

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN
SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)**

Oleh :

**SELVIA YESTA UTAMI
NPM. 14119374**



**Jurusan Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440/2019 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:
SELVIA YESTA UTAMI
NPM.14119374

Pembimbing 1 : Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag.
Pembimbing II : Esty Apridasari, M.Si

Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1440 H / 2019 M

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN
SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi
Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)

Nama : Selvia Yesta Utami

NPM : 14119374

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah kami setujui untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Metro, 10 Desember 2018
Pembimbing II



Esty Apriadasari, M.Si.
NIP. 19880427 201503 2 005



KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 0245 /ln. 28.3 /D / PP.00.9 / 01 / 2019

Skripsi dengan judul: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro), disusun oleh: Selvia Yesta Utami, NPM 14119374, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 03 Januari 2019

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag

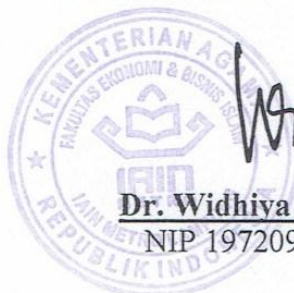
Penguji I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH

Penguji II : Esty Apridasari, M.Si

Sekretaris : Nawang Wulandari, M.Pd.I

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP 19720923 200003 2 002

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : Pengajuan Dimunaqosyah

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudara:

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN
SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (Studi
Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan.

Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pembimbing I



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Metro, 10 Desember 2018
Pembimbing II



Esty Apridasari, M.Si.
NIP. 19880427 201503 2 005

ABSTRAK
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)

Oleh:
SELVIA YESTA UTAMI

Perusahaan seluler merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menuntut manusia untuk mengikuti laju pertumbuhan tersebut terutama yang bergerak dalam usaha jasa. Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting terhadap konsumen. Kualitas pelayan yang diharapkan mampu mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen sehingga menciptakan kepuasan konsumen. Hasil penelitian kuantitatif ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan peneliti tentang apakah kualitas pelayanan perusahaan seluler berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan perhitungan berdasarkan data statistik dalam bentuk jumlah atau angka-angka. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen. Sementara sampel dalam penelitian ini berjumlah 86 Mahasiswa yang menggunakan kartu seluler bermerek Indosat, Telkomsel, Axis dan Tri. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Purposive Sampling*. Alat analisis data dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, serta uji hipotesis yang meliputi analisis regresi linear sederhana dan uji t.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana dan uji t, maka didapat nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (x) sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan seluler. Sedangkan hasil uji t menunjukkan bahwa dalam perhitungan uji t diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ($4,839 > 1,988$) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan hipotesis alternatif diterima maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (y).

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Desember 2018

Yang Menyatakan



Selvia Yesta Utami

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ

حَمِيدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.¹
(Q.S. Al-Baqarah[2] : [267])

¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Special For Women*, (Bogor: Syamil Al-Quran, 2007), h. 45.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT. yang Maha Pengasih dan Penyayang, maka dengan cinta dan ketulusan hati karya ini ku persembahkan kepada:

1. Ibunda tercinta Yulisnawati dan Ayahanda Samsili, Terima kasih atas seluruh kasih sayang, ilmu, dukungan serta doa yang telah diberikan sehingga menjadikanku wanita yang mandiri dan insya Allah dapat membanggakan kalian.
2. Kedua adikku Reza Gusniawan dan Tiara Monicka, Terima kasih telah memberikan dukungan dan do'a.
3. Abang Adi Pabara, terima kasih telah menemani dari awal hingga akhir.
4. Dosen Pembimbing Ibu Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag dan Ibu Esty Apridasari, M.Si. yang senantiasa memberikan ilmu, arahan dan bimbingan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamaterku Tercinta IAIN Metro

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. atas taufik dan hidayah-nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro), skripsi ini adalah bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini, peneliti secara khusus mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr.Hj. Enizar, M.Ag, Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Ibu Dra. Hj. Siti Nurjanah,M.Ag dan Ibu Esty Apridasari,M.Si pembimbing yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.
5. Kedua orang tuaku, Ibunda Yulisnawati dan Ayahanda Samsili, terima kasih atas seluruh kasih sayang, didikan, dukungan, motivasi serta do'a yang telah diberikan sehingga menjadikanku wanita yang kuat dan mandiri.
6. Kedua adik ku, Reza Gusniawan dan Tiara Monicka, terima kasih telah memberikan dukungan dan do'a.

8. Sahabatku tersayang di KB ESY D, Friti, Ambar, Riska, Ida, Eli, Yunara, Aini, Yunia, Rahma, Dinda, Ebit, Ramadan, Pepep, Nadia, Yanti, Mareta, Dila, Ratna, Ipeh, Tika, Ayuana, Siami, Chinanti, Maya, Sherly, Desi, Novi, Iin, Vicky, Eva, Adi, Feri, Andika, Fadli, Januar, yang telah memberikan canda tawa suka dan duka selama perkuliahan. Terima kasih kebersamaannya selama ini semoga kita tetap menjadi KB ESY D sampai kelak kita menjadi orang yang sukses.

Metro, 10 Desember 2018

Peneliti,



Selvia Yesta Utami

NPM: 14119374

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Pertanyaan Penelitian	8
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
F. Penelitian Relevan.....	9

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan	12
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	13
3. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	16
B. Kepuasan Konsumen.....	17
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	17
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	19
3. Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	20
C. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan.....	21
D. Kerangka Berfikir dan Paradigma.....	22
E. Hipotesis Penelitian.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian.....	25
B. Definisi Operasional Variabel.....	26
C. Populasi, Ssampel dan Teknik Pengambilan Sampel	28
D. Metode Pengumpulan Data	32
E. Instrumen Penelitian.....	35
F. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	40
1. Gambaran Umum IAIN Metro	40
a. Sejarah Singkat IAIN Metro.....	40
b. Visi Misi IAIN Metro.....	44
2. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
Jurusan Ekonomi Syariah	45
a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
Jurusan Ekonomi Syariah.....	45
b. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan	
Ekonomi Syariah	46
3. Gambaran Umum Responden.....	47
1. Responden Menurut Jenis Kelamin.....	48
2. Responden Menurut Semester.....	49
3. Responden Menurut Pengguna Kartu Seluler	50
B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	50
1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan	50
2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen.....	57
C. Hasil Analisis Data.....	63
1. Uji Validitas.....	63
2. Uji Reabilitas	65
3. Analisis Regresi Sederhana	66
4. Pengujian Hipotesis	67

D. Pembahasan.....	69
--------------------	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
--------------------	----

B. Saran.....	75
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Bimbingan
2. Alat Pengumpulan Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Kartu Konsultasi
7. Hasil Penarikan Angket
8. Hasil Perhitungan Uji Validitas
9. Hasil Perhitungan Uji Reabilitas
10. Hasil Perhitungan Regresi Linear Sederhana
11. Distribusi t tabel
12. Foto Penelitian
13. Riwayat Hidup

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Populasi Mahasiswa Ekonomi Syariah.....	28
Tabel 2 Jumlah Pengguna Kartu Seluler.....	31
Tabel 3 Jumlah Butir Pertanyaan dari masing-masing Indikator.....	36
Tabel 4 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 5 Gambaran Responden Berdasarkan Semester.....	49
Tabel 6 Gambaran Responden Berdasarkan Pengguna Kartu Seluler	50
Tabel 7 Tanggapan Responden Terhadap Kejujuran Karyawan.....	51
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Pendataan secara Tepat	51
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan	52
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Respon Baik	53
Tabel 11 Tanggapan Responden Terhadap Jaminan Data	53
Tabel 12 Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Karyawan	54
Tabel 13 Tanggapan Responden Terhadap Keramahan Karyawan	55
Tabel 14 Tanggapan Responden Terhadap Kejelasan Informasi.....	55
Tabel 15 Tanggapan Responden Terhadap Penataan Interior.....	56
Tabel 16 Tanggapan Responden Terhadap Profesional Karyawan	56
Tabel 17 Tanggapan Responden Terhadap Jaringan dimana saja	57
Tabel 18 Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Jaringan 4G	58
Tabel 19 Tanggapan Responden Terhadap Fitur Kartu Seluler.....	58
Tabel 20 Tanggapan Responden Terhadap Layanan Online	59
Tabel 21 Tanggapan Responden Terhadap Profesionalitas Karyawan.....	60
Tabel 22 Tanggapan Responden Terhadap Layanan Baik.....	60
Tabel 23 Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan yang Sopan.....	61

Tabel 24 Tanggapan Responden Terhadap Kesesuaian Harga	62
Tabel 25 Tanggapan Responden Terhadap Karyawan Cepat Tanggap	62
Tabel 26 Tanggapan Responden Terhadap Produk Kualitas Tinggi	63
Tabel 27 Hasil Uji Validitas.....	64
Tabel 28 Hasil Uji Reabilitas	65
Tabel 29 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kualitas di era globalisasi dipandang sebagai salah satu hal penting dalam perusahaan jasa untuk mencapai keunggulan yang kompetitif dengan perusahaan pesaing. Kualitas merupakan penentu dalam pemilihan produk atau jasa bagi konsumen. Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menuntut manusia untuk mengikuti laju pertumbuhan tersebut terutama yang bergerak dalam usaha jasa.

Kotler dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah mendefinisikan pelayanan sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu.²

Dewasa ini, seiring dengan perkembangan teknologi telah begitu banyak alat-alat komunikasi khususnya pada handphone yang beraneka ragam modelnya dan bahkan sebagian masyarakat telah memilikinya. Untuk melakukan komunikasi menggunakan handphone maka diperlukan suatu kartu. Kartu yang digunakan beraneka ragam merek dari perusahaan seluler masing-masing.

² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 93.

Perusahaan seluler merupakan badan usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa telekomunikasi yang diharapkan mampu mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen. Saat ini Indonesia mempunyai 7 operator seluler yaitu PT Hutchison 3 Indonesia, PT XL Axiata, PT Indosat, PT Sampoerna Telekomunikasi Indonesia (Ceria), PT Telekomunikasi Seluler, PT Smartfren, dan PT Bakrie Telecom³. Operator seluler tersebut merupakan perusahaan jasa, dengan beragam jenis operator seluler tersebut tentu memiliki pelayanan yang berbeda dari setiap perusahaan.

Faktor yang paling penting diperhatikan oleh perusahaan jasa adalah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumennya. Menurut Lewis dan Booms dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, konsumen yang akan menilai tingkat kualitas layanan sebuah perusahaan.⁴

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan memberikan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267, yang berbunyi :

³ *Kominfo.go.id*, 1 oktober 2018.

⁴ Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi offset, 2011), h. 180.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ
وَلَا تَيْمَمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَن تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ
اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿١٧٧﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji⁵.

