini.

Dan saya persembahkan juga Kepada dosen pembimbing, dosen PA dan seluruh Bapak Ibu dosen IAIN Kerinci yang telah membimbing dan mengarahkan saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih atas segala waktu, usaha dan dukungan yang telah diberikan. Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.

MOTTO:

﴿قَوْلٌ مَّعْرُوفٌ وَمَغْفِرَةٌ خَيْرٌ مِّنْ صَدَقَةٍ يَتَّبِعُهَا أَذَىٰ وَاللَّهُ عَنِّي حَلِيمٌ ۚ﴾ ٢٦٣

'Perkataan yang baik dan pemberian maaf itu lebih baik daripada sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya lagi Maha Penyantun'.

(QS. Al-Baqarah: Ayat 263)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr, wb.

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul "**pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi**".

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak untuk itu penulis mengucapkan rasa terima kasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. Jafar Ahmad, S.Ag. Sebagai Rektor (IAIN) Kerinci dan bapak Dr. Faizin, S.Ag., M.A.g. Sebagai wakil Rektor I, Bapak Dr. Ahmad Jamin, S.Ag. S.IP. M.Ag. Sebagai wakil Rektor II, dan Bapak Dr. Halil Khusairi, M.Ag. wakil Rektor III fakultas ekonomi dan bisnis islam (IAIN) kerinci, yang telah memberikan fasilitas kepada penulis dalam menuntut ilmu pengetahuan selama penulis melakukan pendidikan di (IAIN) Kerinci.
2. Bapak Dr. Yuserizal Bustami, M.A. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci. dan Ibu Zufriani, M.HI. sebagai wakil dekan I. Bapak Aridem Vintoni, S.Pd., M.Pd. Sebagai wakil Dekan II, dan Ibu Syamsarina, Lc.M.A. Sebagai wakil Dekan III fakultas ekonomi dan bisnis islam (IAIN) Kerinci yang telah memberikan dukungan, motivasi dan semua yang dibutuhkan penulis

baik pra maupun pasca penulisan semua yang berkenan dengan fakultas sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.

3. Bapak Dr. Ronal Regen, S.E., M.Si. Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, motivasi serta dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Elex Sarmigi, M.Si. Sebagai penguji I dan Bapak Zul Ihsan Muarrif, M.E Sebagai penguji II yang telah bersedia memberi arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak dan ibu dosen pengajar beserta staf tata usaha fakultas ekonomi dan bisnis islam (IAIN) Kerinci yang telah banyak memberikan ilmu serta bantuan penulis selama masa kuliah.
6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan yang telah menyediakan buku dan fasilitas wifi untuk mendapatkan referensi dan memperkaya skripsi.
7. Kepada kedua orang tuaku tercinta ayah samsir dan ibu neli yang selalu senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat yang tiada henti, motivasi, arahan, bimbingan dan inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu. Semoga penulis bisa menorehkan senyum rasa bangga ibu dan ayah.
8. Untuk sahabat seperjuangan yang selalu mendengarkan keluh kesah teman-teman jurusan ekonomi syariah Angkatan 2021, khususnya teman-teman dari ekonomi syariah lokal A.
9. Terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh yang tak pernah sesulit apapun prosesnya.

10. Segenap pihak yang telah memberikan inspirasi baik secara langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah turut serta membantu penulis dalam melakukan penulisan skripsi ini dan semoga penulisan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya pembaca umumnya. Semoga semua bantuan, dorongan dan bimbingan yang telah diberikan ini akan mendapat balasan dari Allah SWT.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Kerinci, November 2024

Nada Osilia Putri
NIM.2110402007

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah diskon dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dikumpulkan data melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di Star One Chicken. Alat analisis data yang digunakan adalah metode asumsi klasik dengan analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Hasil uji t dari variabel diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,013 > 2,006$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,49 < 0,05$, dan untuk hasil uji t variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,312 > 2,006$ dan nilai signifikan yang dihasilkan $0,002 < 0,05$. Hasil uji secara simultan (uji f) menyatakan secara simultan diskon dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ $13,740 > 3,18$. Dan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,346, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh diskon (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) secara simultan adalah sebesar 346 %. Hal tersebut mengidentifikasi bahwa 65,4 % ada variabel lain yang memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen di star one chicken cabang telago biru siulak kabupaten kerinci provinsi jambi.

Kata kunci: Diskon, Kualitas Pelayanan, Kepuasan konsumen.



ABSTRACT

This study aims to determine whether discounts and service quality affect customer satisfaction at Star One Chicken Telago Biru Siulak Branch, Kerinci Regency, Jambi Province. This research uses a quantitative method and data is collected through questionnaires. The population in this study consists of customers who have made purchases at Star One Chicken. The data analysis tools used are classical assumption methods with multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and t-test. The results of this study show that: The t-test results for the discount variable indicate that discounts have an effect on customer satisfaction with a t-value of $2.013 > 2.006$ and a significant value of $0.49 < 0.05$. The t-test results for the service quality variable show that service quality has an effect on customer satisfaction with a t-value of $3.312 > 2.006$ and a significant value of $0.002 < 0.05$. The results of the simultaneous test (F-test) state that both discounts and service quality simultaneously have an effect on customer satisfaction with an F-value of $13.740 > 3.18$. The coefficient of determination (R^2) is 0.346, meaning that the influence of discounts (X_1) and service quality (X_2) on customer satisfaction (Y) simultaneously is 34.6%. This indicates that 65.4% of other variables have an effect on customer satisfaction at the Star One Chicken Telago Biru Siulak Branch, Kerinci Regency, Jambi Province.

Keywords: *Discounts, Service quality, Customer satisfaction.*



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSEMBAHAN DAN MOTTO.....	ii
NOTA DINAS	iii
PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK B. INDONESIA	ix
ABSTRAK B. INGGRIS	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Teori Perilaku konsumen	8
2.2 Kepuasan konsumen (Y)	9
2.2.1 Definisi Kepuasan konsumen	9
2.2.2 Kepuasan Konsumen dalam perspektif islam	10
2.2.3 Indikator Kepuasan konsumen	13
2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	13
2.3 Diskon (X1)	15
2.3.1 Definisi Diskon.....	15
2.3.2 Diskon dalam perspektif islam	16
2.3.3 Indikator Diskon	17

2.3.4 Pengaruh Diskon terhadap kepuasan konsumen	18
2.4 Kualitas pelayanan (X2)	18
2.4.1 Definisi Kualitas pelayanan	18
2.4.2 Kualitas Pelayanan dalam perspektif islam	19
2.4.3 Indikator Kualitas pelayanan	20
2.4.4 Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	22
2.5 Pengaruh Diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	23
2.6 Penelitian Relevan	23
2.7 Kerangka Konseptual	26
2.8 Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Definisi Operasional.....	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi	29
3.3.2 Sampel	29
3.4 Jenis Data	29
3.5 Sumber Data.....	30
3.5.1 Data Primer	30
3.5.2 Data Sekunder.....	30
3.6 Teknik pengambilan data	30
3.7 Uji Instrumen Penelitian	31
3.7.1 Uji Validitas	31
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.8 Uji Asumsi Klasik	32
3.8.1 Uji Normalitas	32
3.8.2 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8.3 Uji Multikorelasi	33
3.9 Teknik Analisis data	33

3.9.1 Analisis Deskriptif	34
3.9.2 Analisis Regresi linear berganda	35
3.10 Uji Hipotesis.....	36
3.10.1 Uji Simultan (Uji F)	36
3.10.2 Uji Parsial (Uji T)	36
3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Analisis Deskriptif.....	38
4.1.1 Karakteristik Responden.....	38
4.1.2 Tingkat Capaian Responden.....	39
4.2 Hasil Penelitian	42
4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	42
1. Hasil Uji Validitas.....	42
2. Hasil Uji Reliabilitas	43
4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	44
1. Hasil Uji Normalitas.....	44
2. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	44
3. Hasil Uji Multikolinearitas	45
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	46
4.2.4 Hasil Uji Hipotesis.....	48
1. Hasil Uji (t).....	48
2. Hasil Uji (F).....	49
3. Hasil Uji Determinasi (R^2).....	51
4.3 Pembahasan.....	52
4.3.1 Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen.....	52
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	53
4.3.3 Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	54
BAB V PENUTUP	56

5.1 Kesimpulan	56
5.2 Saran.....	57
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	58
DAFTAR PUSTAKA.....	59
LAMPIRAN	62
RIWAYAT HIDUP.....	84



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Penelitian Relevan.....	23
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3.3 Skala Likert	31
Tabel 3.4 Tingkat Capaian Responden (TCR)	35
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Hasil TCR Diskon (X1).....	40
Tabel 4.4 Hasil TCR Kualitas Pelayanan (X2)	40
Tabel 4.5 Hasil TCR Kepuasan Konsumen (Y)	41
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Diskon (X1), Kualitas pelayanan(X2), dan Kepuasan Konsumen (Y)	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji t	48
Tabel 4.13 Hasil Uji F	50
Tabel 4.14 Hasil Uji Determinasi (R^2)	52

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pemikiran.....26



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan pesatnya kemajuan teknologi dimasa ini berbagai produk makanan cepat saji bermunculan dipasaran sehingga dapat memanjakan manusia dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari. Selain itu, masyarakat pada jaman ini lebih memilih untuk membeli dan mengkonsumsi makanan di luar rumah dari pada dirumah. Di Indonesia, usaha makanan dalam bentuk restoran atau rumah makan semakin berkembang pesat, salah satunya ialah restoran makanan cepat saji *fast food*.

Industri makanan dan minuman di Indonesia mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke 2021 sebesar 2,54 persen menjadi Rp775,1 triliun, Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) sebesar Rp1,12 kuadriliun pada 2021 (Kurniawati 2023). Nilai tersebut porsinya sebesar 38,05 persen terhadap industri pengolahan nonmigas atau 6,61 persen terhadap PDB nasional yang mencapai Rp16,97 kuadriliun (Yanto & Astawa 2024). Di Indonesia telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dan laporan berbagai Lembaga riset, industri makanan dan minuman di Indonesia mencatat pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2023, industri makanan dan minuman Indonesia diperkirakan mencapai nilai pasar lebih dari Rp 1.000 triliun, dengan kontribusi sektor ini terhadap produk domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 10-12%.

Bisnis dibidang kuliner mempunyai berbagai macam masalah dalam menjalankan usahanya. Salah satu masalah pokok yang menjadi kendala dalam pemasaran adalah banyaknya saingan di dalam pasar itu sendiri baik dari produk sejenis maupun dari produk lain. Untuk melihat hal yang membedakan produk olahan ayam pada star one chicken dengan usaha lain yang sejenis, salah satunya Kentucky Fried Chicken (KFC). Meskipun sama-sama ayam goreng, ada beberapa perbedaan antara ayam di star one chicken dan ayam KFC. Perbedaan Produk Olahan Ayam star one chicken terdiri dari ayam menu fried chicken, spicy chicken, ayam lada hitam ayam sadas dan menu – menu lainnya sedangkan KFC terdiri dari menu Chicken Original, Chicken Winger, Chicken Fillet, Chicken Crispy, Crispy Strip dan lain sebagainya. Namun KFC hanya identik dengan menu ayam goreng dibalut tepung yang divariasikan seperti chicken fillet, chicken strip dan sebagainya, sedangkan Star one chicken tidak hanya menawarkan produk ayam goreng yang dibalut tepung saja, tetapi banyak varian ayam lainnya seperti ayam geprek dan lain sebagainya. star one lebih dikenal dengan produk lokal atau berbeda dalam penyajian ayam, dengan mungkin penekanan pada cita rasa yang khas sedangkan KFC adalah brand internasional yang sudah memiliki standar global, dengan fokus pada ayam goreng yang telah dikenal luas dan memiliki bumbu rahasia.

Oleh sebab itu diperlukan suatu strategi dalam menjalankan usaha. Salah satu strategi yang umum digunakan oleh restoran cepat saji adalah pemberian diskon. Diskon dianggap sebagai cara yang efektif untuk

menarik pelanggan, terutama dalam pasar yang sangat kompetitif (Alfatimah 2020).

Selain itu Diskon menarik perhatian konsumen untuk membeli karena diskon diberikan pada waktu tertentu seperti pada akhir tahun, 17 Agustus, jum'at berkah, Bulan Ramadhan. Dan konsumen lebih melihat diskon secara langsung sebagai keuntungan bagi mereka untuk merasakan puas dengan pembelian mereka karena itu diskon memberikan pengaruh yang lebih jelas terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan kualitas pelayanan yang baik memastikan bahwa pengalaman pelanggan tetap positif meskipun harga lebih rendah. Jika kualitas pelayanan tetap terjaga, pelanggan cenderung merasa dihargai dan puas dan mendorong mereka untuk kembali lagi meskipun harga sudah di diskon.

