

**PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS  
PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN JILBAB RABBANI TOKO AZERIN  
DESA PONDOK BERINGIN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Serjana Ekonomi**



Disusun oleh :  
**AFNITA SAFITRI**  
**NPM : 1810061201101**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SUNGAI PENUH  
2022**

# **PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JILBAB RABBANI TOKO AZERIN DESA PONDOK BERINGIN**

Afnita Safitri  
Pembimbing Melifia Liantifa, S.P., M.Si  
Program Studi Manajemen  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin baik secara persial maupun simultan serta besar pengaruhnya. Sampel penelitian ini adalah 80 orang Konsumen Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin. Pengumpulan Data menggunakan metode kuesioner atau angket. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Regresi Linear Berganda, Koefisien Determinasi serta uji hipotesis yang digunakan adalah Uji t dan Uji F. Hasil Penelitian Kepercayaan Merek Berpengaruh Signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,355 > 1,992$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,001 < 0,05$  dengan besar pengaruh adalah 17,53%. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,914 > 1,992$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,05$  dengan besar pengaruh adalah 23,45%. Promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin, ini dibuktikan dengan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,508 < 1,992$ ) serta dengan nilai signifikansi =  $0,613 > 0,05$  dengan besar pengaruh adalah 2,49%. Secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Jilbab Rabbani Toko Azerin Desa Pondok Beringin, dapat dibuktikan dengan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19,491 > 2,72$ ), serta dengan nilai signifikansi =  $0,000 < 0,05$  dengan besar pengaruh adalah 43,5%.

**Kata Kunci : Kepercayaan Merek, Kualitas Pelayanan , Promosi Kepuasan Pelanggan**