Tafsir ayat di atas yaitu Tuhan memerintahkan untuk menafkahkan harta dengan memilih yang bermutu (kualitas) baik, bukan dipilih dari harta berkualitas rendah, baik berupa uang, barang dagangan, binatang atau hasil bumi. Kemudian Allah kembali memberikan tekanan tentang harta yang akan dinafkahkan, janganlah memilih harta yang buruk-buruk melainkan pilihlah harta yang baik. Harta yang kita dapatkan dari usaha dengan tenaga fisik atau pikiran⁶.

Berdasarkan tafsir tersebut dapat dipahami bahwa apabila memberikan barang atau jasa kepada orang lain maka harus terlebih dahulu memperhatikan kualitas dari barang atau jasa tersebut. Jika telah memperhatikan kualitasnya maka berikanlah sesuai yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.

⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Special For Women*, (Bogor: Syamil Al-Quran, 2007), h. 45.

⁶ Teungku Muhammad Hasbi Ash-Syaddieqy, *Tafsir Al-Quran Majid An-Nuur*, (Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000), h.471.

Selain itu perusahaan penyedia jasa harus selalu dapat mengikuti perkembangan zaman dengan secara terus menerus meningkatkan kualitas pelayanannya supaya konsumen yang memakai dan menggunakan jasa tetap mendapatkan kepuasan. Kepuasan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, menjadi dasar bagi pembelian ulang dan dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Menurut Kotler dalam Molden Erlando kepuasan adalah mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, konsumen tidak puas dan kecewa.⁷ Sementara Kertajaya dalam Molden Erlando mengemukakan bahwa konsumen yang puas pasti akan mempunyai tingkat loyalitas yang tinggi terhadap produk dibandingkan dengan pelanggan yang tidak puas.⁸ Sehingga kepuasan konsumen akan tercapai jika persepsi konsumen terhadap kinerja produk yang riil sama dengan kinerja produk yang diharapkan.

Pada dasarnya, pengertian kepuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan dan jasa pelayanan yang dirasakan. Jadi pengertian kepuasan konsumen berarti bahwa pelayanan suatu perusahaan penyedia jasa sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan

⁷ Molden Elrado H, Srikandi kumadji, Edy Yulianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepercayaan dan Loyalitas", dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15,No.2, Oktober 2014, h. 2.

⁸ *Ibid.*

konsumen. Mengingat konsumen pengguna jasa seluler sangat banyak dalam kalangan Mahasiswa Ekonomi Syariah sehingga populasi yang peneliti ambil untuk kelanjutan penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan tahun 2015 sampai dengan 2017 .

Berdasarkan hasil pra survei, wawancara yang dilakukan peneliti dengan Eli Muna mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Metro, menyatakan bahwa pernah mengalami kehilangan pulsa dan tidak merasa berlangganan konten apapun, sehingga melakukan keluhan secara online menggunakan twitter dengan pihak perusahaan penyedia kartu seluler yang gunakan. Setelah melakukan keluhan pulsa yang hilang dikembalikan oleh pihak penyedia layanan.⁹

Sementara pendapat lain dikatakan oleh Nadia Almas mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Metro, menyatakan bahwa pernah membeli kartu seluler di suatu daerah tempat tinggalnya, namun kartu seluler tersebut tidak dapat digunakan di daerah lain, serta pernah membeli kartu yang tidak dapat diregistrasi mencoba berkali-kali untuk diregistrasi namun tetap tidak bisa menurutnya pada saat itu banyak konsumen yang mengeluh akan masalah tidak dapat meregistrasi kartu tersebut. Kemudian pihak konter penyedia kartu tersebut mengembalikan uang konsumen yang mengeluh sebab tidak dapat meregistrasi.¹⁰

⁹ Wawancara dengan Eli Muna Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, pada 22 September 2018.

¹⁰ Wawancara dengan Nadia Almas Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah , pada 22 september 2018.

Pernyataan selanjutnya disampaikan oleh Derlia Nita Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, menyatakan bahwa menggunakan layanan operator seluler bermerek Telkomsel mempunyai kualitas pelayanan yang bagus sinyal kuat ada dimana-mana sangat membantu jika sedang berada di kampung dan layanan internetnya sangat bagus, namun untuk harga telkomsel dikatakan mahal dibandingkan dengan merek lain.¹¹

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Karena perusahaan seluler merupakan perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi untuk meningkatkan dan mempertahankan jumlah konsumennya perusahaan seluler perlu memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan, kualitas pelayanan tersebut menyangkut lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Dengan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan tercipta suatu kepuasan konsumen dari pelayanan yang telah diberikan. Maka dari itu peneliti menuangkannya dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro)”**.

¹¹ Wawancara dengan Derlia Nita, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah, pada 25 September 2018.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Konsumen kecewa dengan pelayanan perusahaan seluler dimana sering terjadi pulsa yang berkurang sedikit demi sedikit.
2. Terjadi penurunan tingkat kepuasan konsumen terhadap perusahaan seluler.
3. Banyaknya pesaing penyelenggara jaringan telekomunikasi yang bermunculan.
4. Konsumen keluhkan pelayanan kartu seluler yang tidak dapat digunakan didaerah lain selain daerah tempat membelinya.
5. Dilihat dari sisi kompetisi harga, telkomsel memiliki harga yang terlampau tinggi dibandingkan dengan pesaing lain.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah di atas, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi sebagai berikut: penelitian ini hanya melihat pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebagai pengguna jasa perusahaan seluler.

D. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka peneliti mencoba untuk meneliti mengenai **“Apakah Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Mempunyai Pengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro?”**

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, yang dijadikan arahan atas apa yang harus dilakukan dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Perusahaan Seluler Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro.

2. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat berguna baik secara teoritis maupun praktis:

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan dan menambah wawasan pengetahuan tentang kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta sebagai sumber informasi juga bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan masukan kepada perusahaan seluler dalam meningkatkan kualitas pelayanan melalui dimensi-dimensi yang mempengaruhinya.

F. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian sistematis mengenai hasil penelitian-penelitian terdahulu tentang persoalan-persoalan yang dikaji. Dalam hal ini peneliti menemukan beberapa penelitian yang kajiannya berhubungan dengan tema yang akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Skripsi Dwi Hapsari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen Di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Persamaan Penelitian Dwi dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan penelitian dwi dengan penelitian peneliti yaitu penelitian Dwi membahas tentang ketidakseimbangan pelayanan antara konsumen yang membeli dengan jumlah sedikit dengan seorang yang membeli dengan jumlah yang banyak dimana pembeli dengan jumlah sedikit dilayani belakangan

dibandingkan dengan pembeli dengan jumlah banyak. Penelitian ini peneliti jadikan sebagai rujukan peneliti dalam menulis skripsi ini ¹²

2. Skripsi Vera Komalasari yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penumpang Jakarta Bisnis Pada Perum Damri Di Kota Metro”. Persamaan penelitian Vera dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaan penelitian Vera dengan penelitian peneliti yaitu penelitian Vera Komalasari melihat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan jasa penumpang damri di kota metro. Penelitian ini peneliti jadikan sebagai rujukan peneliti dalam menulis skripsi ini.¹³
3. Skripsi Lina Prahastuti yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat (Studi Pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang)”. Persamaan penelitian Lina dengan penelitian peneliti yaitu sama-sama meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan perbedaan dengan penelitian peneliti yaitu penelitian ini ini meneliti tentang penurunan jumlah pelanggan indosat pada tahun 2009 yang tidak sesuai dengan

¹² Dwi Hapsari, Skripsi *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen Di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), h.5.

¹³ Vera Komalasari, Skripsi “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penumpang Jakarta Bisnis Pada Perum Damri Di Kota Metro*”, (Metro: Universitas Muhammadiyah Metro, 2013), h. 6.

peningkatan belanja iklan dengan melihat dari kualitas pelayanan dan kualitas produk perusahaan indosat itu sendiri. Penelitian ini peneliti jadikan sebagai rujukan peneliti dalam menulis skripsi ini ¹⁴

¹⁴ Lina Prahastuti, Skripsi “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat (Studi Pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang)*”, (Semarang: Universitas Di Ponegoro, 2011), h. 29.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah menjelaskan kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan¹⁵. Sedangkan menurut Goetsch dan davis dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, menyatakan definisi kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan¹⁶

Sementara menurut Danang Sunyoto, kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja

¹⁵ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (yogyakarta : Andi Offset, 2013), h. 100.

¹⁶ Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, *Service Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta : Andi offset, 2011), h. 164.

karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen.¹⁷

Berdasarkan teori kualitas pelayanan diatas, bahwa kualitas pelayanan adalah mutu suatu tindakan atau suatu kegiatan yang ditawarkan kepada seorang konsumen yang diharapkan dapat memenuhi keinginan konsumen yang meliputi ketanggapan, keberadaan, dan profesionalisme, serta seberapa jauh harapan dengan pelayanan yang diterima para pelanggan.

2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Dimensi-dimensi tersebut dirangkum menjadi lima dimensi pokok yang meliputi: kehandalan (*reability*), daya tanggap (*resvonsiveness*), jaminan (*assurance*), empati, dan bukti fisik (*tangibles*).

a. Keandalan (*reability*),

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah kehandalan (*reability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara jujur dengan segera akurat dan memuaskan.¹⁸ Sementara menurut Philip Kotler dan Kevin Lane

¹⁷ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service, 2014), h. 240.

¹⁸ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 100.

Keller keandalan meliputi: memberikan layanan sesuai janji, ketergantungan dalam melayani masalah layanan pelanggan, melakukan layanan pada saat pertama, menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan, dan mempertahankan rekor bebas cacat¹⁹.

b. Daya tanggap (*resvonsiveness*),

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah daya tanggap yaitu kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, ramah, dan baik²⁰. Sementara menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller daya tanggap meliputi: mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, layanan yang tepat pada pelanggan, keinginan untuk membantu pelanggan, dan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan²¹.

c. Jaminan (*assurance*),

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah jaminan meliputi: pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik resiko atau keragu-raguan²². Sementara menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller jaminan meliputi: karyawan yang membangkitkan kepercayaan, membuat pelanggan merasa

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Indeks, 2007), h. 56

²⁰ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 100.

²¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.*, h. 56

²² Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 100.

aman dalam transaksi mereka, karyawan yang sangat santun, dan karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan²³.

d. Empati,

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah empati yaitu memiliki sikap kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan²⁴. Sementara menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller empati meliputi: memberikan pelanggan perhatian individual, karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode, sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka, dan jam bisnis yang nyaman²⁵.

e. Bukti fisik (*tangibles*),

Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah bukti fisik yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.²⁶ Sementara menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller bukti fisik meliputi: peralatan modern, fasilitas yang secara

²³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.*, h. 56

²⁴ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 101.

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.*, h. 56

²⁶ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 101.

visual menarik, karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional, dan bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan²⁷.