Namun pemberian diskon saja tidak cukup untuk memastikan konsumen merasa puas. Kualitas pelayanan yang diberikan juga penting untuk menyenangkan konsumen. Kualitas pelayanan seperti sikap ramah, kecepatan pelayanan, ketetapan pengiriman pesanan, serta kenyamanan yang dirasakan selama berada di restoran chicken. Selain diskon juga meningkatkan kualitas pelayanan juga dapat memperkuat loyalitas konsumen, menciptakan pengalaman positif yang membuat mereka kembali, dan mendorong rekomendasi dari mulut kemulut yang efektif.

Kualitas pelayanan di *star one chicken* juga menjadi aspek yang sangat di perhatikan oleh konsumen. Pelayanan yang cepat, ramah, professional akan

menciptakan pengalaman makan yang lebih menyenangkan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan atas pelayanan yang diberikan, merupakan faktor kunci untuk keberhasilan suatu usaha ditengah iklim persaingan yang semakin ketat ini. Perusahaan yang mengutamakan kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan (Anggraini, 2019).

Ketidakpuasan yang timbul dari pengalaman buruk, baik terkait dengan harga maupun pelayanan, dapat menyebabkan konsumen tidak untuk kembali dan bahkan memberikan alasan negatif yang dapat merugikan reputasi restoran. Oleh karena itu *star one chicken*, menjaga kualitas pelayanan yang baik dan memberikan penawaran diskon yang sesuai sangat penting dalam menciptakan kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Star one chicken, sebuah restoran yang terletak di Telago Biru Siulak, merupakan salah satu usaha kuliner yang menyajikan berbagai olahan ayam dengan cita rasa yang khas. Sebagai usaha yang berkembang daerah tersebut, *star one chicken* menghadapi tantangan dalam menarik konsumen untuk datang kembali. Salah satu cara yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen yaitu dengan memberikan diskon dan juga memberikan pelayanan yang berkualitas.

Berdasarkan penelitian terdahulu menurut Madjowa et.al (2023). Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Pertiwi (2021) Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen warung resto Campus di Jl. Air Pingin Pekanbaru. Menurut Siska (2022) diskon serta kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti melaksanakan lebih lanjut untuk meneliti dengan judul **“Pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi”**.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh diskon terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak?
3. Bagaimana pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti ajukan dalam penelitian ini, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh diskon terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak
3. Untuk mengetahui pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci.

1.4 Manfaat penelitian

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis manfaat penelitian untuk menambah wawasan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang pemasaran. Khususnya dalam konteks bisnis restoran cepat saji.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi konsumen karena hasilnya dapat mempengaruhi peningkatan kualitas pelayanan yang mereka terima di restoran.

Bagi pelaku bisnis digunakan sebagai acuan dalam merancang strategi pemasaran dan pelayanann yang efektif utuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen di pasar yang sangat kompetitif.

1.5 Batasan Masalah

Agar peneliti lebih terarah dan tidak keluar dari topik yang diteliti, maka dalam penelitian ini peneliti fokus untuk mengetahui pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen *star one chicken* yang pernah membeli di restoran tersebut.



BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Teori Perilaku Konsumen

Grand *Theory* pada penelitian ini adalah menggunakan teori perilaku konsumen Menurut Setiadi (2008), untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami apa yang mereka pikirkan (kognisi) dan mereka rasakan (afeksi), apa yang mereka lakukan (perilaku), dan serta dimana (kejadian disekitar) yang mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan konsumen tersebut. berbeda halnya dengan Menurut Peter dan Olson (2010) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai *“The dynamic interaction of affect and cognition, behavior and environmental events by which human beings conduct the exchange aspect of their lives”*,

Menurut Khafidin (2020) perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan seorang konsumen.

Berdasarkan beberapa teori yang dikemukakan di atas, dapat dikatakan bahwa interaksi dinamis antara kognisi (pemikiran), efeksi (perasaan), dan perilaku (tindakan), yang dipengaruhi oleh lingkungan sekitar. Menekankan pentingnya memahami proses ini untuk merancang strategi pemasaran. Perilaku konsumen sebagai interaksi antara perasaan, pemikiran, tindakan,

dan kejadian lingkungan. Bahwa perilaku konsumen melibatkan proses pengambilan keputusan dalam membeli atau menggunakan produk dan jasa yang diinginkan.

2.2 Kepuasan konsumen

2.2.1 Definisi kepuasan konsumen

Menurut Agustian (2022) Kepuasan konsumen ialah reaksi setelah pembelian konsumen dan dapat berupa kegembiraan, ketidakpuasan, kemarahan, dan kesenangan karena kepuasan adalah keadaan emosional. Kepuasan juga dipengaruhi oleh reaksi emosional konsumen terhadap produk atau kinerja layanan, serta perbandingan yang diharapkan dengan yang dirasakan. Menurut Kotler dan Keller (2009) juga memberikan pernyataan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan positif yang dirasakan setelah membandingkan kesan yang dimilikinya terhadap kinerja dan hasil dari sebuah pelayanan serta harapan lainnya yang dimiliki oleh konsumen.

Dari kedua pandangan ini disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari interaksi antara ekspektasi konsumen sebelum membeli dan pengalaman mereka setelah membeli. Reaksi emosional yang timbul dari pengalaman tersebut baik itu positif maupun negatif akan menentukan Tingkat kepuasan yang dirasakan jika produk atau layanan sesuai dengan harapan atau lebih baik, konsumen akan merasa puas dan mungkin kembali lagi.

2.2.2 Konsep Kepuasan Konsumen dalam Islam

Menurut Karim (2019). Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan konsumen dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Adapun pedoman dalam mengukur tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan baik yang memproduksi produk maupun jasa harus melihat kinerja perusahaan yang berkaitan dengan:

1. Sifat jujur

Seorang personel harus memiliki sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dengan personel tersebut baik dari internal maupun eksternal. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nahl Ayat 105 yang berbunyi:

إِنَّمَا يَفْتَرِي الْكَذِبَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكٰذِبُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: *Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah. mereka itulah para pembohong. (Q.S An-Nahl · Ayat 105)*

Dari ayat di atas maka seorang personel harus bersikap jujur karena dengan adanya kejujuran dan tidak berbohong terhadap sesuatu maka tidak adanya dusta yang tersembunyi yang dilakukan oleh pengemudi kepada pelanggan, perusahaan dan juga Allah SWT.

2. Sifat amanah

Seorang muslim yang profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝٥٨ ﴾

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanah kepada pemiliknya. Apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia, hendaklah kamu tetapkan secara adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang paling baik kepadamu. Sesungguhnya Allah Maha Mendengar lagi Maha Melihat. (Q.S An-Nisa' Ayat 58)*

Dari ayat di atas maka sebuah perusahaan harus menjelaskan ciri-ciri kualitas pelayanan yang akan diberikan dan biaya yang akan digunakan kepada pelanggan. Ini dilakukan agar konsumen dapat memahami dan mengerti sehingga konsumen merasa puas dan tidak ragu dengan produk/ jasa yang akan diterimanya.

3. Benar

Maksud dari benar ini adalah tidak adanya dusta dalam berkomitmen memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ ۝١١٩

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar. At-Taubah · (Q.S At-Taubah Ayat 119)*

Dari ayat di atas maka pelayanan harus bersifat benar artinya suatu hal yang sudah pasti benar terjadi dalam memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan.

4. Berbuat baik terhadap sesama dan tidak saling membedakan

Konsep Islam mengajarkan bahwa kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Qashash ayat 77, yang menyatakan bahwa:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ۝٧٧

Artinya: *Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S Al-Qashash · Ayat 77)*

Dari ayat di atas mengajarkan kepada kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya, dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam

pelayanan yang diberikan. Dalam masalah pelayanan juga dapat diartikan melayani dengan rendah hati dan tidak sombong.

2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Kumrotin (2021). berpendapat bahwa indikator kepuasan konsumen yang penelitian ini gunakan adalah:

1. Perasaan puas

Yaitu ungkapan rasa puas dari konsumen ketika pelayanan yang diterima bersifat baik dari suatu penyedia barang atau jasa.

2. Terpenuhinya harapan konsumen

Setelah melakukan penggunaan produk ketika sesuai atau tidaknya suatu kualitas produk atau jasa, sehingga terpenuhinya harapan konsumen.

3. Selalu membeli produk

Yaitu konsumen akan selalu mengunjungi serta mencoba terus-menerus produk yang akan dibeli sehingga tercapainya harapan yang diinginkan.

2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Indrasari 2019).

1. Kualitas Produk

Apabila produk tersebut berkualitas atau dapat memenuhi kebutuhannya, maka pelanggan akan merasa puas dengan produk tersebut.

2. Kualitas Pelayanan

Apabila pelanggan mendapat pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diekspetasiannya, maka pelanggan akan merasa puas terhadap produk atau jasa yang digunakannya.

3. Diskon

Diskon biasanya diberikan sebagai insentif untuk menarik lebih banyak pembeli atau untuk mempromosikan suatu produk, baik dalam waktu tertentu maupun dalam kondisi tertentu.

4. Emosional

Konsumen merasa bangga saat menggunakan produk tertentu dan mendapatkan kepercayaan bahwa orang lain mengaguminya ketika ia menggunakan produk tersebut.

5. Biaya

Konsumen tidak butuh menghabiskan waktu maupun biaya lebih agar dapat memiliki produk tersebut akan cenderung puas dengan produk tersebut.

2.3 Diskon

2.3.1 Definisi Diskon

Menurut Kotler & Keller (2016) Diskon adalah penghematan kepada konsumen dan harga normal suatu produk ditunjukkan pada label atau kemasan produk. Dalam pemberian diskon dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, karena mereka merasa mendapatkan keuntungan lebih melalui pengurangan harga.

Menurut Sutisna (2002), diskon merupakan suatu pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Diskon juga menarik banyak lebih banyak konsumen, meningkatkan volume penjualan, atau menghadapi kondisi pasar yang kompetitif.

Menurut Joesoef (2021). Diskon adalah salah satu strategi pemasaran yang sulit dihindari oleh konsumen. Fakta ini sejalan dengan keadaan lapangan, banyak konsumen yang melakukan pembelian di akhir pekan atau periode tertentu, karena mengejar diskon.

Dari pengertian diskon menurut para ahli yang sudah peneliti paparkan, maka definisi diskon adalah pengurangan harga produk dari harga normal suatu produk dalam periode tertentu yang telah ditetapkan dan bukan hanya sebuah potongan harga saja, tetapi juga sebuah alat strategi

pemasaran yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan dapat digunakan untuk mencapai tujuan bisnis tertentu.

2.3.2 Konsep Diskon dalam Islam

Menurut Ananda (2023) Sebuah diskon memang disebut sebagai "khams" dalam perspektif Islam. Istilah "diskon" merujuk pada kontrak yang dikenal sebagai Muwadla'ah atau Al-Wadli'ah dalam perdagangan dan bisnis Islam. Al-Wadli'ah, perbandingan antara harga jual dan harga beli, merupakan prinsip dasar perdagangan. Ini melibatkan kesepakatan di mana penjual menjual barang dengan harga lebih rendah dari harga pasar. Kualitas barang yang didiskon harus sesuai dengan harga aslinya dan dalam kondisi yang dapat diterima. Hal ini sesuai dengan prinsip pemasaran dalam syariah, terutama aspek Al-Waqiyyah (kenyataan). Ini berarti bahwa harus benar dan tidak dibuat-buat, dan tentu saja tidak boleh menimbulkan tipu daya. Setiap transaksi harus didasarkan pada fakta dan kejujuran yang lengkap. Allah SWT berfirman dalam hadistnya tentang larangan menjual dan membeli barang yang tidak sesuai kadarnya, yaitu:

○ وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَمًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: "Dan janganlah kamu serahkan kepada orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaan) kamu yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan

pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka perkataan yang baik”.Q.S An-nisa ayat 5

Dari ayat di atas menjelaskan menekankan pentingnya menjaga amanah terhadap harta, memberikan perhatian dan pemeliharaan terhadap mereka yang belum mampu mengelola harta, serta menunjukkan perilaku yang baik dalam ucapan dan tindakan terhadap mereka.

2.3.3 Indikator Diskon

Menurut Sandra (2021), indikator-indikator dari diskon adalah:

1. Frekuensi diskon

Diskon bisa memberikan secara harian, mingguan, bulanan, atau pada periode tertentu seperti hari besar atau musim promo. frekuensi diskon dapat mempengaruhi seberapa sering konsumen menunggu kesempatan untuk membeli dengan harga lebih murah.

2. Besaran diskon

Besaran diskon mempengaruhi daya tarik konsumen untuk melakukan pembelian, semakin besar kemungkinan konsumen akan tertarik untuk membeli. Misalnya dalam bentuk nilai tetap diskon Rp.50.000 atau persentase dari harga asli 20%.

3. Waktu pemberian diskon

waktu yang tepat untuk pemberian diskon dapat mempengaruhi penjualan dan tingkat kepuasan konsumen, karena konsumen mungkin menunggu kesempatan terbaik untuk membeli dengan harga yang lebih rendah. Misalnya diskon diberikan pada akhir tahun.

