

ABSTRAK

Nama : Yulia Tasya
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Kepuasan Konsumen Terhadap Pengalihan Uang
Kembalian Perspektif Etika Bisnis Islam Di
Minimarket Indomaret Aceh Utara

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji tingkat kepuasan konsumen terhadap praktik pengalihan uang kembalian. Pendekatan yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Sampel dalam penelitian ini terdiri dari 80 responden yang merupakan konsumen di Indomaret Matangkuli. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang berisi sejumlah pernyataan dan dibagikan langsung kepada konsumen. Pengukuran jawaban responden menggunakan skala Likert. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS (Statistical Program for Social Science). Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengalihan uang kembalian, dengan nilai t_{hitung} sebesar 14.824 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1.664, serta nilai signifikansi di bawah 0.05. Dengan demikian, hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat kepuasan konsumen berperan dalam mendorong kesediaan mereka terhadap pengalihan uang kembalian

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Pengalihan Uang Kembalian, Etika Bisnis Islam, Aceh Utara

ABSTRACT

Nama : Yulia Tasya
Study Program : Islamic Economics
Title : Consumer Satisfaction with Change Transfer from an Islamic Business Ethics Perspective at Indomaret Minimarket in North Aceh

This study was conducted with the aim of assessing the level of consumer satisfaction with the practice of transferring change. The approach used was a quantitative method with a simple linear regression analysis technique. The sample in this study consisted of 80 respondents who were consumers at Indomaret Matangkuli. Data were collected through the distribution of questionnaires containing a number of statements and distributed directly to consumers. Respondents' answers were measured using a Likert scale. Data processing was carried out using statistical software SPSS (Statistical Program for Social Science). Based on the analysis results, it was found that consumer satisfaction has a positive and significant influence on the transfer of change, with a calculated t value of 14,824 which is greater than the t table of 1,664, and a significance value below 0.05. Thus, the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_a) is accepted. These findings indicate that the level of consumer satisfaction plays a role in encouraging their willingness to transfer change.

Keywords: *Consumer Satisfaction, Change Transfer, Islamic Business Ethics, North Aceh*