Dengan demikian, dari pendapat para ahli di atas tentang dimensi kualitas pelayanan, dapat dipahami bahwa ada beberapa dimensi yang kredibel yaitu yang memenuhi syarat agar sebuah pelayanan memungkinkan untuk menimbulkan kepuasan konsumen, adapun dimensi-dimensi tersebut yaitu kehandalan (*reability*), Daya tanggap (*resvonsiveness*), Jaminan (*assurance*), empati, dan Bukti fisik (*tangibles*). Kualitas pelayanan tidak hanya ditentukan oleh suatu faktor seperti kemampuan karyawan ketika menghadapi konsumen, akan tetapi lebih penting lagi bagaimana perusahaan dengan segala sumber daya yang dimilikinya dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya.

3. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk perusahaan seperti :

- a. Loyalitas pelanggan lebih besar.
- b. Pangsa pasar lebih besar.

²⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran.*, h. 56

- c. Harga saham lebih tinggi.
- d. Harga jual produk atau jasa lebih tinggi.
- e. Produktivitas lebih besar.²⁸

Berdasarkan manfaat kualitas pelayanan di atas, dapat dipahami bahwa apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang bagus kepada konsumennya maka perusahaan akan mampu meningkat pangsa pasar melalui pemenuhan kualitas pelayanan yang diinginkan oleh konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Serta perusahaan akan mampu mengalahkan pesaing yang kualitas pelayanannya rendah.

B. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiiah kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan dengan harapan pembelian. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.²⁹

Kepuasan diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang

²⁸ Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, *Service Quality.*, h. 172.

²⁹ Etta Mamang Sangadji & Sopiiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 181.

atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu produk dan harapan-harapannya.³⁰

Sementara menurut Kivetz dan Simonson dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, kepuasan konsumen sendiri dapat menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen, menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.³¹

Berdasarkan teori kepuasan konsumen di atas, dapat dipahami bahwa kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Konsumen yang percaya pada penyedia jasa cenderung akan berpartisipasi dalam rekomendasi dari mulut ke mulut sebagai bagian dari keinginan untuk meningkatkan komitmen pada dirinya sendiri. Bagi konsumen kepuasan konsumen bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu.

³⁰ *Ibid.*

³¹ *Ibid.*, h. 182.

2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Menurut Donni Joni Priansa ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai berikut:

a. Produk

Layanan produk yang baik dan dapat memenuhi selera serta harapan konsumen. Sehingga produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.

b. Pelayanan Karyawan

Pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen dasar penilaian dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan³².

c. Citra Merek

Citra adalah sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek.

³² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), h. 209.

Citra merek sendiri dapat bernilai positif atau negatif tergantung pada persepsi seseorang terhadap merek.³³

Berdasarkan teori yang dipaparkan diatas maka untuk kepentingan penelitian ini dapat ditetapkan faktor-faktor yang ada relevansinya dengan penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti yaitu produk, pelayanan karyawan, dan citra merek. Faktor-faktor tersebut mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen.

3. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu unsur yang perlu diperhatikan, karena kepuasan konsumen menjadi tolak ukur agar konsumen tetap mau menjadi mitra bisnis sehingga dapat memenangkan pesaing usaha. Apabila pelanggan merasa puas dengan produk atau layanan yang diberikan, maka pelanggan tersebut akan setia terhadap perusahaan. Dalam mencapai kepuasan konsumen, kunci utamanya adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen harus dikedepankan oleh perusahaan.

Beberapa pengukuran kepuasan konsumen menurut Martila dan James dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas terhadap pelayanan.
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.

³³ Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen.*, h. 327.

- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka rasakan.
- d. Responden dapat diminta untuk meranking elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.³⁴

Berdasarkan beberapa cara pengukuran kepuasan konsumen di atas, maka perusahaan dapat mengukur dan memantau seberapa besar kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa yang disediakan oleh perusahaan.

C. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi dalam Molden Elrado, menjelaskan bahwa konsistensi suatu kualitas pelayanan dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang telah diterima akan membuat pelanggan tersebut percaya dan besar harapan akan menggunakan kembali.³⁵

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen. Oleh

³⁴ Donni Juni Prinsa, *Perilaku Konsumen.*, h. 205.

³⁵ Molden Elrado H, Srikandi kumadji, Edy Yulianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepercayaan dan Loyalitas", dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15,No.2, Oktober 2014, h. 4.

karena itu, konsumen selalu menginginkan produk jasa memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik agar ekspektasi pelanggan dapat terpenuhi.³⁶

Sedangkan menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan konsumen.³⁷

Berdasarkan teori di atas, dapat dipahami bahwa dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan membuat konsumen tidak merasa kecewa dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelayanan dari suatu produk tersebut, melainkan merasa senang dan nyaman dalam menggunakan pelayanan dari suatu produk tersebut.

D. Kerangka Berpikir dan Paradigma

1. Kerangka Berpikir

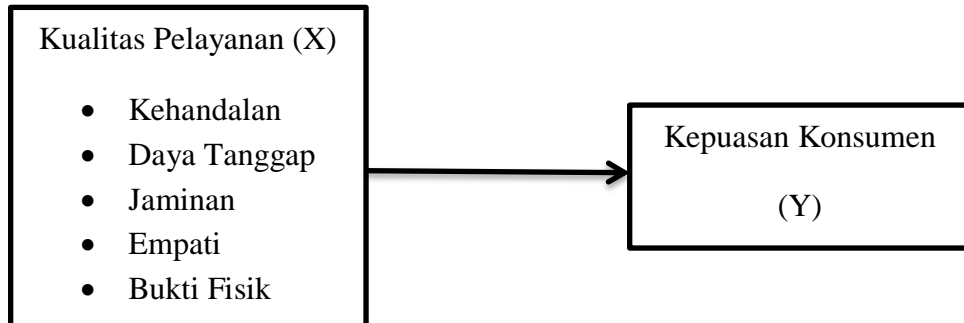
Kerangka berfikir menurut Soerdjono Soekamto adalah suatu konsep yang berisikan pengaruh kausal antara variabel bebas dan variabel terkait dalam rangka memberikan jawaban sementara terhadap masalah yang dihadapi³⁸. Kerangka berpikir juga menghubungkan antara variabel yang satu dengan variabel yang lain sehingga tujuan dan arah penelitian diketahui dengan jelas.

³⁶ *Ibid.*, h. 3.

³⁷ Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, *Service Quality*, h. 172.

³⁸ Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 128.

Berdasarkan pengertian di atas dapat digambarkan sebuah kerangka berpikir seperti pada gambar berikut:



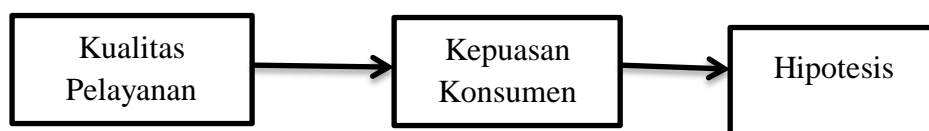
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Berdasarkan kerangka berpikir di atas, dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y) dalam menggunakan jasa perusahaan seluler.

2. Paradigma

Berdasarkan kerangka berfikir di atas maka dapat dipahami bahwa paradigma dalam penelitian menggunakan analisis bivariat ini dapat dilihat dalam gambar berikut:

Gambar 2.2. Paradigma



Berdasarkan paradigma di atas dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen sehingga muncul hipotesis sebagai dugaan sementara.

E. Hipotesis Penelitian

Menurut Sumardi Suryabrata hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.³⁹ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan hipotesis statistik, karena dalam pengujiannya menggunakan sampel penelitian dan menggunakan hitungan statistik. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan sehubungan dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen.

³⁹ Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h.21.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian memberikan pegangan dan batasan-batasan penelitian yang berhubungan dengan tujuan penelitian. Menurut pendapat S. Nasution desain penelitian adalah suatu rencana tentang cara mengumpulkan dan menganalisis data agar dapat dilaksanakan secara ekonomis serta serasi dengan tujuan penelitian⁴⁰. Sedangkan Menurut Muhammad desain penelitian merupakan rencana untuk memilih sumber-sumber dan jenis informasi yang dipakai untuk menjawab pertanyaan peneliti, serta kerangka kerja untuk merinci hubungan-hubungan antara variabel dalam penelitian⁴¹. Sebelum melakukan penelitian perlu disiapkan segala sesuatu agar tercapai tujuan yang diinginkan.

Sesuai dengan judul dan fokus permasalahan yang diambil maka sifat penelitian ini adalah kuantitatif yang merupakan perhitungan berdasarkan data statistik yang berbentuk jumlah atau angka-angka. Dengan demikian penelitian ini akan mencari ada atau tidaknya pengaruh antara kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa ekonomi syariah IAIN Metro.

⁴⁰ S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2014), h. 23.

⁴¹ Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 80.

B. Definisi Operasional Variabel

Menurut Sumardi Suryabrata definisi operasional variabel adalah sesuatu yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati (observasi).⁴² Variabel dalam penelitian ini ada dua yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel-variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan (Variabel X)

Kualitas pelayanan yang dimaksud adalah sebagai variabel bebas. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut dapat untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Keandalan (*reability*), merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan secara jujur dengan segera akurat dan memuaskan.
- b. Daya tanggap (*resvonsiveness*), merupakan kemampuan atau keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, ramah, dan baik.
- c. Jaminan (*Assurance*), merupakan karyawan yang membangkitkan kepercayaan, membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi

⁴² Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2014), h. 29.

mereka, karyawan yang sangat santun, dan karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

- d. Empati (*Empaty*), merupakan perhatian individual, karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode, sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka, dan jam bisnis yang nyaman.
- e. Bukti fisik (*Tangibles*), merupakan tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

2. Kepuasan Konsumen (Variabel Y)

Kepuasan konsumen yang dimaksud adalah variabel terikat. Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen akan dilihat dari indikator-indikator sebagai berikut:

- a. Produk, merupakan Layanan produk yang baik dan dapat memenuhi selera serta harapan konsumen. Sehingga produk dapat menciptakan kepuasan konsumen. Dasar penilaian terhadap pelayanan produk ini meliputi: jenis produk, mutu atau kualitas produk dan persediaan produk.
- b. Pelayanan Karyawan, merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen dasar penilaian

dalam hal ini pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.

- c. Citra merek, merupakan sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Menurut Nanang Martono, populasi adalah keseluruhan obyek atau subyek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti⁴³. Populasi diartikan sebagai jumlah dari beberapa unit yang belum dicapai keabsahannya.