2.3.4 Pengaruh Diskon terhadap Kepuasan Konsumen

Adanya potongan harga menjadikan konsumen menjadi lebih untung karena dapat mengurangi pengeluaran, sehingga dengan adanya diskon atau potongan harga ini dapat menambah kepuasan konsumen.

Penelitian (Aditi & Hermanyur, 2019) Pengaruh Ketanggapan, Diskon Harga, dan Bukti Fisi Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Moderating Pada PT Go-Jek Di Kota Medan ditemukan bahwa secara parsial diskon harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Go-Jek di Kota Medan.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Definisi Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2009) pada prinsipnya, kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Menurut Millah (2020) Kualitas pelayanan yang diberikan oleh staf restoran terhadap kepuasan pelanggan dapat memberikan kontribusi

yang signifikan bagi restoran dalam meningkatkan pendapatan jangka panjangnya. Sejauh mana kemampuan restoran untuk memberikan pelayanan secara maksimal kepada para pelanggan secara sistematis dan terprogram yang tidak melanggar nilai-nilai etika dalam bisnis sangat mempengaruhi kesuksesan restoran tersebut.

Menurut Afrilliana (2020) Kualitas layanan adalah permulaan dari kepuasan pelanggan. Pelanggan akan merasa puas, apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Dengan demikian kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan maka akan puas.

Dari pandangan tersebut bisa disimpulkan saling melengkapi dan memberi gambaran bahwa kualitas pelayanan bukan hanya tentang memberikan layanan yang baik pada saat itu juga, tetapi tentang bagaimana restoran secara konsisten memenuhi harapan pelanggan dan berusaha meningkatkan pengalaman pelanggan untuk menciptakan loyalitas dan pendapatan jangka Panjang.

2.4.2 Konsep Kualitas Pelayanan dalam Islam

Menurut Lupiyoadi (2019) Islam mengajarkan pada umatnya untuk memberikan segala sesuatu yang baik dan terdapat manfaat didalamnya. Dalam pandangan prespektif Islam kualitas pelayanan adalah usaha dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang terbaik, memuaskan dan berkualitas.

Dalam islam juga mengajarkan kepada kita untuk ihsan dan itqan (baik dan berkualitas) dalam melakukan pekerjaan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dapat menjalin silaturahmi antar sesama yakni perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik bukan hanya semata-mata untuk melakukan bisnis atau mendapatkan keuntungan diantara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen saja, namun menyelaraskan hubungan hablum minaallah mencari dan mendapatkan keridhaan Allah dalam melakukan pekerjaan tersebut. Hal tersebut terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Mahakaya lagi Maha Terpuji. (Q.S AL-Baqarah ayat 267).

Kualitas pelayanan dalam prespektif islam terhadap beberapa konsep yakni Itqan (Seni), Ahsan (Perbaikan), Amal saleh (Perbuatan Baik), dan Ihsan (Perbuatan Terbaik). Selain beberapa konsep yang telah

disebutkan, Kualitas pelayanan terdapat juga konsep tersebut dalam prespektif Islam yaitu Amanah dan Sidiq (Kepercayaan dan jujur, Muraqabah (Pengawasan), dan Muhasabah (Introspeksi).

2.4.3 Indikator kualitas pelayanan

Menurut Pertiwi (2021). menyatakan indikator kualitas pelayanan menurut persepsi pelanggan yang meliputi lima indikator yaitu:

1. Bukti fisik

Bukti fisik (tangibles) merujuk pada aspek-aspek yang menunjukkan eksistensi Perusahaan kepada pihak eksternal. penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan pada pemberi jasa. Bukti fisik tersebut meliputi penampilan fisik, peralatan karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang dipergunakan dalam memberikan pelayanan.

2. Keandalan

Keandalan adalah kemampuan untuk tetap memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dengan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama dari semua pelanggan tanpa kesalahan.

3. Daya tanggap

Daya tanggap adalah kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan yang menyampaikan informasi secara jelas.

4. Jaminan

Jaminan adalah pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan yang memiliki beberapa komponen antara lain:

- a) Komunikasi
- b) Keamanan
- c) Kompetensi
- d) Sopan santun

5. Empati

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan. Suatu Perusahaan yang diharapkan oleh pelanggan adalah memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara detail dan spesifik, serta memiliki watu pengoperasian yang nyaman.

2.4.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Konsumen yang menggunakan serta merasakan bagaimana pelayanan yang di dapatkan, kemudian memberi penilaian serta menentukan. Asalkan

pelayanan yang didapat itu sesuai dengan yang diekspetasikan, maka akan diperepsikan memuaskan. Hasil yang ditemukan pada penelitian yang berjudul Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan konsumen holland bakery di kota batam yang dilakukan oleh (Simanjntak & Purba 2020) dimana hasil yang ditemukan ialah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Holland Bakery.

2.5 Pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Menurut Siska (2022) Kepuasan pelanggan menjadi faktor penentu utama dalam mengulangi pembelian dan yang pada akhirnya akan membentuk loyalitas yang tinggi. Tujuan dasar bisnis tidak lagi hanya berorientasi pada labanya saja, tetapi penciptaan atau penambahan nilai bagi pelanggan, penambahan ini memiliki arti yaitu menciptakan pelanggan yang puas. Pemberian diskon dan kualitas pelayanan yang baik menjadi daya tarik serta aspek yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2.6 Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu digunakan sebagai alat bantu dalam memberikan gambaran terkait penelitian yang akan dilakukan. Manfaat yang bisa didapat ialah berupa gambaran tentang bagaimana menyusun kerangka berpikir, bagaimana mengelola data dan memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui hasil yang telah dijabarkan dalam penelitian terdahulu.

Tabel 3.1

Penelitian relevan

No	Nama, judul, tahun dan penerbit	Hasil penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Dewi, I. K. (2018). <i>Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka)</i> (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).	Variabel diskon berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	Variabel yang diteliti pengaruh diskon terhadap kepuasan pelanggan	Lokasi penelitian produk yang diteliti Variabel keputusan pembelian
2	Budiyanto, E. (2018). Pengaruh persepsi harga, diskon harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya. <i>Management & Accounting Research Journal Global</i> , 3(1).	Hasil penelitian ini adalah terdapat bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.	Variabel yang diteliti pengaruh diskon kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen	Lokasi penelitian produk yang diteliti persepsi harga
3	Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. <i>Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM</i> , 1(2), 46-55.	hasil penelitian ini adalah terdapat bahwa adanya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Di Kota Palembang. Hal ini dibuktikan dengan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan pemasaran, dan	Variabel yang diteliti pengaruh kualitas dan kepuasan pelanggan menggunakan penelitian kuantitatif.	Lokasi penelitian konsep layanan yang diteliti

		perilaku konsumen terhadap kepuasan pelanggan		
4	Pertiwi, M. R. (2021). <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Resto Campus Di Jl. Air Dingin Pekanbaru</i> (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap secara signifikan terhadap kepuasan konsumen warung resto campus di Jl. Air dingin pekanbaru.	Variabel yang diteliti metode penelitian menggunakan kuantitatif	Lokasi penelitian hasil penelitian
5	Siska, J. (2022). <i>Pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt wellindo blast media di kota batam</i> (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).	Penelitian ini menunjukkan diskon mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan serta kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan Dan secara simultan, ditemukan diskon serta kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Variabel yang diteliti	Lokasi yang diteliti
6	Simanungkalit, R., Sinaga, N. A., & Hutagalung, J. (2023). <i>Pengaruh Diskon Dan Pelayanan Terhadap</i>	Hasil penelitian adalah terdapat bahwa secara parsial variabel	Variabel yang diteliti pengaruh diskon dan	Lokasi penelitian Produk yang diteliti

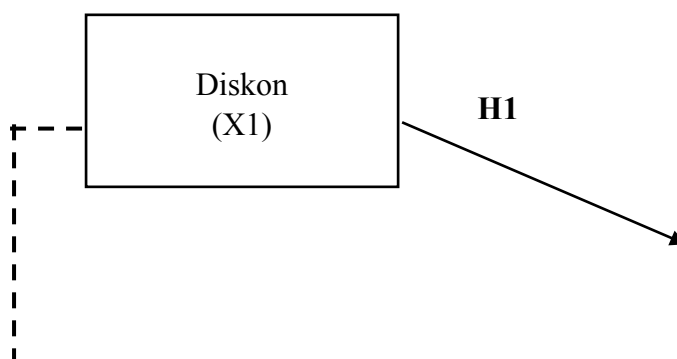
Kepuasan Konsumen Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli Pandan. <i>Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa</i> , 5(1), 1-12.	diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen	pelayanan terhadap kepuasan konsumen	
---	---	--------------------------------------	--

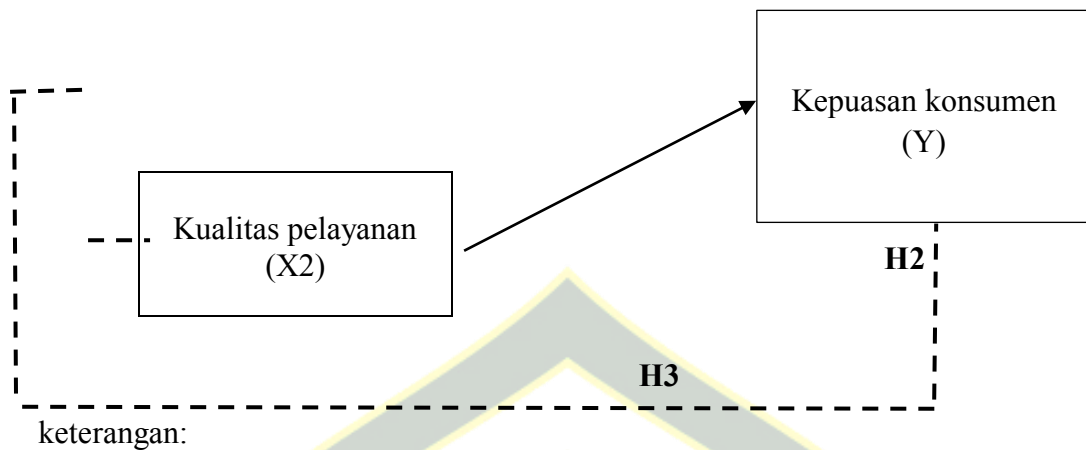
2.7 Kerangka Konseptual

Kerangka teori digunakan untuk memberikan informasi tentang penelitian yang sedang diteliti. “Teori adalah seperangkat konsep, definisi, dan proposisi yang saling terkait secara sistematis yang diajukan untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena atau fakta” (Juliansyah 2014)

Menurut Kotler & Keller (2016), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok untuk memperoleh yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Dalam penelitian ini kerangka pemikiran menggambarkan hubungan dari variabel independen dengan variabel dependen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dengan menggunakan uji secara parsial dan secara simultan. Berdasarkan teori diatas, maka kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Berfikir





2.8 Hipotesis penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian dan ditulis dalam kalimat pernyataan. Berdasarkan landasan teori dan kerangka berfikir yang telah disusun, maka Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

1. $H_{0_1} \neq 0$: Diskon berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
 $H\alpha_1 = 0$: Diskon tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen
2. $H_{0_2} \neq 0$: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

$H\alpha_2 = 0$: Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

3. $H_{0_3} \neq 0$: Diskon dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen

$H\alpha_3 = 0$: Diskon dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen



BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dimana hubungan antara sejumlah variabel diteliti dengan mengaplikasikan data yang diwujudkan dalam angka-angka dan analisisnya mengaplikasikan statistik. Penelitian ini menerapkan teknik kuesioner yang disebarakan kepada responden. (Kurnia 2023).

3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penyebaran konsep dalam kegiatan yang lebih konkrit. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara mencari indikator yang tepat dari masing-masing variabel.

Tabel 3.2 Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	Skala <i>Likert</i>
1	Diskon (X1)	1. frekuensi 2. Besaran 3. Waktu pemberian	1.2 3.4 5.6	1-5
2	Kualitas pelayanan (X2)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Daya tangap 4. Jaminan 5. Empati	1.2 3.4 5.6 7.8 9.10	1-5
3	Kepuasan konsumen (Y)	1. Perasaan puas 2. Memenuhi harapan 3. Selalu membeli/ komitmen.	1.2 3.4 5.6	1-5

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi mengacu pada keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau minat yang ingin peneliti investigasi (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi dimana jumlahnya tidak diketahui.

3.3.2 Sampel

Penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan pendapat yang dikemukakan oleh Hair et al (1992) menyatakan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5 kali variabel indikator. Sehingga jumlah indikator sebanyak 11 indikator dikali 5 ($11 \times 5 = 55$). Jadi melalui perhitungan berdasarkan rumusan tersebut, didapatkan jumlah sampel yang akan diteliti yaitu sebanyak 55 orang.

3.4 Jenis data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yang mencakup informasi dalam bentuk angka-angka dan di analisis menggunakan data statistik (Aja et al 2024).

