

ABSTRAK

Sitti Nurhasanah. NIM 20.2.21.037. *Pengaruh Merchandise dan Diskon Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Buku di Rumah Sita Bookstore Sangatta Utara Tahun 2024*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah STAI Sangatta Kutai Timur. Dibimbing oleh Eko Nursalim, M.S.I selaku pembimbing I dan Totok Adhi Prasetyo, M.M selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *merchandise* dan diskon terhadap kepuasan konsumen dalam membeli buku di Rumah Sita *Bookstore* tahun 2024.

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yang saling melengkapi satu sama lainnya, yaitu teknik angket untuk mendapatkan data penelitian dengan cara penskoran dari responden, kemudian teknik observasi untuk mengamati secara langsung kegiatan yang berlangsung di toko, lalu teknik dokumentasi untuk mendapatkan beberapa data pendukung yang juga diperlukan dalam penelitian ini. Populasi dalam penelitian ini adalah 100 responden yang merupakan *customers* Rumah Sita *Bookstore* pada tahun 2024. Selanjutnya untuk menganalisa data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Uji T variabel *Merchandise* (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $5,523 > t_{tabel}$ 1,98472, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X_1 terhadap Y . Kemudian variabel Diskon (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3,580 > t_{tabel}$ sebesar 1,98472 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, maka hipotesis dari variabel Diskon diterima yang berarti terdapat pengaruh X_2 terhadap Y . Dari hasil Uji F menunjukkan signifikansi 0,000. F_{hitung} 63,155 $> F_{tabel}$ 3,09. Jadi, *Merchandise* dan Diskon, secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dalam membeli buku di rumah Sita *Bookstore* Sangatta di Sangatta Kutai Timur. Setelah dihitung koefisien determinannya meperoleh nilai sebesar 0,566. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen sebesar 56,6% sedangkan sisanya 43,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Merchandise*, Diskon, Kepuasan Konsumen.