Tabel 3.1

Populasi Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Metro Tahun 2015-2017

Tahun	Jumlah Mahasiswa Ekonomi Syariah
2015	218
2016	209
2017	207
Total	634

Sumber: Bag.Akademik IAIN Metro per Tahun 2017

⁴³ Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2012), h. 74.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dipahami bahwa populasi adalah semua anggota subyek pengamatan yang menjadi perhatian dan tidak seluruhnya harus diobservasi dalam penelitian yang dilakukan. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Metro dari tahun 2015-2017 dimana keseluruhan berjumlah 634 Mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁴⁴

Berdasarkan pengertian di atas dan mengingat penelitian ini populasinya berjumlah 634 maka peneliti menentukan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus menghitung ukuran sampel populasi yang

⁴⁴ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2017), h. 81.

diketahui jumlahnya adalah menggunakan rumus slovin⁴⁵, yakni sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Dimana :

n = Ukuran sampel yang dicari

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (dalam penelitian ini digunakan 10%).

Dengan demikian diperoleh jumlah sampel sebesar:

$$n = \frac{634}{1 + 634(0.1)^2}$$

$$n = \frac{634}{7,34}$$

$$n = 86,37$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dengan jumlah populasi 634 mahasiswa maka sampel dalam penelitian ini berjumlah 86,37 namun karena subjek bukan bilangan pecahan, maka dibulatkan menjadi 86 responden.

⁴⁵ Muhammad, *Metode Penelitian.*, h. 180.

3. Teknik Pengambilan Sample

Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah *Purposive Sampling* yang merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria tertentu. Teknik ini merupakan bentuk dari *non probability sampling* yang merupakan setiap unsur yang terdapat dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Adapun cara pengambilan anggota sample dari populasi dilakukan dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.⁴⁶

Berikut pembagian sampel yang telah peneliti tentukan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Pengguna kartu Seluler

Perusahaan Seluler	Persentase Jumlah pembagian Sampel
Indosat	$36\% \times 86 = 31$
Telkomsel	$22\% \times 86 = 19$
Tri	$24\% \times 86 = 21$
Axis	$18\% \times 86 = 15$

Sumber : Data diolah, November 2018.

Berdasarkan pembagian sampel dengan teknik *Purposive Sampling* di atas maka dapat dipahami bahwa peneliti membagi menjadi 4 kelompok pengguna operator seluler, diantaranya kelompok

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, h. 82.

pengguna indosat berjumlah 31 mahasiswa, kelompok pengguna telkomsel berjumlah 19 mahasiswa, kelompok pengguna Tri berjumlah 21 mahasiswa, dan kelompok pengguna Axis Berjumlah 15 mahasiswa.

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan awal yang harus dilakukan dari suatu penelitian untuk memperoleh data yang diperlukan. Adapun dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Metode Angket

Menurut Kartini Kartono angket adalah suatu penyelidikan mengenai suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum (orang banyak) dengan jalan mengedarkan formulir daftar pertanyaan, diajukan secara tertulis kepada sejumlah subyek untuk mendapatkan jawaban (tanggapan responden) seperlunya⁴⁷. Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh informasi dari responden.

Angket yang peneliti gunakan adalah angket langsung tertutup. Angket langsung tertutup adalah angket yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh

⁴⁷ Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Research Sosial*, (Bandung: Mandar Maju, 1996), h. 217.

responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut⁴⁸. Angket ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang kualitas pelayanan terhadap kepercayaan konsumen mengenai merek.

Pengumpulan data dilakukan di gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam terhadap mahasiswa Ekonomi Syariah yang menjadi sampel penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan jalan menemui para responden dan angket diisi oleh orang yang bersangkutan pada jam kosong kuliah dan tidak diperkenankan dibawa pulang. Hal ini karena untuk menjamin keabsahan dan keakuratan data.

2. Wawancara

Menurut Cholid Narbuko dan Abu Achmadi wawancara adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka dan mendengar secara langsung informasi atau keterangan dari nara sumber⁴⁹.

Metode wawancara yang peneliti gunakan adalah wawancara bebas terpimpin, dimana untuk menghindari pembicaraan yang menyimpang dari permasalahan yang akan diteliti, dengan metode tersebut diharapkan akan memperoleh data mengenai kualitas pelayanan perusahaan seluler. Dalam hal ini peneliti melakukan

⁴⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 133.

⁴⁹ Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2016), h. 83.

wawancara dengan salah satu petugas pelayanan Galeri Indosat di kota Metro.

3. Metode Dokumentasi

Menurut Suharsimi Arikunto dokumentasi merupakan metode dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, notulen rapat, catatan harian atau sebagainya⁵⁰. Sedangkan Muhammad menjelaskan bahwa metode dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan sesuai dengan masalah penelitian⁵¹.

Berdasarkan pendapat di atas, jelaslah bahwa yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah metode yang berbentuk sekumpulan data verbal dalam bentuk tulisan. Dalam penulisan penelitian ini peneliti mencatat data tentang sejarah berdirinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan visi misi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

⁵⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), h. 274.

⁵¹ Muhammad, *Metode Penelitian.*, h. 152.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian sebagai alat atau fasilitas yang dipergunakan dalam pengumpulan data. Instrumen adalah alat pada waktu penelitian menggunakan suatu metode⁵². Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam melaksanakan pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian.

Penyusunan angket masing-masing variabel dilakukan dengan langkah sebagai berikut:

- a. Pembuatan kisi-kisi berdasarkan indikator variabel.
- b. Penyusunan butir-butir pertanyaan sesuai dengan indikator variabel
- c. Melakukan analisis rasional untuk melihat kesesuaian dengan indikator-indikator serta ketepatan penyusunan butir-butir angket dari segi bahasa dan aspek yang diukur.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pokok angket terdiri dari jawaban yang mengundang variasi nilai bertingkat dengan alternatif jawaban kriteria sebagai berikut:

Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5

Jawaban setuju (S) diberi skor 4

Jawaban Netral (N) diberi skor 3

Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2

Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1⁵³.

⁵² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian.*, h. 121.

⁵³ Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h. 16.

Adapun, jumlah butir pertanyaan masing-masing indikator dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Rancangan instrumen atau jumlah butir pertanyaan dari masing-masing indikator

Tabel 3.3

Jumlah butir pertanyaan dari masing-masing indikator

Variabel	Indikator	Jumlah item	No. Item
X Kualitas Pelayanan	1. Keandalan	2	1,2
	2. Daya Tanggap	2	3,4
	3. Jaminan	2	5,6
	4. Empati	2	7,8
	5. Bukti Fisik	2	9,10
Y Kepuasan Konsumen	1. Produk	3	1,2,3
	2. Pelayanan Karyawan	4	4,5,6,7
	3. Citra Merek	3	8,9,10

Berdasarkan indikator di atas, maka dapat dikembangkan menjadi instrumen penelitian dalam bentuk pertanyaan dalam bentuk kuesioner yang akan diberi skor pada jawaban dari responden yang diasumsikan benar dan dapat dipercaya menurut skala likert. Jumlah pertanyaan pada instrumen penelitian terdapat 20 item pertanyaan. Skala likert pada setiap item dalam penelitian ini ditunjukkan dengan jawaban dan diberi skor untuk keperluan analisis kuantitatif.

2. Pengujian Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukurnya⁵⁴. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dalam penelitian ini alat ukur pengumpulan data yang peneliti gunakan untuk mengukur kemantapan alat pengumpulan data maka validitas sebagai alat ukur sangat diperlukan dalam suatu penelitian agar apa yang akan diteliti benar-benar valid. Dengan demikian, hasil perhitungan uji validitas dengan $\alpha=0,05$. Maka dikatakan valid apabila signifikansi $<0,05$ dan signifikansi $>0,05$ berarti tidak valid⁵⁵. Dimana data diolah menggunakan *SPSS 16,0 For Window's*. Adapun rumus yang akan peneliti gunakan adalah teknik korelasi *product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Angka indeks korelasi "r" *produc moment*

X = Jumlah seluruh skor X

⁵⁴ Syofiyani Siregar, *Statistik Parametik.*, h. 75.

⁵⁵ *Ibid.*, h. 77..

Y = Jumlah seluruh skor Y

XY = Jumlah hasil perkalian antar skor x dan y

N = Jumlah Sampel⁵⁶.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula⁵⁷. Reliabilitas instrumen diperlukan untuk mendapatkan data dengan tujuan pengukuran. Dengan demikian, untuk mencapai hal tersebut dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*, dimana secara umum yang dianggap reliabel apabila koefisien reliabilitasnya $r_{11} > 0,6$ yang diolah menggunakan *SPSS 16,0 For Window's*.⁵⁸ Dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Koefisien reliabilitas instrumen

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

σ_t^2 = Varian total⁵⁹

⁵⁶ Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h.206.

⁵⁷ Syofiyani Siregar, *Statistik Parametrik.*, h. 87.

⁵⁸ *Ibid.*, h. 90.

⁵⁹ *Ibid.*, h. 91.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan⁶⁰. Data-data yang terkumpul selama penelitian, kemudian diolah dan dianalisa dengan menggunakan rumus statistik analisis regresi linear sederhana yang di olah menggunakan *SPSS 16,0 For Window's*. Regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen), dimana rumusnya sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Dimana:

\hat{Y} (dibaca ye topi) = variabel terikat (Kepuasan Konsumen)

X = Variabel bebas (kualitas pelayanan)

a = bilangan konstanta

b = koefisien arah regresi linear⁶¹

Dengan demikian, untuk menguji H_0 di terima atau ditolak, maka digunakan uji t dengan kriteria pengujian membandingkan antara t_{hitung} dan t_{tabel} , apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak, dan sebaliknya apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

⁶⁰ Sofiyan Effendi, *Metode Penelitian survei*, (Jakarta: LP3ES, 2012), h. 250.

⁶¹ Meilia Nur Indah, *Statistik Deskriptif dan Induktif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), h.180.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum IAIN Metro

a. Sejarah Singkat IAIN Metro

Cikal bakal berdirinya IAIN Metro tidak terlepas dari sejarah berdirinya IAIN Raden Intan di Bandar Lampung. Ini lain karena berdirinya IAIN Raden Intan Bandar Lampung itu sendiri merupakan hasil upaya dari para tokoh agama dan tokoh masyarakat yang tergabung dalam Yayasan Kesejahteraan Islam Lampung (YKIL) yang berdiri tahun 1961 diketuai oleh RD. Muhammad Sayyid. Berdasarkan musyawarah tersebut diputuskan untuk mendirikan dua fakultas yaitu Fakultas Tarbiyah dan Fakultas Syariah yang kedudukannya di Tanjung Karang berada di bawah santunan Yayasan tersebut.⁶²

Setelah melalui perjuangan yang gigih dari YKIL, maka pada tanggal 13 oktober 1964 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Nomor 86/1964 merubah status Fakultas Tarbiyah YKIL dari swasta menjadi negeri, namun tidak berdiri sendiri melainkan cabang Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang. Pada tahun 1967 atas permintaan mesyarakat Metro kepada YKIL

⁶² www.metrouniv.ac.id, 22 november 2018.

agar dibuka Fakultas Tabiyah dan Fakultas Syariah di Metro atas persetujuan Dekan Fakultas Tabiyah IAIN Raden Fatah Palembang⁶³.