3.5 Sumber data

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber utama atau data yang diperoleh oleh peneliti sendiri melalui penyebaran angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pernyataan kepada para responden terkait dengan variabel-variabel penelitian. Dalam penelitian ini sumber dari data primer adalah konsumen yang pernah membeli di *star one chicken* Cabang Telagu Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah didapat dari jurnal atau artikel sejumlah buku yang dijadikan referensi, dan internet.

3.6 Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, dalam suatu penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner ini metode pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden untuk dijawab dengan memberikan angket. Dengan menggunakan skala likert untuk

menilai pendapat responden terhadap suatu masalah, dimana pernyataan dibuat dalam bentuk nilai sebagai berikut:

Tabel 3.3 tabel skala likert

Keterangan	Skala <i>likert</i>
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

3.7 Uji instrumen penelitian

Uji instrumen penelitian adalah suatu proses evaluasi dan validasi alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur variabel-variabel yang diteliti, Dengan tujuan untuk memastikan apakah instrumen tersebut akurat, konsisten dan valid sehingga hasil peneliti dapat dipercaya dan diandalkan.

Berdasarkan hal tersebut, maka instrument penelitian dalam ini adalah berupa kuesioner yang disebarakan kepada Konsumen yang pernah membeli di *star chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi.

3.7.1 Uji Validitas

Validitas merupakan instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Untuk menunjukkan seberapa baik suatu item dapat mengukur sesuatu yang diukur dalam penelitian, diperlukan uji validitas. Uji validitas digunakan padaitem pertanyaan untuk mengetahui seberapa baik pertanyaan tersebut dapat mengukur

subjek yang diteliti. Jika r hitung $>$ r tabel (dibawah sig. 0,05) maka instrumen atau pernyataan signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid). Untuk mengetahui validitas menggunakan program computer statistic seperti SPSS. (Sugiyono, 2018).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dalam setiap penelitian, adanya kesalahan pengukuran ini cukup besar. Karena itu untuk mengetahui hasil penelitian pengukuran yang sebenarnya, kesalahan pengukuran itu sangat diperhitungkan. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* $>$ 0,60. (Ghozali, 2018)

3.8 Uji asumsi klasik

Untuk memenuhi persyaratan data, kemudian dilakukan uji regresi untuk menguji pengaruh datanya. Pada uji asumsi klasik akan digunakan uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas untuk menguji data.

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan apakah data yang diperoleh berdistribusi normal atau diperoleh dari populasi normal. Apabila titik distribusi pada grafik mendekati atau mengelilingi diagonal, maka data residu dapat dikatakan berdistribusi normal. Dalam

penelitian ini menggunakan uji statistic non-parametrik Kolmogrov-Smirnov (K-S). Dengan melihat test statistic KolmogrovSmirnov (K-S) dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila hasil output menunjukkan nilai diatas sisgnifikansi 0,05 berarti data residual berdistribusi secara normal (Ghozali,2018).

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya keragaman dari residual pengamatan yang satu ke residual yang lain dalam model regresi. Pada penelitian ini ada tidaknya Heteroskedastisitas akan akan dibuktikan dengan uji glejser. Jika hasil regresi tersebut memiliki nilai $>0,05$, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui adanya korelasi atau hubungan yang kuat antara dua variabel bebas yang terdapat dalam regresi berganda. Dalam pengamatan uji ini dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factory), jika nilai VIF $< 0,10$ dan atau nilai tolerance > 0.10 maka multikolinearitas tidak terjadi (Ghozali,2018).

3.9 Teknik analisis data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan

menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau *SPSS* sebagai berikut:

3.9.1 Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif adalah metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang dikumpulkan dari kelompok subjek tertentu. Ini adalah bentuk analisis yang paling dasar untuk menjelaskan kondisi data secara keseluruhan. Analisis deskriptif mencakup beberapa aspek, seperti distribusi frekuensi, pengukuran tendensi pusat, dan pengukuran variabilitas (Ghozali, 2018). Manfaat yang diperoleh dari penggunaan analisis deskriptif adalah mendapatkan gambaran lengkap dari data baik dalam bentuk variabel atau numerik yang berhubungan dengan data yang kita teliti. Untuk menggambarkan secara deskriptif temuan hasil penelitian, maka penulis menggunakan TCR. Untuk mendapatkan Tingkat Capaian Responden, maka memerlukan rumus sebagai berikut: (Sarmigi, 2022).

$$TCR = \sum_{t=1}^n (T_i \times SL_i)$$

Keterangan :

TCR = Tingkat Capaian Responden

T_i = Total Likert jawaban responden

SL_i = Skort Likert sesuai jumlah pilihan jawaban responden

Sedangkan untuk melihat indeks TCR, maka memerlukan rumus yaitu:

$$\text{Indeks TCR} = \frac{T}{Y} \times 100\%$$

Y = Skor Tertinggi TCR (Skor tertinggi likert x n)

e = Jumlah responden

Tabel 3.4
Tingkat Capaian Responden (TCR)

No	Persentase Pencapaian	Kriteria
1.	85%-100%	Sangat Baik
2.	66% - 84%	Baik
3.	51% - 65%	Cukup
4.	36% - 50%	Kurang Baik
5.	0% - 35%	Tidak Baik

3.9.2 Analisis Regresi linear berganda

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda melibatkan lebih dari satu variabel independen, analisis regresi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Bentuk umum model regresi linier ganda variabel independen adalah:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 \hat{X}_1 + \beta_2 \hat{X}_2 + \epsilon$$

Keterangan:

\hat{Y} = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Diskon

X_2 = Kualitas Pelayanan

ϵ = Error

3.10 Uji Hipotesis

Pengujian Hipotesis sama dengan pengujian signifikansi koefisien regresi berganda yang berkaitan dengan pernyataan hipotesis penelitian.

3.10.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat secara bersama – sama atau simultan. Pengujian dilakukan dengan membandingkan antara F hitung dan F tabel pada taraf signifikansi sebesar 5 % atau $\alpha = 0,5$. Dasar penarikan kesimpulan atas pengujian ini adalah sebagai berikut:

1) Jika F hitung $>$ F tabel maka H1 ditolak dan H0 diterima.

Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama – sama atau simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

2) Jika F hitung $<$ F tabel maka H1 diterima dan H0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa variabel bebas secara bersama – sama atau simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

3.10.2 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut (Ghozali, 2018):

- 1) Jika angka probabilitas signifikansi $> 0,5$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti bahwa variabel bebas X_1 dan X_2 secara individual tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y .
- 2) Jika angka probabilitas signifikansi $< 0,5$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti bahwa variabel bebas X_1 dan X_2 secara individual memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat Y .

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien Determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh model yang digunakan dapat menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 sampai dengan 1. Semakin kecil nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi yang semakin mendekati satu menunjukkan bahwa variabel bebas yang digunakan memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terikat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai data deskriptif yang diperoleh dari responden. Data responden penelitian disajikan agar dapat dilihat dari data penelitian dan hubungan yang ada antara variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli di *star one chicken* cabang telago biru siulak berdasarkan jenis kelamin dan usia.

4.1.1 Karakteristik Responden

1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki laki	12	22%
Perempuan	43	78%
Total	55	100%

Sumber: Data Primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui jenis kelamin responden. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yaitu sebanyak 43 orang, sedangkan sisanya adalah responden laki-laki sebanyak 12 orang. Hal ini menunjukkan bahwa

sebagian besar konsumen pernah membeli di star one chicken cabang telago biru siulak.

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Usia

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
17-20 Tahun	13	23%
21-25 Tahun	29	52%
26-29 Tahun	5	10%
>30 Tahun	8	15%
Total	55	100%

Sumber: Data Primer diolah 2025

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui usia 17-20 tahun sebanyak 13 orang, 21-25 tahun sebanyak 29 orang, 26-29 tahun sebanyak 5 orang, > 30 tahun sebanyak 8 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen pernah membeli di star one chicken cabang telago biru siulak.

4.1.2 Tingkat Capaian Responden (TCR)

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variable bebas (independen) yaitu diskon (X_1), kualitas pelayanan (X_2), dan variabel terikat (dependen) yaitu kepuasan konsumen. Berdasarkan kuesioner yang telah disebar maka dihasilkan data sebagaimana tercantum pada tabel 4.3 dibawah ini.

Tabel 4.3
Hasil TCR Diskon (X1)

No	Pernyataan Kuesioner	Jawaban					N	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	N	TS	STS					
1	Pernyataan 1	3	3	15	19	15	55	205	372	74,54	Baik
2	Pernyataan 2	1	7	14	18	15	55	204	370	74,18	Baik
3	Pernyataan 3	3	7	13	17	15	55	199	361	72,36	Baik
4	Pernyataan 4	2	5	16	16	16	55	204	370	74,18	Baik
5	Pernyataan 5	7	11	12	15	10	55	175	318	63,63	Cukup
6	Pernyataan 6	1	9	13	16	16	55	202	367	73,45	Baik
Rata-Rata TCR								1,189	2,158	72,06	Baik

Sumber: Data Pengolahan Kuesioner excel

Keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju, TS=Tidak Setuju, N=Netral, S=Setuju, SS=Sangat Setuju, N=Jumlah Responden, TCR=Tingkat Capaian Responden.

Berdasarkan Tabel diatas, rata-rata TCR Diskon (X_1) adalah sebesar 72,06% dengan kriteria baik, yang menunjukkan bahwa responden dapat memahami dengan baik maksud dari setiap pernyataan yang digunakan instrument penelitian Diskon (X_1). Hasil tertinggi ditemukan pada pernyataan 1 dengan indeks TCR sebesar 74,54%, sedangkan hasil paling rendah ditemukan pada pernyataan 5 dengan indeks TCR sebesar 63,63% dengan kriteria cukup.

Tabel 4.4
Hasil TCR Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan Kuesioner	Jawaban					N	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	N	TS	STS					
1	Pernyataan 1	0	6	14	18	17	55	221	383	76,72	Baik
2	Pernyataan 2	0	5	14	19	17	55	213	387	77,45	Baik
3	Pernyataan 3	5	9	12	15	14	55	189	343	68,72	Baik
4	Pernyataan 4	6	8	12	16	13	55	187	34	68	Baik
5	Pernyataan 5	7	8	12	14	14	55	185	363	67,27	Baik
6	Pernyataan 6	6	8	12	16	13	55	187	34	68	Baik
7	Pernyataan 7	4	9	12	15	15	55	193	350	70,18	Baik
8	Pernyataan 8	5	7	13	16	14	55	192	349	69,81	Baik
Rata-Rata TCR								1,567	2,243	70,77	Baik

Sumber: Data Pengolahan Kuesioner excel

Keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju, TS=Tidak Setuju, N=Netral, S=Setuju, SS=Sangat Setuju, N=Jumlah Responden, TCR=Tingkat Capaian Responden.

Berdasarkan Tabel diatas, rata-rata TCR Kualitas Pelayanan (X_2) adalah sebesar 70,77% dengan kriteria baik, yang menunjukkan bahwa responden dapat memahami dengan baik maksud dari setiap pernyataan yang digunakan instrument penelitian Kualitas Pelayanan (X_2). Hasil tertinggi ditemukan pada pernyataan 2 dengan indeks TCR sebesar 77,45%, sedangkan hasil paling rendah ditemukan pada pernyataan 4 dan 6 dengan indeks TCR sebesar 68% dengan kriteria baik.

Tabel 4.5
Hasil TCR Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pernyataan Kuesioner	Jawaban					N	Skor	Rata-Rata	TCR%	Kategori
		SS	S	N	TS	STS					
1	Pernyataan 1	6	9	9	14	17	55	192	349	69,81	Baik
2	Pernyataan 2	1	7	14	16	17	55	206	374	74,90	Baik
3	Pernyataan 3	0	4	14	24	13	55	211	383	76,72	Baik
4	Pernyataan 4	1	2	11	20	21	55	223	405	81,09	Baik
5	Pernyataan 5	6	10	11	14	14	55	185	336	67,27	Baik
6	Pernyataan 6	4	9	12	16	14	55	192	349	69,81	Baik
Rata-Rata TCR								1,209	2,196	73,27	Baik

Sumber: Data Pengolahan Kuesioner excel

Keterangan: STS=Sangat Tidak Setuju, TS=Tidak Setuju, N=Netral, S=Setuju, SS=Sangat Setuju, N=Jumlah Responden, TCR=Tingkat Capaian Responden.