Setelah IAIN Raden Intan Lampung resmi dibuka, maka Fakultas Tarbiyah yang semula mengunduk ke IAIN Raden Fatah Palembang ditetapkan menjadi fakultas Fakultas yang berdiri sendiri, sebagai Fakultas Tabiyah IAIN Raden Intan Lampung Metro berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama Ri No. 188 Tahun 1966. Namun tidak lama setelah perubahan nama IAIN Raden Intan Tanjung Karang manjadi Raden Intan Bandar Lampung mengikuti perubahan nama ibu kota Lampung menjadi Bandar Lampung terbitlah Surat Edaran Bimas Islam No. E.III.OT/OO/AZ/1804/1996, Tanggal 23 Agustus 19996 tentang Penataan Kelembagaan Fakultas IAIN di luar Induk menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri⁶⁴.

Sebagai kelanjutan maka pada tanggal 23-25 April 1997 diadakan rapat kerja para rektor dan dekan fakultas di luar induk. Pada kesempatan ini ditetapkan pula perubahan dan pengesahan fakultas di luar induk manjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) berdasarkan SK Presiden No.11 tahun 1997. Berdasarkan saran Bupati (saat itu Drs. Herman Sanusi) maka ditetapkan nama

⁶³ *Ibid.*

⁶⁴ *Ibid.*

STAIN Metro adalah STAIN Jurai Siwo Metro mengingat STAIN ini berada di Lampung Tengah yang memiliki tradisi dan budaya "Sembilan Marga Penyibang".⁶⁵

Penataan-penataan demi penataan kelembagaan dalam STAIN Jurai Siwo Metro semakin hari semakin ditingkatkan. Sejalan dengan dinamika kehidupan kampus sejak 1997 juga dibuka jurusan baru yakni Jurusan Syari'ah yang saat itu hanya satu prodi yaitu Ahwalusy Syakhsiyyah. Baru pada tahun 1999. Masa ini dikenal dengan istilah passing out karena sejak tahun 1997 STAIN Metro sudah tidak berada di bawah IAIN Raden Intan lagi. Kampus STAIN Jurai Siwo Metro mengalami kemajuan signifikan. Satu-satunya kampus negeri di Kota Metro ini menjadi kampus Islam yang diminati calon mahasiswa dari berbagai daerah, baik dari Lampung maupun luar.⁶⁶

Tahun 2010 adalah tahun persiapan alih status STAIN menjadi IAIN. Saat ini civitas akademika STAIN Jurai Siwo Metro dengan berbagai upaya berusaha menjadi perguruan tinggi unggulan dan terdepan dalam pengkajian dan pengembangan ilmu, seni dan budaya keislaman. Alih status STAIN Jurai Siwo Metro ke IAIN Jurai Siwo Metro sudah diajukan sejak tahun 2010 dan direncanakan bisa terealisasi pada 2012 tahun depan. Musyawarah

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ *Ibid.*

alumni juga menjadi salah satu syarat administrasi alih status STAIN ke IAIN. Hal ini sudah lama dilakukan pada masa kepemimpinan Prof. Dr. Syaripudin, M.Ag. dengan mengundang seluruh alumni dari semua angkatan dalam acara reuni akbar pada Sabtu, 28 Juli 2010 lalu. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas yang merupakan penggabungan dari 2 jurusan dengan 9 program studi.⁶⁷

Tahun 2016 adalah tahun peralihan STAIN menjadi IAIN. Perubahan status ini tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016, Menurut Perpres tersebut, pendirian IAIN Metro merupakan perubahan bentuk dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jurai Siwo Metro. Perubahan status menjadi IAIN juga akan mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang akan lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik.⁶⁸

Berdasarkan sejarah di atas dapat dipahami bahwa, Institut Agama Islam Negeri Metro atau IAIN Metro merupakan perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro. Pendirian IAIN Metro tertuang dalam Peraturan Presiden No.71 tanggal 1 Agustus 2016 yang ditanda tangani oleh Presiden Joko Widodo.

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ *Ibid.*

b. Visi Misi IAIN Metro

1) Visi IAIN Metro

Menjadi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam yang unggul dalam Sinergi *Socio-eco-techno-preneurship* berlandaskan nilai-nilai keislaman dan keindonesiaan.

2) Misi IAIN Metro

- a) Membentuk sarjana yang memiliki pengetahuan keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- b) Mengembangkan nilai-nilai keislaman dalam pelaksanaan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
- c) Melaksanakan sistem tata kelola manajemen kelembagaan yang berkualitas.⁶⁹

Berdasarkan visi misi di atas dapat dipahami bahwa, dalam pencapaian suatu tujuan diperlukan suatu perencanaan dan tindakan nyata, untuk dapat mewujudkannya secara umum dapat dikatakan bahwa visi dan misi adalah suatu konsep perencanaan yang disertai dengan tindakan sesuai dengan apa yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.

⁶⁹ *Ibid.*

2. Gambaran Umum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah

a. Sejarah Singkat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah

Cikal bakal Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tidak dapat dilepaskan dari Prodi ESy STAIN Jurai Siwo Metro. Legalitas Prodi ESy dibuktikan dengan adanya Surat Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: DJ.II/320A/2002 SK Tanggal 27 September 2002 Tentang Izin Pendirian Program Studi Strata 1 (S1) Ekonomi Syari'ah (ESy) pada perguruan Tinggi Agama Islam Negeri STAIN Jurai Siwo Metro. Tentang Perpanjangan Izin Penyelenggaraan Program Studi Pada Perguruan Tinggi Agama Islam (PTAI) dan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: DJ.I/385/2008 Tanggal 27 Oktober 2008. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 001/BAN-PT/AkXII/S1/III/2009 Tanggal 14 Maret 2009 Tentang Status, Peringkat, dan Hasil Akreditasi Program Sarjana (S1) di Perguruan Tinggi Dalam Penilaian Tahun 2009 dengan nilai 332 (B). Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 364/SK/BANPT/Akred/ S/IX/2014 Tanggal 11 September 2014 Tentang Nilai dan Peringkat Akreditasi Program Studi Pada Program Sarjana dan hasil Akreditasi Program Sarjana (S1) Di

Perguruan Tinggi Dalam Penilaian Tahun 2014 dengan nilai 325 (B). Program Studi Ekonomi Syariah (ESy) Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Jurai Siwo Metro.⁷⁰

Perubahan status dari STAIN Jurai Siwo Metro menjadi IAIN Metro pada tahun 2016 mendorong pembentukan fakultas-fakultas baru yang lahir sesuai dengan kebutuhan masyarakat akan pendidikan, serta pembangunan sarana dan prasarana yang lebih memadai guna mewujudkan IAIN Metro menjadi lebih baik. Salah satu fakultas baru yang lahir yakni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang di dalamnya mencakup beberapa jurusan yang salah satunya ialah Jurusan Ekonomi Syariah.

b. Visi Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah

1) Visi

Jurusan S1 Ekonomi Syariah memiliki visi “ Menjadi Pusat Study Ekonomi Syariah yang unggul dalam sinergi *Socio-Eco-Techno-Preneurship* berlandaskan nilai-nilai keindonesiaan dan keislaman pada tahun 2034”.

2) Misi

a) Membentuk sarjana ekonomi yang unggul dan berakhlakul karimah.

⁷⁰ *Ibid.*

- b) Menyelenggarakan kegiatan akademik yang produktif, inovatif, dan responsif dalam pengelolaan sumber daya melalui kajian keilmuan penelitian dan pengabdian.
- c) Menciptakan sarjana ekonomi syariah yang berjiwa mandiri dan berdaya saing.
- d) Menyelenggarakan tata kelola program studi yang profesional, akuntabel, dan transparan, dalam rangka mencapai kepuasan pengguna dan stakeholder.⁷¹

Berdasarkan visi misi Jurusan Ekonomi di atas dapat dipahami bahwa, dalam pencapaian tujuan dari lulusan Ekonomi Syariah yakni menghasilkan sarjana ekonomi dan bisnis Islam yang jujur dan adil, mampu menganalisis perkembangan ilmu ekonomi dan bisnis masa kini dan masa depan.

3. Gambaran Umum Responden

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro pengguna kartu seluler Indosat, Telkomsel, Tri dan Axis. Adapun jumlah sampel yang ditentukan sebagai sampel adalah sebanyak 86 dengan teknik *Purposive Sampling*. Setiap responden diberikan kuesioner untuk memberikan jawaban atas pertanyaan yang telah disediakan peneliti. Data yang

⁷¹ *Ibid.*

diperoleh melalui angket untuk masing-masing jawaban akan diberi skor dengan perincian sebagai berikut :

Jawaban sangat setuju (SS) diberi skor 5

Jawaban setuju (S) diberi skor 4

Jawaban Netral (N) diberi skor 3

Jawaban tidak setuju (TS) diberi skor 2

Jawaban sangat tidak setuju (STS) diberi skor 1⁷².

Lebih jelasnya untuk karakteristik responden dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Responden Menurut Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang jenis kelamin dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut :

Tabel 4.3

Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah responden	Persentase (%)
Laki-laki	18	21%
Perempuan	68	79%
Jumlah	86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.1 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin perempuan dengan jumlah 68 orang atau 79%,

⁷² Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, (Bandung: Alfabeta, 2010),h. 16.

sementara laki-laki berjumlah 18 orang atau 21%. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini yang peneliti temui lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki.

b. Responden Menurut Semester

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang semester dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut :

Tabel 4.4

Gambaran Responden Berdasarkan Semester

Semester	Jumlah responden	Persentase (%)
3	31	36%
5	27	31%
7	28	33%
Jumlah	86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden berasal dari semester 3 dengan jumlah 31 orang atau 36%, sedangkan semester 5 berjumlah 27 orang atau 31% dan semester 7 berjumlah 28 orang atau 33%. Hal ini berarti bahwa dalam penelitian ini yang paling banyak peneliti temui adalah semester 3 dibandingkan semester 5 dan semester 7.

c. Responden Menurut Pengguna Kartu Seluler

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh gambaran tentang pengguna operator seluler dari responden yang dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Tabel 4.5

Gambaran Responden Berdasarkan Pengguna Kartu Seluler

Jenis Kartu Seluler	Jumlah responden	Persentase (%)
Indosat	31	36,1%
Telkomsel	19	22,1%
Tri	21	24,4%
Axis	15	17,4%
Jumlah	86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 4.2 didapatkan informasi bahwa mayoritas responden pengguna Indosat dengan jumlah 31 orang atau 36,1% kemudian Tri berjumlah 21 orang atau 24,4% lalu Telkomsel berjumlah 19 orang atau 22,1% dan Axis berjumlah 15 orang atau 17,4%. Hal ini berarti menjelaskan bahwa mahasiswa ekonomi syariah lebih banyak menggunakan Indosat.

B. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

1. Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Dilihat dari hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut:

a. Deskripsi Indikator Kehandalan

- 1) Karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Terhadap Karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	10%
2	Setuju	41	48%
3	Netral	29	34%
4	Tidak Setuju	7	8%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 10% sangat setuju, 48% setuju, dan 34% netral.

- 2) Karyawan melakukan pendataan secara tepat.

Tabel 4.7
Tanggapan responden terhadap karyawan melakukan pendataan secara tepat

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	2	2,3%
2	Setuju	37	43%
3	Netral	36	42%
4	Tidak Setuju	9	10,4%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 2% sangat setuju, 43% setuju, 42% netral, tidak setuju 10,4% dan sangat tidak setuju 2,3%.

b. Deskripsi Indikator Daya Tanggap

- 1) Respon karyawan sangat ramah dalam menyambut kedatangan pelanggan ke galeri.

Tabel 4.8

Tanggapan responden terhadap Respon karyawan sangat ramah dalam menyambut kedatangan pelanggan ke galeri

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	13	15,1%
2	Setuju	39	45,4%
3	Netral	31	36%
4	Tidak Setuju	1	1,2%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2,3%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 15,1% sangat setuju, 45,4% setuju, dan 36% netral, 1,2% tidak setuju dan 2,3% sangat tidak setuju.

- 2) Karyawan memberikan respon yang baik apabila pelanggan complain.

Tabel 4.9

Tanggapan responden terhadap Karyawan memberikan respon yang baik apabila pelanggan complain

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	10%
2	Setuju	46	53%
3	Netral	27	31%
4	Tidak Setuju	4	6%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 10% sangat setuju, 53% setuju, dan 31% netral, dan 6% tidak setuju.

c. Deskripsi Indikator Jaminan

- 1) Perusahaan seluler menjamin data pada saat melakukan registrasi kartu.

Tabel 4.10

Tanggapan Responden tentang Perusahaan seluler menjamin data pada saat melakukan registrasi kartu

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	16	19%
2	Setuju	43	50%
3	Netral	23	27%
4	Tidak Setuju	4	4%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 19% sangat setuju, 50% setuju, dan 27% netral, dan 4% tidak setuju.

- 2) Karyawan perusahaan seluler mempunyai pengetahuan yang memadai seputar operator seluler.

Tabel 4.11

Tanggapan Responden terhadap Karyawan perusahaan seluler mempunyai pengetahuan yang memadai seputar operator seluler

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	19	22%
2	Setuju	39	45%
3	Netral	28	33%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 22% sangat setuju, 45% setuju, dan 33% netral.

d. Deskripsi Indikator Empati

- 1) Keramahan karyawan dalam membantu atau menanggapi keluhan pelanggan.

Tabel 4.12

Tanggapan Responden terhadap keramahan karyawan dalam membantu atau menanggapi keluhan pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	8	9,3%
2	Setuju	32	37,2%
3	Netral	45	52,3%
4	Tidak Setuju	1	1,2%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 9,3% sangat setuju, 37% setuju, dan 52,3% netral, dan 1,2% tidak setuju.

2) Kejelasan karyawan dalam menyampaikan informasi.

Tabel 4.13

Tanggapan Responden terhadap kejelasan karyawan dalam menyampaikan informasi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	7	8,1%
2	Setuju	33	38,4%
3	Netral	43	50%
4	Tidak Setuju	3	3,5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 8,1% sangat setuju, 38,4% setuju, 50% netral, dan 3,5% tidak setuju.

e. Deskripsi Indikator Bukti Fisik

- 1) Interior dan ekterior pelayanan pelanggan ditata dengan rapi.

Tabel 4.14

Tanggapan Responden terhadap interior dan ekterior pelayanan pelanggan ditata dengan rapi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	10,5%
2	Setuju	31	36%
3	Netral	44	51,2%
4	Tidak Setuju	2	2,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 10,5% sangat setuju, 36% setuju, 51,2% netral dan 2,3% tidak setuju.

- 2) Karyawan profesional dalam melayani pelanggan.

Tabel 4.15

Tanggapan Responden terhadap Karyawan profesional dalam melayani pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	7	8,1%
2	Setuju	32	37,2%
3	Netral	45	52,3%
4	Tidak Setuju	2	2,3%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 8,1% sangat setuju, 37,2% setuju, 52,3% netral dan 2,3% tidak setuju.

2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen

a. Deskripsi Indikator Produk

- 1) Perasaan puas dengan produk yang memiliki kualitas jaringan dimana saja.

Tabel 4.16

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas dengan produk yang memiliki kualitas jaringan dimana saja

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	19	22%
2	Setuju	20	23%
3	Netral	18	21%
4	Tidak Setuju	24	28%
5	Sangat Tidak Setuju	5	6%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 23 November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 22% sangat setuju, 23% setuju, 21% netral, 28% tidak setuju dan 6% sangat tidak setuju.

2) Perasaan puas dengan kualitas jaringan 4G.

Tabel 4.17

Tanggapan Responden tentang Perasaan Puas kualitas jaringan 4G

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	18	21%
2	Setuju	40	47%
3	Netral	14	16%
4	Tidak Setuju	11	13%
5	Sangat Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 21% sangat setuju, 47% setuju, 16% netral, 13% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju.

3) Perasaan puas terhadap fitur yang disediakan kartu seluler anda (sms, mms, gprs, 4G).

Tabel 4.18

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas terhadap fitur yang disediakan kartu seluler anda (sms, mms, gprs, 4g)

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	15	17%
2	Setuju	43	50%
3	Netral	23	27%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 17% sangat setuju, 50% setuju, 27% netral, 5% tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju.

b. Deskripsi Indikator Pelayanan Karyawan

- 1) Perasaan puas terhadap pemberian layanan customer service online.

Tabel 4.19

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas terhadap pemberian layanan customer service online

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	12	14%
2	Setuju	26	30%
3	Netral	43	50%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 14% sangat setuju, 30% setuju, 50% netral, 5% tidak setuju dan 1% sangat tidak setuju.

- 2) Perasaan puas terhadap profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen.

Tabel 4.20

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas terhadap profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	3%
2	Setuju	24	28%
3	Netral	55	64%
4	Tidak Setuju	4	5%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 3% sangat setuju, 28% setuju, 64% netral dan 5% tidak setuju.

- 3) Perasaan puas terhadap layanan yang baik.

Tabel 4.21

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas terhadap layanan yang baik

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	3,5%
2	Setuju	43	50%
3	Netral	35	41%
4	Tidak Setuju	3	3,5%
5	Sangat Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 3,5% sangat setuju, 50% setuju, 41% netral, 3,5% tidak setuju dan 2% sangat tidak setuju.

- 4) Perasaan puas terhadap karyawan pelayanan yang sopan dan ramah.

Tabel 4.22

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas terhadap karyawan pelayanan yang sopan dan ramah

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	10%
2	Setuju	35	41%
3	Netral	42	49%
4	Tidak Setuju	0	0%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 10% sangat setuju, 41% setuju dan 49% netral.

c. Deskripsi Indikator Citra Merek

- 1) Perasaan puas terhadap kesesuaian harga dengan kualitas merek

Tabel 4.23

Tanggapan Responden Perasaan Puas Terhadap
Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Merek

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	11	13%
2	Setuju	35	41%
3	Netral	32	37%
4	Tidak Setuju	8	9%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 13% sangat setuju, 41% setuju, 37% netral, dan 9% tidak setuju.

- 2) Perasaan puas dengan merek kartu seluler yang anda gunakan memiliki karyawan yang cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan.

Tabel 4.24

Tanggapan Responden Tentang Perasaan Puas Dengan
Merek Kartu Seluler Yang Anda Gunakan Memiliki
Karyawan Yang Cepat Tanggap Terhadap Keluhan
Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	3	3,5%
2	Setuju	21	24,4%
3	Netral	51	59%
4	Tidak Setuju	11	13,1%
5	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan

keterangan kepada pelanggan, 3,5% sangat setuju, 24,4% setuju, 59% netral, dan 13,1% tidak setuju.

3) Perasaan puas dengan produk seluler yang memiliki kualitas tinggi.

Tabel 4.25

Tanggapan Responden tentang Perasaan puas dengan produk seluler yang memiliki kualitas tinggi

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Setuju	9	10,4%
2	Setuju	38	44%
3	Netral	27	31,3%
4	Tidak Setuju	8	9,3%
5	Sangat Tidak Setuju	4	5%
Jumlah		86	100%

Sumber : Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pertanyaan tentang karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan, 10,4% sangat setuju, 44% setuju, 31,3% netral, 9,3% tidak setuju dan 5% sangat tidak setuju.

C. Hasil Analisis Data

1. Deskripsi Hasil Dimensi Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil deskripsi indikator di atas dapat dipahami bahwa dimensi yang terdapat dikualitas pelayanan terdapat lima dimensi diantaranya dimensi kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik. Dimensi kehandalan, daya tanggap dan jaminan

menunjukkan bahwa responden lebih banyak memilih setuju dibandingkan dengan netral dan tidak setuju, sedangkan dimensi empati dan bukti fisik responden lebih banyak memilih netral atau biasa saja dibandingkan dengan setuju dan tidak setuju.

2. Uji Validitas

Pengujian validitas menggunakan korelasi bivariat yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel, dengan ketentuan signifikansi $<0,05$ berarti valid dan signifikansi $>0,05$ berarti tidak valid. Berikut ini hasil uji validitas masing-masing indikator :

Tabel 4. 26

Hasil Uji Validitas

Variabel		Nilai korelasi	Signifikansi	keterangan
Kualitas Pelayanan (X)				
Keandalan	P1	0,785	0,000	Valid
	P2	0,840	0,000	Valid
Daya Tanggap	P3	0,767	0,000	Valid
	P4	0,806	0,000	Valid
Jaminan	P5	0,844	0,000	Valid
	P6	0,562	0,012	Valid
Empati	P7	0,652	0,003	Valid
	P8	0,687	0,001	Valid
Bukti Fisik	P9	0,746	0,000	Valid
	P10	0,836	0,000	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)				
Produk	P11	0,645	0,003	Valid
	P12	0,868	0,000	Valid
	P13	0,856	0,000	Valid
Pelayanan	P14	0,720	0,001	Valid

	P15	0,726	0,000	Valid
	P16	0,889	0,000	Valid
	P17	0,793	0,000	Valid
Citra Merek	P18	0,745	0,000	Valid
	P19	0,844	0,000	Valid
	P20	0,830	0,000	Valid

Sumber : data primer diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan dari setiap indikator variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen dikatakan valid sebab signifikansi < 0,05.

3. Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Apabila nilai *cronbach's alpha* suatu variabel > 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha* suatu variabel < 0,6 maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Berikut ini hasil uji reabilitas masing-masing indikator.