Berdasarkan Tabel diatas, rata-rata TCR Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 73,27% dengan kriteria baik, yang menunjukkan bahwa responden dapat memahami dengan baik maksud dari setiap pernyataan yang digunakan instrument penelitian Kepuasan Konsumen (Y). Hasil tertinggi ditemukan pada pernyataan 4 dengan indeks TCR sebesar 81,09%, sedangkan hasil paling rendah ditemukan pada pernyataan 5 dengan indeks TCR sebesar 67,27% dengan kriteria baik.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Sebuah butir pernyataan dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} diperoleh melalui hasil dari *Degre of Freedom* yaitu $DF = n - 2$ dengan “n” merupakan jumlah sampel. Selain itu, taraf signifikan dari r_{tabel} yaitu sebesar 5% jadi $DF = 55 - 2 = 53$, maka nilai dari r_{tabel} jika dilihat pada tabel r adalah 0,265 yang artinya nilai r_{hitung} harus diatas angka 0,265 dan dikatakan butir pernyataan tersebut valid. Hasil analisis menggambarkan bahwa semua butir pernyataan pada diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen bisa digunakan karena nilai r_{hitung} lebih tinggi dari nilai r_{tabel} sehingga dapat disimpulkan memenuhi syarat uji validitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel (X1), (X2), (Y)

Variabel	Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Diskon	X1.1	0,758	0,265	Valid
	X1.2	0,556		Valid
	X1.3	0,732		Valid
	X1.4	0,713		Valid
	X1.5	0,562		Valid
	X1.6	0,648		Valid
Kualitas Pelayanan	X2.1	0,382		Valid
	X2.2	0,505		Valid
	X2.3	0,688		Valid
	X2.4	0,742		Valid
	X2.5	0,694		Valid
	X2.6	0,856		Valid
	X2.7	0,740		Valid

	X2.8	0,765		Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0,529		Valid
	Y2	0,620		Valid
	Y3	0,539		Valid
	Y4	0,493		Valid
	Y5	0,625		Valid
	Y6	0,776		Valid

Sumber data : Pengolahan Data SPSS V 20

Dapat diketahui bahwa keseluruhan variabel nilai Rhitung > Rtabel. Hasil tersebut menyatakan bahwa semua indikator yang didapat pada variabel diskon, kualitas pelayanan, dan kepuasan konsumen dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, berikutnya melakukan uji reliabilitas pada setiap instrumen penelitian. Tujuan dari uji reliabilitas adalah untuk melihat sejauh mana hasil pengukuran menggunakan instrumen penelitian ini tetap *reliabel*, meskipun dilakukan pengukuran berulang dan hasil akhirnya akan tetap sama. Alat ukur yang digunakan adalah *cronbach alpa* melalui program SPSS V 20. Variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *cronbach alpa* >0,60. Adapun hasil dari uji reliabilitas sebagai berikut.

Tabel 4.7

Hasil Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	> <	r Krisis	Keterangan
Diskon (X1)	.738	>	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	.835	>	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	.635	>	0,60	Reliabel

Sumber data: pengolahan SPSS V.20

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas dapat disimpulkan bahwa uji reliabilitas

data dinyatakan *Reliabel*, sebab nilai *Cronbach Alpha* melebihi 0,6.

4.2.2 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas diperukan untuk mengetahui apakah bahwa ada data yang diperoleh dari hasil penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Untuk menguji data normalitas ini menggunakan program *SPSS V 20*. Uji data tersebut juga menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov* dengan nilai signifikan 0,05. Bila berdistribusi normal data tersebut bernilai $>0,05$ maka h_0 diterima , jika data tersebut tidak berdistribusi normal bernilai $<0,05$ maka h_0 ditolak.

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.35488760
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.064
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.528
Asymp. Sig. (2-tailed)		.943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

rdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi $0,943 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual pengamatan ke pengamatan

lain berbeda berarti ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi tersebut. Metode yang dilakukan dengan menggunakan *uji glaser*, *uji glaser* adalah meregresikan antara variabel bebas dengan variabel *residual absolute*, dimana apabila nilai $p > 0,05$ maka variabel bersangkutan dinyatakan bebas heteroskedastisitas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai sig
Diskon	0,059
Kualitas Pelayanan	0,582

Sumber data: pengolahan SPSS V:20

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel di atas diperoleh nilai signifikansi Diskon sebesar 0,059, dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,582 sehingga secara keseluruhan variabel X memiliki tingkat signifikansi yang lebih tinggi dari nilai P 0,05 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dari data yang diperoleh.

3. Hasil Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas untuk mengetahui apakah terjadi interkolerasi (hubungan yang kuat) antar variabel independen. Model regresi dikatakan baik jika ditandai dengan tidak terjadinya interkolerasi antar variabel indeveden (tidak terjadi gejala Multikolinearitas. Untuk mengetahui akurat atau tidaknya gejala Multikolinearitas yaitu menggunakan metode *tolerance* dan *VIF (Variance Infatian Factor)*. Nilai *tolerance* yang dipakai untuk mengetahui Multikolinearitas adalah nilai *tolerance* jika lebih dari $>0,1$

maka tidak terjadi Multikolinieritas dan jika nilai *VIF* lebih kecil dari <10,00 maka tidak terjadi Multikolinieritas.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Diskon	.776	1.288
Kualitas Pelayanan	.776	1.288

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data : Pengolahan SPSS V 20

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas diketahui nilai *Tolerance* sebesar $0,776 > 0,1$ dan nilai *VIF* $1.288 < 10,00$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi Multikolinieritas.

4.2.3 Analisis regresi linear berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) yang jumlahnya lebih dari satu terhadap satu variabel terikat (*dependent*.) model analisis regresi linear berganda digunakan untuk menjelaskan hubungan dan seberapa besar pengaruh variabel- variabel bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*). Uji regresi linear berganda dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS V 20.

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	B	t	sig
Constant	9,481	3,794	0,000
Diskon	0,235	2,013	0,049
Kualitas Pelayanan	0,262	3,312	0,002

Sumber data: pengolahan SPSS V.20

Berdasarkan table 4.11 output *SPSS* di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9,481 + 0,235X_1 + 0,262X_2$$

Dari persamaan diatas dapat di ambil kesimpulan:

- Nilai konstanta sebesar 9,481 Artinya jika tidak terjadi perubahan variabel diskon dan kualitas pelayanan maka kepuasan konsumen adalah sebesar 9,481 satuan.
- Nilai koefisien regresi diskon adalah 0,235, artinya jika variabel diskon meningkat sebesar 1 satuan maka, kepuasan konsumen meningkat sebesar 0,235 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hal tersebut menunjukkan variabel diskon berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.
- Nilai koefisien regresi kepuasan konsumen adalah 0,262, artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,262 satuan dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Hal tersebut menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen.

4.2.4 Hasil Uji Hipotesis

1. Hasil Uji t

Uji t digunakan untuk melihat tingkat signifikansi variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen* secara individu atau sendiri-sendiri. Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu, dengan menggunakan uji t untuk masing-masing variabel bebas, dengan tingkat kepercayaan signifikansi sebesar 0,05, adapun syarat uji t adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
- b. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.12
Hasil Uji t Secara Parsial
Coefficients^a

Model	t	Sig.
(Constant)	3.794	.000
1 Diskon	2.013	.049
Kualitas Pelayanan	3.312	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber data: pengolahan SPSS V.20

Untuk mencari hasil t maka diperlukan rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 t \text{ Tabel} &= [\alpha; (df = n-k)] \\
 &= [5\% ; (df = 55-3)] \\
 &= (0,05 ; 52) \\
 &= 2,006
 \end{aligned}$$

Keterangan:

$\alpha = 0,05$ (5%)

k = Jumlah variabel independen (bebas)

n = jumlah sampel (responden)

Hasil pengujian hipotesis secara persial melalui uji t diperoleh t hitung berdasarkan nilai koefisien yang dapat dilihat pada gambar di atas menunjukkan bahwa:

- a. Variabel Diskon dengan t hitung sebesar 2,013 dan nilai t tabel sebesar 2,006 dan nilai signifikan pada variabel diskon yaitu $0,049 < \alpha 0,05$ dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian secara empiris H_1 diterima dan menolak H_0 , maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel Diskon berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan Konsumen.
- b. Variabel kualitas pelayanan 3.312 dengan t hitung sebesar dan nilai t tabel sebesar 2,006 dan nilai signifikansi pada variabel kualitas pelayanan yaitu $0,002 < \alpha 0,05$ dalam hal ini t hitung lebih besar dari t tabel, maka dengan demikian secara empiris (H_1) diterima dan menolak H_0 , maka dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hasil Uji F

Uji hipotesis secara simultan digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen yang dimaksudkan dalam penelitian ini

mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F penelitian ini dapat dilihat melalui tabel *Anova*^b berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji F Secara Simultan
ANOVA^a

Model	F	Sig.
1 Regression	13.740	.000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Diskon

Sumber data: pengolahan SPSS V.20

Untuk mencari F tabel maka memerlukan rumus:

$$F \text{ Tabel} = df (N1) = k-1$$

$$df (N1) = 3-1$$

$$df (N1) = 2$$

$$df (N2) = n-k$$

$$= 55-3$$

$$= 52$$

Jadi nilai F tabel nya $2;52 = 3.18$

Keterangan:

K = Jumlah variabel *independen* (bebas)

n = Jumlah sampel (*responden*)

Berdasarkan hasil yang diperoleh melalui aplikasi SPSS 20 seperti pada tabel *Anova*^b diatas menunjukkan adanya pengaruh secara simultan atau pengaruh secara bersama-sama antara variabel Diskon (X1), Kualitas

Pelayanan (X2), terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hal ini ditandai dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang di peroleh dari output data olahan aplikasi *spss v 20* yaitu $13.740 > 3.18$ maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig $< 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan Diskon dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, melalui pengujian serentak. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis *regresi linear* berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1 nilai R^2 yang kecil berarti variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel amat terbatas. Nilai yang mendekati satu variabel-variabel *independen* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi *dependen*. Dari koefisien determinasi dapat diketahui derajat ketepatan dari analisis berganda menunjukkan besarnya variasi sumbangan seluruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase Diskon dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen, maka dapat diketahui uji determinasi yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.321	3.41880

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Diskon

Sumber data: pengolahan SPSS V.20

Berdasarkan tabel diatas hasil uji R^2 diketahui R *Square* sebesar 0,346 atau 346% yang mana menunjukkan bahwa terdapat cukup kuat antara variabel diskon (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan Kepuasan konsumen (Y) secara simultan adalah sebesar 0,346,(345 %), jadi sisanya (100% - 0346% = 65,4%) dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang diteliti.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pengaruh Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t persial diperoleh bahwa t hitung > t tabel dan nilai signifikansi < taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian dapat disimpulkan diskon berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Artinya, semakin besar diskon yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Penelitian ini berkaitan dengan Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory), yang menjelaskan bahwa keputusan

konsumen untuk membeli dan melakukan pembelian ulang dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal (seperti persepsi dan harapan) dan faktor eksternal (seperti diskon, harga, dan kualitas pelayanan). Dengan adanya diskon, konsumen merasakan adanya nilai lebih, yang dapat mendorong mereka untuk melakukan pembelian lebih banyak dan berinteraksi positif dengan merek tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Budiyanto (2018) yang menunjukkan bahwa diskon berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Hal ini menguatkan bahwa strategi promosi berupa diskon dapat menjadi alat pemasaran yang efektif dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, khususnya dalam industri makanan cepat saji.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji t persial diperoleh bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $<$ taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi. Artinya semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk pengalaman positif konsumen. pelayanan yang baik mampu menciptakan kenyamanan, membangun

kepercayaan, serta meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk atau jasa yang diterima.

Penelitian ini terhubung dengan teori perilaku konsumen (*consumer behavior theory*), yang menjelaskan bahwa keputusan dan tindakan konsumen dipengaruhi oleh interaksi antara faktor internal (seperti harapan, motivasi, dan persepsi) dan faktor eksternal (seperti pelayanan, harga, dan kualitas produk).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pertiwi (2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memperkuat bahwa pelayanan yang baik bukan hanya berdampak pada kepuasan jangka pendek, tetapi juga berkontribusi dalam membentuk loyalitas dan perilaku konsumen jangka panjang.

4.3.3 Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) dapat dijelaskan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai signifikan $<$ taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$) artinya H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama (simultan) diskon dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada *star one chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi.

Hasil ini menunjukkan bahwa dalam membangun kepuasan konsumen, tidak cukup hanya mengandalkan harga atau promosi, tetapi juga

harus dibarengi dengan pelayanan yang baik. Konsumen tidak hanya tertarik dengan potongan harga, tetapi juga memperhatikan bagaimana mereka diperlakukan selama proses pembelian. Karena diskon memberikan nilai ekonomis yang membuat konsumen merasa “untung” dan puas secara finansial. Sedangkan Kualitas pelayanan memberikan pengalaman emosional yang membangun kepercayaan dan kenyamanan dalam berinteraksi dengan merek atau toko.

Teori perilaku konsumen menyatakan bahwa keputusan dan kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor rasional (harga/diskon) dan faktor emosional (pelayanan, kepercayaan, kenyamanan). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Siska (2022). yang menunjukkan bahwa secara simultan, diskon serta kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memperkuat bahwa strategi pemasaran yang menggabungkan promosi harga dengan pelayanan yang baik lebih efektif dalam menciptakan konsumen yang puas dan loyal.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pembahasan dan analisis data mengenai pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen *star one chicken* cabang telago biru siulak kabupaten kerinci provinsi jambi, maka peneliti mengambil beberapa kesimpulan diantaranya sebagai berikut.