Tabel 4.27

Hasil Uji Reabilitas

Variabel		Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	keterangan
Kualitas Pelayanan (X)			
Keandalan	P1	0,897 > 0,6	Reliabel
	P2	0,894 > 0,6	Reliabel
Daya Tanggap	P3	0,899 > 0,6	Reliabel
	P4	0,896 > 0,6	Reliabel
Jaminan	P5	0,894 > 0,6	Reliabel

	P6	0,913 > 0,6	Reliabel
Empati	P7	0,911 > 0,6	Reliabel
	P8	0,904 > 0,6	Reliabel
Bukti Fisik	P9	0,900 > 0,6	Reliabel
	P10	0,894 > 0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)			
Produk	P11	0,934 > 0,6	Reliabel
	P12	0,922 > 0,6	Reliabel
	P13	0,921 > 0,6	Reliabel
Pelayanan	P14	0,930 > 0,6	Reliabel
	P15	0,929 > 0,6	Reliabel
	P16	0,920 > 0,6	Reliabel
	P17	0,925 > 0,6	Reliabel
Citra Merek	P18	0,928 > 0,6	Reliabel
	P19	0,923 > 0,6	Reliabel
	P20	0,923 > 0,6	Reliabel

Sumber : data primer diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing pertanyaan dari setiap indikator variabel kualitas pelayanan dan variabel kepuasan konsumen dikatakan reliabel sebab nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6.

4. Analisis Regresi Linear Sederhana

Pada penelitian ini teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana, metode ini digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan) yang terdiri dari indikator kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik terhadap variabel terikat (Kepuasan Konsumen) yang terdiri dari indikator produk, pelayanan karyawan dan citra merek. Berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen :

Tabel 4.28

Hasil Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	T hitung	Signifikan
(Constanta)	12.711		
Kualitas Pelayanan	0,613	4,839	0,000

Sumber: Data primer yang diolah, November 2018.

Berdasarkan tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa, persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 12,711 + 0,613x$$

Keterangan :

1. Angka konstanta nilainya sebesar 12,711. Angka ini merupakan angka konstanta yang mempunyai arti bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan (x) maka nilai konsisten kepuasan konsumen (y) adalah sebesar 12,711.
 2. Nilai *coeffisien* regresi kualitas pelayanan (x) sebesar 0,613. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% tingkat kualitas pelayanan (x), maka kepuasan konsumen (y) akan meningkat sebesar 0,613. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan (x) dan kepuasan konsumen (y) positif.
5. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 4.26 dapat diketahui bahwa hasil uji hipotesis sebagai berikut. Uji hipotesis atau uji pengaruh berfungsi

untuk mengetahui apakah koefisien regresi tersebut signifikan atau tidak. Sekedar mengingatkan bahwa hipotesis yang peneliti ajukan dalam analisis regresi linear sederhana ini adalah :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen.

Sementara itu untuk memastikan apakah koefisien regresi tersebut berpengaruh atau tidak (dalam arti variabel kualitas pelayanan (x) berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (y)), peneliti melakukan uji hipotesis dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

Berdasarkan tabel 4.26 dapat disimpulkan bahwa, nilai t hitung dari tabel tersebut sebesar 4,389 yang akan peneliti bandingkan dengan t tabel.

Kaidah pengujian :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Nilai t tabel dapat dicari dengan menggunakan tabel *t-student* sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
T \text{ tabel} &= t_{(\alpha/2)(n-2)} \\
&= t_{(0,05/2)(86-2)} \\
&= t_{(0,025)(84)} \\
&= 1,988
\end{aligned}$$

Berdasarkan hasil di atas ternyata $t \text{ hitung} = 4,839 > t \text{ tabel} = 1,988$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga hasilnya “terdapat pengaruh kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen”. Hal tersebut sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Molden Erlando dkk, bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen.⁷³

D. Pembahasan

1. Analisis Kuantitatif

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dalam penelitian ini kuesioner yang disebarkan telah diuji dengan uji validitas dan uji reabilitas terlebih dahulu untuk mengetahui kuesioner yang akan disebarkan layak atau tidak. Pengujian validitas dan reabilitas kuesioner dilakukan dengan 19 orang di luar sampel penelitian. Uji

⁷³ Molden Elrado H, Srikandi kumadji, Edy Yulianto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepercayaan dan Loyalitas”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15,No.2, Oktober 2014, h. 3.

validitas pada penelitian ini menggunakan metode korelasi *product moment* dan uji reabilitasnya menggunakan *alpha cronbach*.

Hasil uji validitas dan uji reabilitas diolah menggunakan program *SPSS 16,0 For Window's*. Hasil yang diperoleh dari uji validitas dan uji reabilitas dapat dilihat pada tabel 4.26 dan tabel 4.27. Kuesioner pada variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen totalnya berjumlah 20 butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid serta reliabel.

Sementara berdasarkan hasil uji t yang terdapat pada tabel 4.28 diketahui hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yakni $4,839 > 1,988$. Nilai tersebut dapat membuktikan bahwa hipotesis diterima, maka dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen.

Lebih lanjut Danang Sunyoto menjelaskan bahwa, kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, kualitas pelayanan akan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah

daripada yang diharapkan, kualitas pelayanan akan dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia layanan jasa untuk memenuhi harapan pelanggan.⁷⁴

Berdasarkan hasil analisis data dengan uji t di atas, dimana terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro. Berdasarkan fakta tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang tidak terpisahkan dalam kepuasan konsumen, karena besar kecilnya nilai kualitas pelayanan akan berpengaruh terhadap naik turunnya tingkat kepuasan konsumen.

2. Analisis Kualitatif

Berdasarkan hasil analisis kuantitatif di atas membuktikan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan perusahaan seluler terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, untuk memperkuat hasil tersebut peneliti melakukan pengamatan secara langsung terhadap salah satu galeri perusahaan seluler yang ada di Metro serta melakukan wawancara kepada petugas *customer service* galeri tersebut.

⁷⁴ Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service, 2014), h. 240.

Berdasarkan hasil wawancara dengan petugas pelayanan tersebut menyatakan bahwasanya dari dimensi keandalan mereka senantiasa memperlihatkan ketelitian dan ketepatan serta kehati-hatian pada saat melayani konsumen. Sedangkan dari dimensi daya tanggap mereka meresponi dengan sopan dan ramah terhadap semua konsumen. Sementara dari dimensi jaminan petugas pelayanan menjamin keamanan data konsumen serta tidak ada orang lain yang dapat menggunakan data tersebut. Selanjutnya dimensi empati petugas pelayanan telah memberikan yang terbaik untuk konsumennya. Kemudian dimensi bukti fisik petugas pelayanan telah menyediakan fasilitas-fasilitas untuk melayani konsumen dengan baik⁷⁵.

Berdasarkan hasil wawancara di atas, dapat dipahami bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh petugas pelayanan perusahaan seluler sudah berjalan dengan cukup baik dengan dilihat dari kelima dimensi tersebut. Namun, pada kenyataannya terdapat dua dimensi yang menurut konsumen perlu dilihat kembali untuk meningkatkan kepuasan konsumen yakni dimensi empati dan bukti fisik. Dimensi empati merupakan perhatian individual, karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode, sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik, karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka, dan jam bisnis yang nyaman. Sementara dimensi bukti fisik

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Sely, *Customer Service* Galeri Indosat, Pada 30 November 2018.

merupakan tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan, dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas pelayanan Perusahaan Seluler terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Metro” yang telah dibahas sebelumnya yang menggunakan metode kuantitatif yang menghasilkan perhitungan-perhitungan statistik, maka peneliti menarik kesimpulan bahwa dalam perhitungan uji t diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ($4,839 > 1,988$) sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak, dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Dengan hipotesis alternatif diterima maka dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (x) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (y). Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (x) sebesar 0,613. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi tersebut bernilai positif, berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen pada perusahaan seluler. Variabel bebas kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata terhadap variabel terikat kepuasan konsumen yang berarti kualitas pelayanan perusahaan seluler memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah IAIN Metro. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat dilihat pada perhitungan nilai koefisien regresi.

B. Saran

1. Bagi Perusahaan Seluler

Saran yang dapat diberikan terkait penelitian ini yaitu perusahaan seluler sebaiknya berupaya mempertahankan dan meningkatkan pelayanan terhadap empati dan bukti fisik. Perusahaan diharapkan memberikan kualitas pelayanan yang optimal kepada konsumen seperti memberikan perhatian kepada konsumen, memahami apa yang dibutuhkan konsumen serta menyediakan fasilitas yang lebih memadai lagi bagi konsumen yang datang ke Galeri. Sebab indikator empati dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. Bagi IAIN Metro

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan khazanah keilmuan dibidang ekonomi syariah yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

3. Bagi Konsumen

Dalam melakukan pembelian konsumen harus lebih teliti dalam memilih barang atau jasa yang akan digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011.
- Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005.
- Cholid Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara, 2016.
- Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service, 2014.
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya Special For Women*, Bogor: Syamil Al-Quran, 2007.
- Donni Juni Prinsa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Dwi Hapsari, Skripsi *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen Di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam*, Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, yogyakarta : Andi Offset, 2013.
- Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, *Service Quality & Satisfaction*, Yogyakarta : Andi offset, 2011.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Reserch Sosial*, Bandung : Mandar Maju, 1996.
- Kominfo.go.id*, 1 oktober 2018.
- Lina Prahastuti, Skripsi *“Analisis Pengaruh Kulaitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Loyalitas Konsumen Indosat (Studi Pada Pelanggan Indosat di Wilayah Semarang)”*, Semarang: Universitas Di Ponegoro, 2011.
- Meilia Nur Indah, *Statistik Deskriptif dan Induktif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Molden Elrado H, Srikandi kumadji, Edy Yulianto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kepercayaan dan Loyalitas”, dalam *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol.15,No.2, Oktober 2014.

- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif Analisis Isi dan Analisis Sekunder*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Indeks, 2007.
- Ridwan dan Akdon, *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistik*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiono, *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta : Rajawali Pers, 2014.
- S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta : Bumi Aksara, 2014.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta, 2017.
- Syofiyani Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta, 2010.
- Sofiyani Effendi, *Metode Penelitian survei*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- Teungku Muhammad Hasbi Ash-Syaddieqy, *Tafsir Al-Quran Majid An-Nuur*, Semarang: Pustaka Rizki Putra, 2000.
- Vera Komalasari, Skripsi “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penumpang Jakarta Bisnis Pada Perum Damri Di Kota Metro*”, Metro: Universitas Muhammadiyah Metro, 2013.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; email: iaimetro@metrouniv.ac.id

Nomor : 1009/In.28.3/D.1/PP.00.9/05/2018

Lampiran : -

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Dra. Siti Nurjanah, M.Ag

2. Esty Apridasari, M.Si

di – Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Selvia Yesta Utami

NPM : 14110374

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)

Judul : Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Terhadap Trust In Brand Operator Seluler (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Iain Metro)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi:
 - a. Pembimbing I, mengoreksi out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
 - b. Pembimbing II, mengoreksi proposal, out line, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang dikeluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
 - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
 - b. Isi ± 3/6 bagian.
 - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh



Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

APD

KUESIONER

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN METRO)**

Responden Yth,

Bersama dengan ini saya sebarakan kuesioner untuk melengkapi data-data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang sedang saya lakukan dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN METRO)”**

Saya mohon kesediaan responden yang terhormat agar kiranya sudi membantu mengisi kuesioner yang telah saya susun ini. Responden diharapkan membaca dengan cermat dan teliti setiap pertanyaan sebelum mengisinya, atas segala perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya



Selvia Yesta Utami

I. Data Responden

Berilah tanda (√) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda:

NAMA :

NPM :

1. Jenis Kelamin

Pria

Wanita

2. Semester

Tiga

Lima

Tujuh

3. Operator Seluler yang digunakan (pilih salah satu saja)

Indosat

Telkomsel

Tri

Axis

II. Kualitas Pelayanan

Petunjuk Pengisian:

Isilah jawaban sesuai dengan pendapat anda dengan memberi satu tanda contreng pada kotak yang tersedia.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

N = Netral (Biasa Saja) (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

KUALITAS PELAYANAN

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan perusahaan seluler jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan.					
2	Karyawan melakukan pendataan secara tepat.					
3	Respon karyawan sangat ramah dalam menyambut kedatangan pelanggan ke galeri.					
4	Karyawan memberikan respon yang baik apabila pelanggan complain.					
5	Perusahaan seluler menjamin data pada saat melakukan registrasi kartu.					
6	Karyawan perusahaan seluler mempunyai pengetahuan yang memadai seputar operator seluler.					
7	Keramahan karyawan dalam membantu atau menanggapi keluhan pelanggan.					
8	Kejelasan karyawan dalam menyampaikan informasi.					
9	Interior dan ekterior pelayanan pelanggan ditata dengan rapi.					
10	Karyawan profesional dalam melayani pelanggan.					

III. KEPUASAN KONSUMEN

Petunjuk Pengisian:

Isilah jawaban sesuai dengan pendapat anda dengan memberi satu tanda conteng pada kotak yang tersedia.

Keterangan:

SS	= Sangat Setuju	(Skor 5)
S	= Setuju	(Skor 4)
N	= Netral (Biasa saja)	(Skor 3)
TS	= Tidak Setuju	(Skor 2)
STS	= Sangat Tidak Setuju	(Skor 1)

KEPUASAN KONSUMEN

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Perasaan puas dengan produk yang memiliki kualitas jaringan dimana saja.					
2	Perasaan puas dengan kualitas jaringan 4g.					
3	Perasaan puas terhadap fitur yang disediakan kartu seluler anda (sms, mms, gprs, 4g).					
4	Perasaan puas terhadap pemberian layanan customer service online.					
5	Perasaan puas terhadap profesionalitas karyawan dalam memberikan tanggapan terhadap konsumen.					
6	Perasaan puas terhadap layanan yang baik.					
7	Perasaan puas terhadap karyawan pelayanan yang sopan dan ramah.					
8	Perasaan puas terhadap kesesuaian harga dengan kualitas merek.					
9	Perasaan puas dengan merek kartu seluler yang anda gunakan memiliki karyawan yang cepat tanggap terhadap keluhan pelanggan.					
10	Perasaan puas dengan produk seluler yang memiliki kualitas tinggi.					

IV. Wawancara dengan petugas pelayanan

Data Responden:

Nama :

Jabatan:

- Bagaimana sistem pelayanan yang diberikan oleh galeri indosat?
- Fasilitas apasaja yang digunakan dalam melakukan pelayanan?
- Pelayanan apasaja yang dilakukan oleh galeri indosat?

Metro, 16 November 2018

Peneliti,



Selvia Yesta Utami

NPM.14119374

Pembimbing I



Dra. Hj. Siti Nurjanah, M. Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Pembimbing II



Esty Apridasari, M. Si
NIP. 19880427 201503 2 005



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *Website*: www.febi.metrouniv.ac.id; *e-mail*: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 2447/In.28/D.1/TL.00/11/2018
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Dekan FEBI Jurusan Ekonomi
Syari`ah
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2446/In.28/D.1/TL.01/11/2018, tanggal 02 November 2018 atas nama saudara:

Nama : **SELVIA YESTA UTAMI**
NPM : 14119374
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di FEBI Jurusan Ekonomi Syari`ah, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARI`AH IAIN METRO)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 02 November 2018
Wakil Dekan I,



[Signature]
Drs. H.M. Saleh MA
NIK 19650111 199303 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
 Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 2446/In.28/D.1/TL.01/11/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : **SELVIA YESTA UTAMI**
 NPM : 14119374
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di FEBI Jurusan Ekonomi Syari'ah, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUSAHAAN SELULER TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARI'AH IAIN METRO)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 02 November 2018

Mengetahui,
 Pejabat Setempat

M. Mahrus Sa'adon, S.E.
 NIP. 19701109 1998 031005

Wakil Dekan I,

H.M. Saleh
 Drs. H.M. Saleh MA
 NIP 19650111 199303 1 0014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-0932/In.28/S/OT.01/12/2018

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 14119374.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 11 Desember 2018
Kepala Perpustakaan



Drs. Mokhtardi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

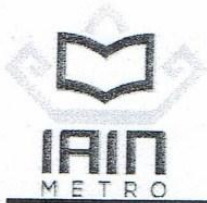
No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 10-12-18	L	Perbaiki Jelas Arab ayat al-Qur'an Dari kanan ke kiri Ace untuk saya kan ke sidang munawar	ly.

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	Jumat 7-12-18	✓	Perbaikan ' kata Orisinalitas bukan Orizinitas - Cuplup; tanda toge dan meterai jangan menyalah kan salah pada kata penyantun	hy. hy. hy.

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	Selasa/ 4-12-18	✓	Perbaikan data keaslian keplagiasi, uraian ajud kerabat dan member Al Quran	ly

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX /2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	kamis 29-11-2018	✓	<ul style="list-style-type: none">- Tulis Sumber data tentang sejarah.- Beri penjelasan setiap bahasan.- Data Angket di buat lanscap.- Diberi Penjelasan pada analisis.- Kesimpulan ditam- bah hasil analisis.	

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat/ 16-11-18	✓	ACC APD Conjert ✓	hy

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis / 15 November 2018	✓	<ul style="list-style-type: none">- Bertanya dengan Galeri Operator nya.- Bagaimana pelayanan yg diberikan, dan suport hand-phone terhadap produk yang dijual.- Angkat nya dityukan untuk Operator nya.	hy

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	Rabu/ 24-10-18	✓	tee bab 1-III lanjuth proses berikutnya	hy

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurianah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	Senin/ 22-10-18	~	Masih belal menulis Footnote dari sumber yang sudah ada sebelumnya	hy

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	TandaTangan
	Rabu / 17 Oktober 2018	✓	<ul style="list-style-type: none">- Tafsir Ayat dilihat kembali- Kata dia di pasif kan menjadi dinyatakan- Pertanyaan dilelaskan secara spesifik- Footnote di beri dua kata saja judul buku- Margin dilihat kembali	hy' hy' hy'

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 11-10-18	✓	Fee outflow Conjunct	hy

Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0726) 41507; Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Selvia Yesta Utami
NPM : 14119374

Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/ESy
Semester/TA : IX/2018

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat / 5-10-2018	✓	Perbaiki Outline	

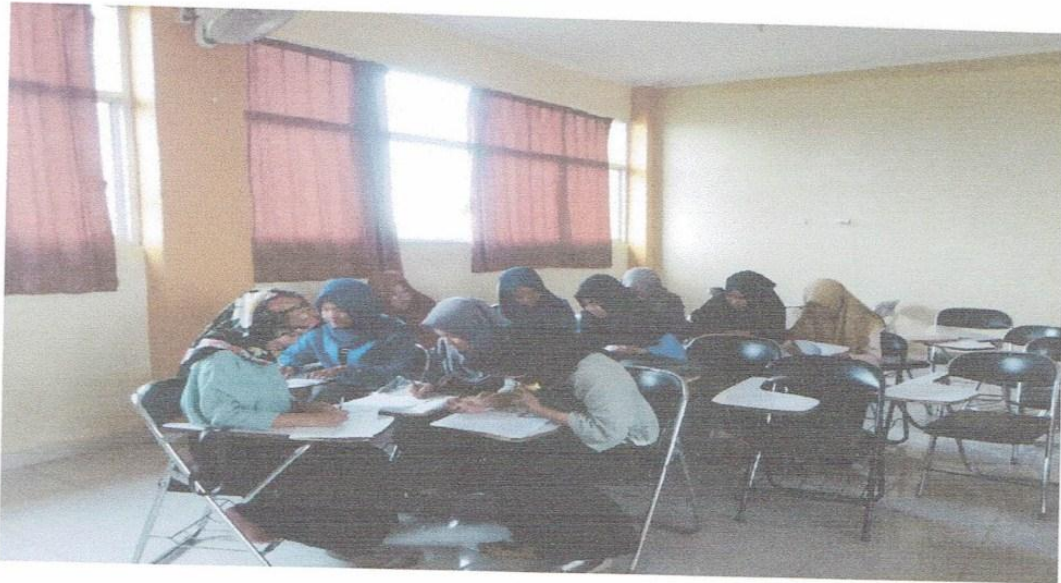
Dosen Pembimbing I,

Dra. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag
NIP. 19680530 199403 2 003

Mahasiswa Ybs,

Selvia Yesta Utami
NPM. 14119374

LAMPIRAN-LAMPIRAN



Pengisian Kuesioner Angket Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.



Pengisian Kuesioner Angket Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.



Pengisian Kuesioner Angket Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.



Pengisian Kuesioner Angket Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah.



Wawancara Terhadap Petugas Pelayanan Galeri Indosat.



Pelayanan Konsumen di Galeri Indosat.

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Selvia Yesta Utami dilahirkan di Desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat, pada tanggal 26 Mei 1996. Peneliti adalah anak pertama dari tiga bersaudara. Peneliti menempuh pendidikan pertama di SD Negeri 2 Padang Cahya yang diselesaikan pada tahun 2008, lalu pendidikan dilanjutkan di MTs Negeri 1 Liwa yang diselesaikan tahun 2011, kemudian peneliti melanjutkan pendidikan tingkat menengah atas di MA Negeri 1 Liwa yang diselesaikan pada tahun 2014. Setelah itu pada tahun 2014 peneliti mendaftar di STAIN Jurai Siwo Metro dimana sekarang telah beralih status menjadi IAIN Metro. Peneliti terdaftar sebagai Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Metro.