1. Secara parsial diskon melalui indikator frekuensi, besaran, waktu pemberian, memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Star One Chicken.
2. Kualitas pelayanan secara parsial melalui indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Star One Chicken.
3. Kepuasan konsumen secara simultan melalui indikator perasaan puas, memenuhi harapan, selalu membeli/komitmen, bahwa diskon dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Star One Chicken.

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian pembahasan dan kesimpulan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Kepada pihak *Star One Chicken* perlu meningkatkan pemberian diskon. strategi ini diharapkan dapat menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap *Star One Chicken*.
2. Kepada pihak *star one chicken* diharapkan untuk lebih fokus pada meningkatkan kualitas pelayanan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang maksimal.
3. Bagi *star one chicken* diharapkan untuk lebih memperhatikan dan meningkatkan kepuasan konsumen sebagai prioritas utama.
4. Bagi peneliti selanjutnya agar penelitian ini bisa menjadi acuan bagi peneliti lain untuk dilanjutkan, dikembangkan dengan sampel yang lebih bisa mewakili populasi dan dengan analisis yang lebih matang lagi. Dan diharapkan untuk menambahkan variabel yang lain karena masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga jangkauan untuk penelitian tentang kepuasan konsumen dapat berkembang dan melebar luas.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan. Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian adalah masalah data Penggunaan angket sebagai pengumpulan data walaupun dianggap responden dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya, namun pada kenyataannya hal tersebut sulit dikontrol.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditi & Hermanyur (2019) *Pengaruh Ketanggapan, Diskon Harga, dan Bukti Fisi Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Sikap Konsumen sebagai Variabel Moderating*. PT Go-Jek Di Kota Medan.
- Afrilliana, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Grab di Kota Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1(2), 46-55.
- Agustian, A., Ramdan, A. M., & Jhoansyah, D. (2022). Analisis Kepuasan Konsumen Dan Pencarian Variasi Terhadap Perpindahan Merek Pada Mie Instan. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1490-1496.
- Aja, A., Ulya, M. J., Akbar, M. R., Mashabi, M., & Nengsih, T. A. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, dan Umur Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2022. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 24(2).
- Alfatihah, aynaya. (2020). *Pengaruh strategi diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian kuliner ayam o'chiken pekanbaru ditinjau menurut ekonomi syariah*. Universitas islam negeri sultan syarif kasim riaupekanbaru.
- Ananda, R. F., Siregar, E. S., & Saputra, O. (2023). Pengaruh Diskon Harga Dan Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok:(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN STS Jambi). *Journal Sains Student Research*, 1(2), 144-158.
- Anggraini, Z, D. (2019). *Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen di hisana fried chicken madiun*. (IAIN) Ponorogo
- Fandy Tjiptono (2009). *Service Marketing Esensi dan Aplikasi*, Marknesis, Yogyakarta: PT Alex Media Kom-putindo.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *"Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan"*. Surabaya:
- Joesoef, H. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Online Berdasarkan Faktor Diskon, Program Pengiriman Gratis, Dan Pelayanan. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(1), 180-189.

- Karim, Adiwarmanto A. (2019) *Ekonomi Makro Islam Edisi Kedua*. Jakarta: PT Raja grafindo Persada.
- Khafidin, K. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Khairunnisa, T., & Fajri, A. (2024). Peran Kepuasan Konsumen sebagai Pemeditasi Promosi Sosial Media dan Diskon terhadap Loyalitas Konsumen. *EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 13(2), 429-434.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran (13th ed., Vol. 1)*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller, Lane. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition London: Pearson Education
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada cafe ko. we. cok di solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1-13.
- Kurnia, M. (2023). *Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada gondrong drink tanjung pinang*. (Doctoral dissertation, STIE Pembangunan Tanjung Pinang).
- Kurniawati, W. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Kualitas Laba Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2019-2022. *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 109-119.
- Lupiyoadi dan Hamdani (2019). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*, Jakarta: Salemba Empat, 182
- Millah, H., & Suryana, H. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Desa Karangbong Kecamatan Pajajaran). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 134-142.
- Pertiwi, M. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Warung Resto Campus Di Jl. Air Dingin Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Sandra, J. V., & Anjaningrum, W. D. (2021). Pengaruh Suasana Toko Dan Diskon Terhadap Pembelian Impulsif Pada Matahari Department Store Pasar Besar Malang. *Jurnal Manajemen Dan Profesional*, 2(2), 49-59.

- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Simanungkalit, R., Sinaga, N. A., & Hutagalung, J. (2023). Pengaruh Diskon Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cv. Mitra Cahaya Nauli Pandan. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 5(1), 1-12.
- Siska, J. (2022). *Pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pt wellindo blast media di kota batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sutisna, S. E. (2002). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Yanto, I. P. I. Y., & Astawa, I. G. P. B. (2024). Analisis kinerja keuangan dengan menggunakan metode economic value added (EVA) pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di bursa efek indonesia (2019-2022). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 14(1), 107-114.



LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN

Kerinci, November 2024

Kepada Yth: Saudara/i

Di –
Tempat

Perihal: Permohonan Pengisian Kuesioner

Assalamu'alaikum wr:wb

Dengan Hormat

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Kerinci, saya memohon kepada saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian skripsi dengan judul **“Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen *Star One Chicken* Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi”**. Untuk itu saya mengharapkan jawaban saudara/i berikan adalah benar-benar sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Apapun jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiannya dan hanya untuk kepentingan penelitian saja.

Adapun ketentuan pengisian kuesioner penelitian sebagai berikut:

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki
3. Usia :
 - a. 17-20 Tahun
 - b. 21-25 Tahun
 - c. 26- 39 Tahun
 - d. > 30 Tahun
4. Jenjang Pendidikan Terakhir:
 - a. Tidak sekolah
 - b. SD

- c. SMP
 - d. SMA/SMK
 - e. Diploma D1/D2/D3
 - f. Sarjana S1
 - g. Pascasarjana S2/S3
5. Jenis Pekerjaan:
- a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Karyawan
 - c. Wirausaha
 - d. PNS/P3K/ASN
 - e. Petani

B. Ketentuan Pengisian Kuesioner

1. Dimohon untuk membaca tiap setiap pertanyaan secara hati-hati dan menjawab dengan lengkap semua pertanyaan
2. Tidak ada jawaban yang salah atau benar dalam pilihan anda, yang penting memilih jawaban sesuai dengan pendapat anda.
3. Pilih salah satu dari lima jawaban yang tersedia untuk pengisian kuesioner.

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

N : Netral (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

4. Berilah tanda (✓) pada jawaban yang anda pilih

Demikian surat permohonan izin ini saya sampaikan, atas kerjasamanya yang baik saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alikum wr.wb

Penulis

Nada Osilia Putri
NIM:2110402007

No		Alternatif Jawaban/skor
----	--	-------------------------



DAFTAR PERNYATAAN

1.Kuesioner Variabel Diskon (X1)

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
No						
Frekuensi		Alternatif Jawaban/skor				
1	Frekuensi diskon yang ditawarkan di star one chicken telago biru siulak mempengaruhi keputusan saya untuk membeli produk mereka.					
2	Saya merasa puas dengan frekuensi diskon yang diberikan oleh star one chicken telago biru siulak.					
Besaran						
3	Besaran diskon yang ditawarkan oleh star one chicken memberikan nilai lebih bagi saya sebagai konsumen					
4	Saya merasa bahwa besaran diskon yang diberikan sesuai dengan kualitas produk saya beli					
Waktu pemberian						
5	Pemberian diskon pada waktu tertentu (seperti tahun baru, bulan ramadan) membuat saya lebih sering berbelanja di star one chicken.					
6	Saya merasa lebih puas dengan pemberian diskon yang diberikan pada waktu yang tepat, seperti saat saya membutuhkan makanan dengan harga terjangkau.					

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Bukti fisik						
1	Kebersihan restoran star one chicken membuat saya merasa nyaman untuk makan disana.					
2	Porsi makanan yang disajikan di star one chicken cukup memadai dan sesuai dengan harga yang dibayar.					
Keandalan						
3	Karyawan di star one chicken selalu memberikan pelayanan yang ramah dan professional.					
4	Saya selalu mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan apa yang dijanjikan (misalnya, layanan yang cepat, perhatian terhadap pesanan).					
Daya tanggap						
5	Proses pemesanan di star one chicken berjalan dengan cepat dan efisien.					
6	Pelayanan yang saya terima di star one chicken selalu cepat dan tidak memakan waktu lama.					
Jaminan						
7	Karyawan di star one chicken selalu menunjukkan sikap profesional dan menguasai produk yang mereka tawarkan					
8	Star one chicken memberikan layanan yang cepat dan tepat sesuai dengan standar yang dijanjikan.					

2.Kuesioner Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban/skor				
		SS	S	N	TS	STS
Perasaan puas						
1	Setiap kali saya berkunjung ke star one chicken, saya merasa puas dengan pelayanan dan					

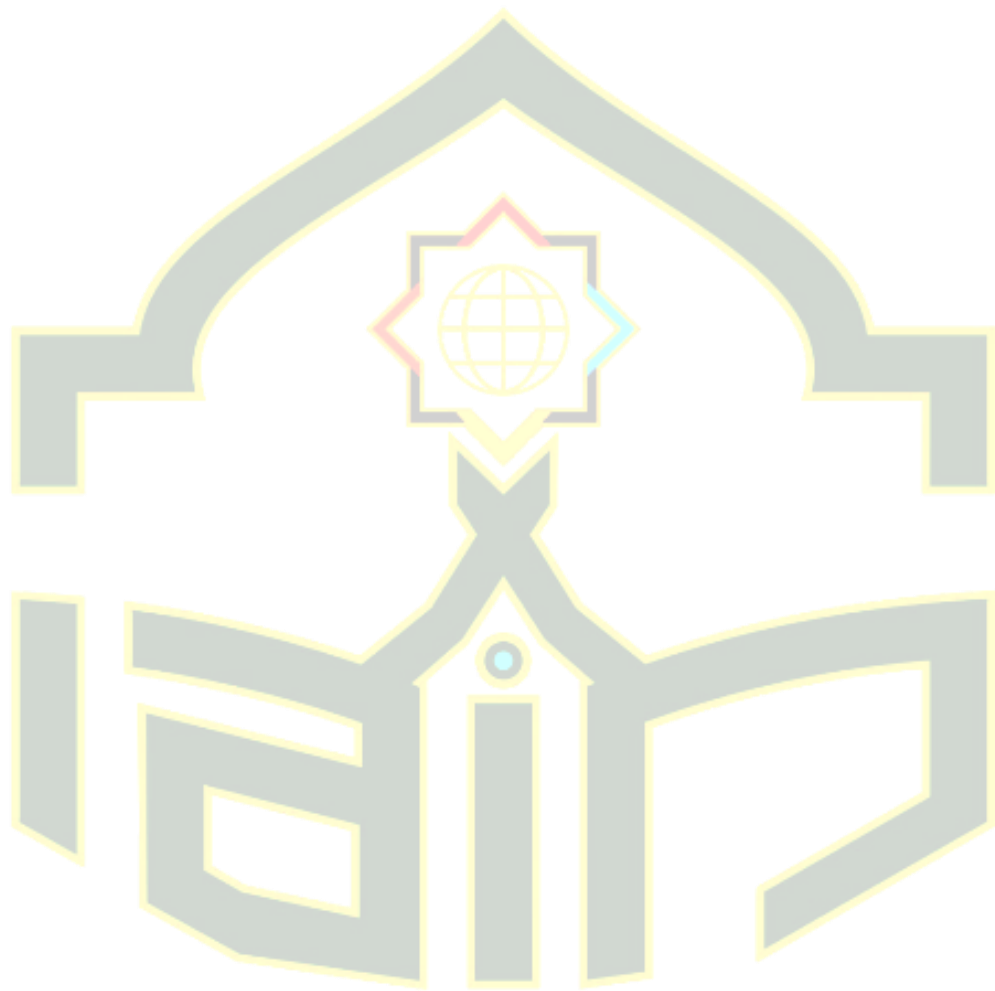
3.Kuesioner Kepuasan Konsumen (Y)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

	produk yang diberikan.					
2	Saya merasa bahwa star one chicken memenuhi atau melebihi harapan saya sebagai pelanggan.					
Terpenuhinya harapan konsumen						
3	Makanan yang saya beli di star one chicken selalu memenuhi harapan saya dalam hal rasa dan kualitas.					
4	Star one chicken selalu menyediakan menu yang sesuai dengan preferensi dan keinginan saya.					
Selalu membeli produk						
5	Saya selalu membeli produk dari star one chicken setiap kali saya ingin menikmati makanan cepat saji.					
6	Setelah mencoba produk di star one chicken, saya merasa tertarik untuk membeli lagi					

No	Diskon (X1)						Total	No	X2.1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6			
1	4	4	4	4	3	3	22	1	4
2	4	4	4	4	3	5	24	2	4
3	1	4	3	2	2	5	17	3	4
4	5	5	4	4	5	5	28	4	4
5	4	5	3	4	5	3	24	5	3
6	4	4	4	2	4	2	20	6	4

Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

LAMPIRAN 2

Tabel r

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

LAMPIRAN 3

Tabel F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05															
df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04	2.00	1.97	1.94	1.91	1.89
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04	2.00	1.96	1.93	1.91	1.88
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03	1.99	1.96	1.93	1.90	1.88
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02	1.98	1.95	1.92	1.89	1.87
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02	1.98	1.94	1.91	1.89	1.86
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01	1.97	1.94	1.91	1.88	1.86
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00	1.96	1.93	1.90	1.87	1.85
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00	1.96	1.92	1.89	1.87	1.84
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00	1.96	1.92	1.89	1.86	1.84
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99	1.95	1.91	1.88	1.86	1.83
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99	1.95	1.91	1.88	1.85	1.83
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98	1.94	1.90	1.87	1.84	1.82
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.87	1.84	1.82
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97	1.93	1.90	1.86	1.84	1.81
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.86	1.83	1.81
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.86	1.83	1.81
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96	1.92	1.89	1.85	1.83	1.80
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96	1.92	1.88	1.85	1.82	1.80
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.80
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.85	1.82	1.79
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.82	1.79
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.87	1.84	1.81	1.79
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.78
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.87	1.83	1.81	1.78
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.81	1.78
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78

LAMPIRAN 4

Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

LAMPIRAN 5

HASIL UJI INSTRUMEN PENELITIAN

1. Hasil Uji Validitas X1 (Diskon)

		Correlations						
		X1	X2	X3	X4	X5	X1.6	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.470**	.506**	.486**	.294*	.287*	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.029	.034	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
X2	Pearson Correlation	.470**	1	.352**	.179	.158	.105	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.191	.248	.447	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
X3	Pearson Correlation	.506**	.352**	1	.527**	.166	.366**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008		.000	.225	.006	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
X4	Pearson Correlation	.486**	.179	.527**	1	.179	.491**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.191	.000		.190	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
X5	Pearson Correlation	.294*	.158	.166	.179	1	.319*	.562**
	Sig. (2-tailed)	.029	.248	.225	.190		.018	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
X6	Pearson Correlation	.287*	.105	.366**	.491**	.319*	1	.648**
	Sig. (2-tailed)	.034	.447	.006	.000	.018		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
TOTAL	Pearson Correlation	.758**	.556**	.732**	.713**	.562**	.648**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

LAMPIRAN 6

2. Uji Validitas X2 (Kualitas Pelayanan)

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL
X1	Pearson Correlation	1	.287 [*]	.288 [*]	.481 ^{**}	.169	.109	-.080	.006	.382 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.034	.033	.000	.218	.429	.562	.964	.004
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X2	Pearson Correlation	.287 [*]	1	.329 [*]	.145	.050	.441 ^{**}	.298 [*]	.388 ^{**}	.505 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.034		.014	.291	.715	.001	.027	.003	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X3	Pearson Correlation	.288 [*]	.329 [*]	1	.469 ^{**}	.407 ^{**}	.458 ^{**}	.374 ^{**}	.368 ^{**}	.688 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.033	.014		.000	.002	.000	.005	.006	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X4	Pearson Correlation	.481 ^{**}	.145	.469 ^{**}	1	.580 ^{**}	.539 ^{**}	.405 ^{**}	.342 [*]	.742 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.291	.000		.000	.000	.002	.011	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X5	Pearson Correlation	.169	.050	.407 ^{**}	.580 ^{**}	1	.516 ^{**}	.444 ^{**}	.437 ^{**}	.694 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.218	.715	.002	.000		.000	.001	.001	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X6	Pearson Correlation	.109	.441 ^{**}	.458 ^{**}	.539 ^{**}	.516 ^{**}	1	.710 ^{**}	.783 ^{**}	.856 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.429	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X7	Pearson Correlation	-.080	.298 [*]	.374 ^{**}	.405 ^{**}	.444 ^{**}	.710 ^{**}	1	.738 ^{**}	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.562	.027	.005	.002	.001	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
X8	Pearson Correlation	.006	.388 ^{**}	.368 ^{**}	.342 [*]	.437 ^{**}	.783 ^{**}	.738 ^{**}	1	.765 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.964	.003	.006	.011	.001	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55
TOTAL	Pearson Correlation	.382 ^{**}	.505 ^{**}	.688 ^{**}	.742 ^{**}	.694 ^{**}	.856 ^{**}	.740 ^{**}	.765 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55	55	55

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 7

3. Hasil Uji Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.159	.237	.149	.072	.160	.529**
	Sig. (2-tailed)		.246	.081	.276	.599	.244	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Y2	Pearson Correlation	.159	1	.226	.281*	.204	.420**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.246		.097	.038	.136	.001	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Y3	Pearson Correlation	.237	.226	1	.189	.146	.329*	.539**
	Sig. (2-tailed)	.081	.097		.168	.286	.014	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Y4	Pearson Correlation	.149	.281*	.189	1	.086	.243	.493**
	Sig. (2-tailed)	.276	.038	.168		.533	.074	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Y5	Pearson Correlation	.072	.204	.146	.086	1	.580**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.599	.136	.286	.533		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
Y6	Pearson Correlation	.160	.420**	.329*	.243	.580**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.244	.001	.014	.074	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55	55
TOTAL	Pearson Correlation	.529**	.620**	.539**	.493**	.625**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55	55

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI

LAMPIRAN 8**4. Reliabilitas X1 (Diskon)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.738	6

5. Reliabilitas X2 (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	8

6. Reliabilitas Y (Kepuasan Konsumen)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.635	6

LAMPIRAN 9

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

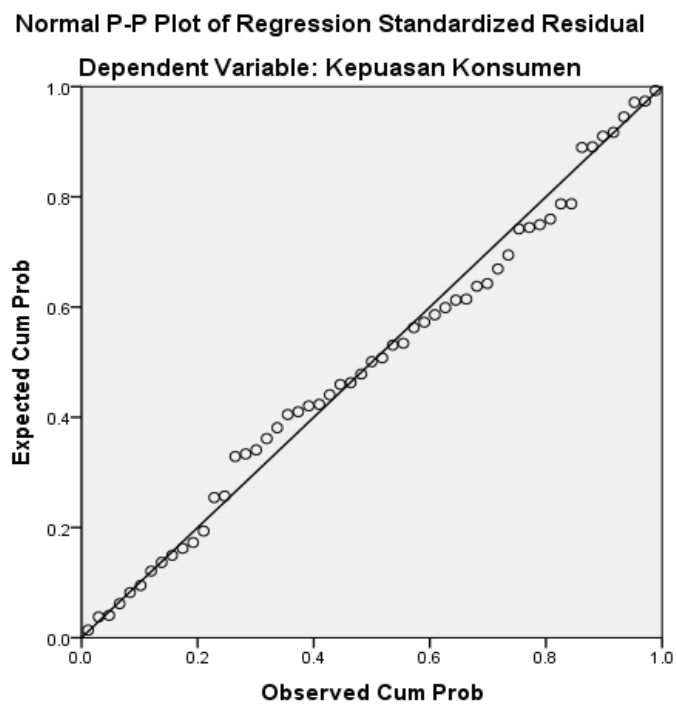
1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.35488760
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.064
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.528
Asymp. Sig. (2-tailed)		.943

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



LAMPIRAN 10

2. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	9.481	2.499		3.794	.000		
1 Diskon	.235	.117	.256	2.013	.049	.776	1.288
Kualitas Pelayanan	.262	.079	.422	3.312	.002	.776	1.288

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

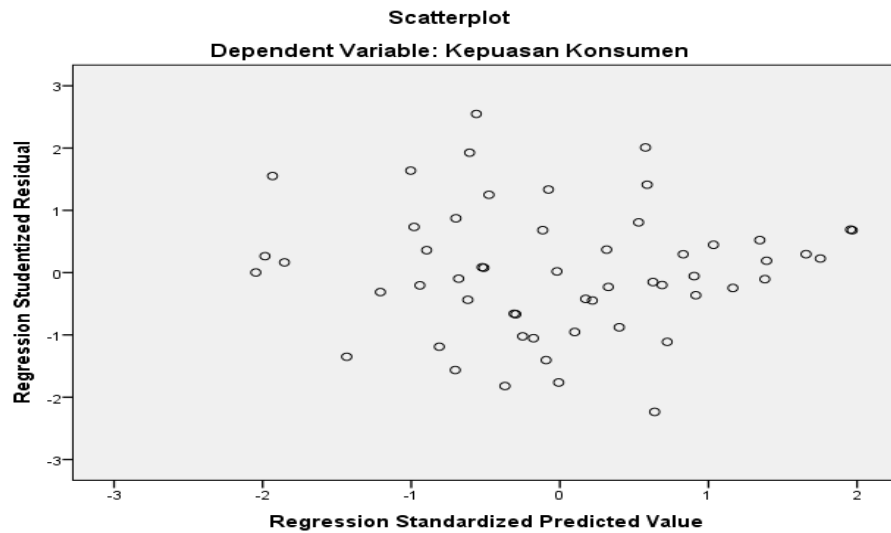
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.790	1.539		3.113	.003
1 Diskon	-.139	.072	-.293	-1.932	.059
Kualitas Pelayanan	.027	.049	.084	.554	.582

a. Dependent Variable: Abs_RES

3. Uji Heteroskedastisitas

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI



LAMPIRAN 11

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.481	2.499		3.794	.000
1 Diskon	.235	.117	.256	2.013	.049
Kualitas Pelayanan	.262	.079	.422	3.312	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

HASIL UJI HIPOTESIS

1. U

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9.481	2.499		3.794	.000
1 Diskon	.235	.117	.256	2.013	.049
Kualitas Pelayanan	.262	.079	.422	3.312	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

cara Parsial (T)

2. U

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	321.197	2	160.599	13.740	.000 ^b
Residual	607.785	52	11.688		
Total	928.982	54			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Diskon

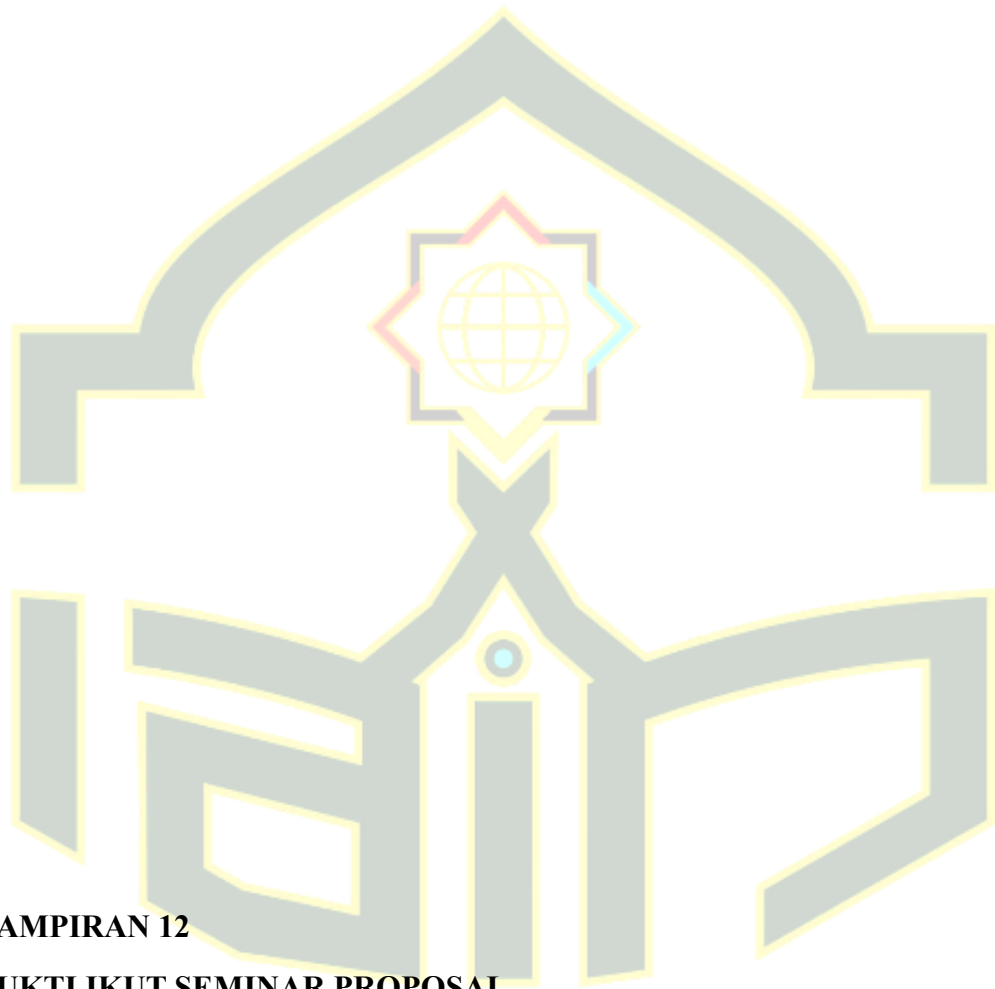
cara Simultan (F)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.588 ^a	.346	.321	3.41880

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Diskon

3. Koefisien Determinasi (R^2)



LAMPIRAN 12

BUKTI IKUT SEMINAR PROPOSAL

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 JURUSAN EKONOMI SYARIAH

Jl. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
 Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id email: info@iainkerinci.ac.id

BUKTI MENGIKUTI SEMINAR PROPOSAL

Nama Mahasiswa : NADA OSILIA PUTRI
 NIM : 2110402007
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Semester : VI (ENAM)

No	Hari, Tanggal, Tempat	Nama Mahasiswa	Judul	Tanda Tangan Penguji	
				Penguji ke-1	Penguji ke-2
1	Selasa 21-05-24	Mohammad Nizam	Percin Petani Perum- puan dalam menong kutkan pendapatan keluarga swak kasus desa simpang empat kec. danau kerinci.		
2	Selasa 21-05-24	MHD Adli Hasim	Mekanisme Penetapan harga dalam fundam an Islam (Studi Kasus di pasar minggu dusun baru Tanjung tanah.		
3	Selasa 21-05-24	Gusmeta puspa	Analisis tingkat keseha tan bank dengan menggunakan metode de RB/EI Ad bank victoria syariah tahun 2015-2018		
4	Selasa 21-05-24	IKH ARUL Fashah	Analisis Prioritas Penerimaan 2 zakat di Baznas Kota sungai penuh.		
5	Selasa 21-05-24	sulthon	Strategi bank Mandiri Kantor Cabang Sungai Penuh Menghadapi Persaingan dalam minat nawabah.		

Sungai Penuh, 2024
 Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Suci Mahabbati, M.H
 NIP 19901221 201801 2 002

LAMPIRAN 13

SK PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
 Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail : info@iainkerinci.ac.id

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
Nomor : In.31/D.1.4/PP.00.9/ 175.167/SK/2024

TENTANG

PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL
TAHUN AKADEMIK 2024-2025

- Menimbang** : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci untuk menjadi pembimbing.
- Mengingat** : 1. Keputusan Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2017 tentang Statuta IAIN Kerinci;
 2. Peraturan Menteri Agama Nomor 48 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kerinci;
 3. Surat Rektor IAIN Kerinci Nomor B-732/In.31/R.1/KP/00.1/07/2024, tanggal 01 Juli 2024, Perihal : Penyesuaian SK Pembimbing Tugas Akhir dan Ujian Komprehensif.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

KESATU : Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama : **Dr. Ronal Regen, M.M**
 NIP : 19811020 200604 1 005
 Pangkat/Golongan Ruang : Pembina Tk. I/ IV b
 Jabatan : Dosen

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir:

Nama : **NADA OSILIA PUTRI**
 NIM : 2110402007
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Topik/Judul : Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Star One Chicken Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Sungai Penuh
 Pada tanggal, 25 Oktober 2024

DEKAN,



Dr. EKA PUTRA, S.H., M.Pd.
 NIP.196412252000031007

Tembusan:

1. Rektor IAIN Kerinci (sebagai laporan);
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
3. Dosen Pembimbing;
4. Mahasiswa Bimbingan.

LAMPIRAN 14

SURAT PENELITIAN DARI KESBANGPOL



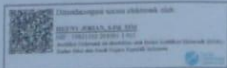
PEMERINTAH KABUPATEN KERINCI
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK
 Komplek Perkantoran Bukit Tengah, Siulak Kode Pos 37162
 Pos-el Kesbangpolkabupatenkerinci@gmail.com Web Kesbangpol.kerincikab.go.id

REKOMENDASI IZIN PENELITIAN
 Nomor : 200.1.3/ 071 /Kesbang-Pol/01/2025

Membaca	:	Surat dari	: IAIN-KERINCI	Nomor	: In.31/D.4/PP.00.9/410.151/2024
	:	Tanggal	: 14 Oktober 2024	Perihal	: Izin Penelitian
Mengingat	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Undang-undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi; 2. Peraturan Pemerintah Nomor 41 Tahun 2006 tentang Perizinan Melakukan Penelitian dan Pengembangan Bagi Perguruan Tinggi Asing, Lembaga Penelitian dan Pengembangan Asing, Badan Usaha Asing dan Organisasi Asing; 3. Peraturan menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian; 4. Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2009 tentang Pembentukan Organisasi Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten kerinci sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2013 tentang Perubahan ketiga atas Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 2009 tentang Pembentukan, Organisasi dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kabupaten Kerinci; 5. Peraturan Bupati Nomor 6 Tahun 2014 tentang Uraian Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kabupaten Kerinci. 			
Memperhatikan	:	Proposal yang bersangkutan			
Memberikan izin kepada	:	Nomor Urut	: 071		
	:	Nama	: NADA OSILIA PUTRI		
	:	NIM / NPM	: 2110402007		
	:	Agama	: ISLAM		
	:	Pekerjaan	: Mahasiswi		
	:	Fakultas/Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah		
	:	Kebangsaan	: INDONESIA		
	:	No HP	: 0852 6405 2509		
	:	Alamat	: Desa Siulak Kecil Hilir Kec. Siulak		
Untuk	:	Mengadakan Penelitian			
Judul	:	PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STAR ONE CHIKEN CABANG TELAGO BIRU SIULAK KABUPATEN KERINCI PROVINSI JAMBI			
Tempat Penelitian	:	Telago Biru Siulak			
Waktu	:	30 Januari s/d 07 Maret 2025			
Dengan Ketentuan	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelum melakukan Penelitian terlebih dahulu melaporkan kepada Kaban/Kadis/Kakan/Instansi yang bersangkutan untuk mendapat petunjuk seperlunya. 2. Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan dan adat istiadat yang berlaku ditempat penelitian. 3. Tidak dibenarkan melakukan penelitian yang tidak ada kaitannya dengan Judul Penelitian dimaksud. 4. Laporan Hasil Penelitian disampaikan kepada Bupati Kerinci melalui Badan Kesbangpol Kabupaten Kerinci dan disampaikan kepada OPD dan atau Lembaga yang menjadi Objek Penelitiannya. 5. Tidak menggunakan Surat Rekomendasi Izin Penelitian ini untuk tujuan tertentu yang dapat mengganggu kestabilan Pemerintah. 6. Tetap patuh dan mentaati protokol kesehatan selama melaksanakan penelitian. 7. Surat Rekomendasi Izin Penelitian ini akan dicabut kembali apabila pemegangnya tidak mentaati ketentuan tersebut diatas. 			

Demikianlah untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

BUKIT TENGAH, 30 Januari 2025/ 30 Rajab 1446 H
 An. **KEPALA BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**
KABUPATEN KERINCI
Kabid Kewaspadaan Nasional dan Penanganan Konflik



Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bapak Bupati Kerinci (sebagai laporan)
2. Sdr. Kepala Desa Telago Biru Siulak
3. Sdr. Pengelola Star One Chiken Cabang Telago Biru
4. Sdr. Yang bersangkutan

LAMPIRAN 15

DOKUMENTASI PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN



DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



A. Identitas Diri

Nama : NADA OSILIA PUTRI
Tempat/Tgl. Lahir : Siulak Kecil Hilir, 12-Oktober-2002
NIM : 2110402007
Alamat : Siulak Kecil Hilir
No. WA : 085264052509
Nama Ayah : Samsir
Nama Ibu : Neli

B. Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal
SD, Tahun Lulus : SDN, 45/III Siulak Kecil Hilir, 2015
SMP, Tahun Lulus : SMPN, 34 Kerinci, Siulak Gedang, 2018
SMAN, Tahun Lulus : SMAN, 4 Kerinci, Tutung Bungkok, 2021

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
KERINCI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) KERINCI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Pelita IV Kota Sungai Penuh Fax. (0748) – 22114 Telp. 0748 – 21065
 Kode Pos 37112 Website: www.iainkerinci.ac.id e-mail : info@iainkerinci.ac.id

KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
Nomor : In.31/D.1.4/PP.00.9/ 175.167/SK/2024

TENTANG
PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR SEMESTER GANJIL
TAHUN AKADEMIK 2024-2025

Menimbang : Bahwa untuk memperlancar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam membuat Skripsi/Tugas Akhir, maka perlu menetapkan dosen-dosen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kerinci untuk menjadi pembimbing.

Mengingat : 1. Keputusan Menteri Agama Nomor 12 Tahun 2017 tentang Statuta IAIN Kerinci;
 2. Peraturan Menteri Agama Nomor 48 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Kerinci;
 3. Surat Rektor IAIN Kerinci Nomor B-732/In.31/R.1/KP/00.1/07/2024, tanggal 01 Juli 2024, Perihal : Penyesuaian SK Pembimbing Tugas Akhir dan Ujian Komprehensif.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :
KESATU : Menunjuk dan menugaskan kepada:

Nama : **Dr. Ronal Regen, M.M**
 NIP : 19811020 200604 1 005
 Pangkat/Golongan Ruang : Pembina Tk. I/ IV b
 Jabatan : Dosen

Untuk membimbing mahasiswa penyusun skripsi/Tugas Akhir:

Nama : **NADA OSILIA PUTRI**
 NIM : 2110402007
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Topik/Judul : Pengaruh Diskon dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Star One Chicken Cabang Telago Biru Siulak Kabupaten Kerinci Provinsi Jambi

KEDUA : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di Sungai Penuh
 Pada tanggal, 25 Oktober 2024

DEKAN,


Dr. EKA PUTRA, S.H., M.PdI.
 NIP.196412252000031007

Tembusan:

1. Rektor IAIN Kerinci (sebagai laporan);
2. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
3. Dosen Pembimbing;
4. Mahasiswa Bimbingan.

LAMPIRAN : JADWAL UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KERINCI
 NOMOR : In.31/D.1.4/PP.00.9/123/2025
 Hari : KAMIS
 Tanggal : 08 Mei 2025
 Tempat : RUANG MUNAQASAH (B) FEBI

Jam Ke-	NAMA	NIM	SMT	Prodi	JUDUL SKRIPSI	Tim Penguji	
						Pengujil	Jabatan
1	MELINDA PUTRI	2110402015	VIII	EKONOMI SYARIAH	KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND JINGGA DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI KASUS DILALUNA STORE KECAMATAN SIULAK)	1 DAFIAR SYARIF, M.E. 2 ARIDEM VINTONI, S.Pd., M.Pd 3 TIARA, M.Si 4 DAFIAR SYARIF, M.E. 5 DEBBY ERIENTI PUTRI, M.Pd	Ketua Pengujil 1 Pengujil 2 Pembimbing Sekretaris
2	NADA OSILIA PUTRI	2110402007	VIII	EKONOMI SYARIAH	PENGARUH DISKON DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN STAR ONE CHICKEN CABANG TELAGO BIRU SIULAK KABUPATEN KERINCI PROVINSI JAMBI	1 Dr. RONAL REGEN, S.E., M.Si 2 ELEX SARMIGI, M.Si 3 DAFIAR SYARIF, M.E. 4 Dr. RONAL REGEN, S.E., M.Si 5 DEBBY ERIENTI PUTRI, M.Pd	Ketua Pengujil 1 Pengujil 2 Pembimbing Sekretaris
3	LUSIA SRI UTAMI	2110402072	VIII	EKONOMI SYARIAH	PENGARUH HARGA, KUALITAS DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THRIFTING MELALUI E-COMMERCE PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN	1 Dr. YUSERIZAL BUSTAMI, M.A 2 Dr. JAFAR AHMAD, S.Ag., M.Si 3 SYAFRUL ANTONI, M.Si 4 Dr. YUSERIZAL BUSTAMI, M.A 5 DEBBY ERIENTI PUTRI, M.Pd	Ketua Pengujil 1 Pengujil 2 Pembimbing Sekretaris
4	SHINTA	2110402013	VIII	EKONOMI SYARIAH	STRATEGI PENGELOLAAN RISIKO HARGA KARET UNTUK MENINGKATKAN STABILITAS PENDAPATAN PETANI DI DESA KEMANTAN HILIR	1 H. SAM SUL BAHRY HARAHAP, Lc., 2 Drs. BUSTAMI, MA 3 H. AHMAD YANI, S.E., M.Si 4 H. SAM SUL BAHRY HARAHAP, Lc., 5 DEBBY ERIENTI PUTRI, M.Pd	Ketua Pengujil 1 Pengujil 2 Pembimbing Sekretaris

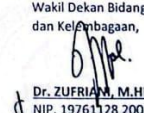
Catatan :

- Dosen dan Mahasiswa hadir 15 menit sebelum ujian dimulai
- Mahasiswa mengenakan pakaian ujian (hitam-putih, jas almamater)
- Setelah ujian dilaksanakan Penguji langsung menyerahkan nilai ke akademik

Sungai Penuh, 05 Mei 2025

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Akademik Akademik dan Kelembagaan,



Dr. ZULFRIANI, M.Hi
NIP. 19761128 200312 2 001

