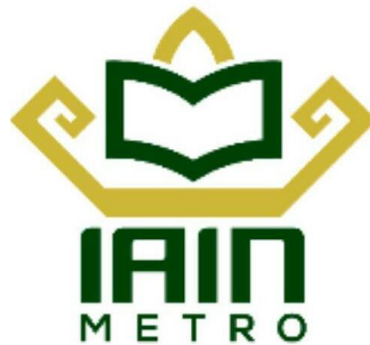


SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Alfamart Di Kec. Purbolinggo)**

Oleh:

**YUN FARIDA
NPM. 13104874**



**Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H/2018 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Alfamart Di Kec.Purbolinggo)**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E)**

Oleh:

**Yun Farida
NPM. 13104874**

**Pembimbing I : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH.
Pembimbing II : Nety Hermawati, SH., MA., MH.**

**Jurusan: Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1439 H/2018 M**

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus
Alfamart di Kec. Purbolinggo)**

Nama : **Yun Farida**
NPM : 13104874
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Telah disetujui untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Hj. Siti Zubaidah, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, Januari 2018
Pembimbing II



Nety Hermawati, SH., MA., MH
NIP. 19740904 200003 2 002



**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.syariah.metrouniv.ac.id; e-mail: syariah.iaim@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : 0351./In.28.3/D/PP.00.9/O2/2018..

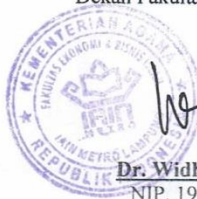
Skripsi dengan Judul: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus Alfamart di Kec. Purbolinggo), disusun oleh Yun Farida, NPM.13104874, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas: Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin / 22 Januari 2018.

TIM MUNAQOSYAH:

Ketua/Moderator : Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
Penguji I : Hermanita, SE., MM
Penguji II : Nety Hermawati, SH., MA., MH
Sekretaris : Titut Sudiono, M.E.Sy

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

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : Pengajuan Skripsi untuk Dimunaqsyah
Saudari Yun Farida

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
Di _ Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.


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

Nama : **Yun Farida**
NPM : 13104874
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Kasus
Alfamart di Kec. Purbolinggo)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat dimunaqsyahkan Demikianlah
harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I


Hj. Siti Zulfikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Metro, Januari 2018
Pembimbing II


Nety Hermawati, SH., MA., MH
NIP. 19740904 200003 2 002

ABSTRAK**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM****(Studi Kasus Alfamart Di Kec. Purbolinggo)****Oleh:****YUN FARIDA**

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat dilakukan dalam mewujudkan keinginan dan harapan sehingga akan terciptanya kepuasan bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang ada. Islam telah mengajarkan kepada umatnya bahwa setiap tindakan bisnis yang dilakukan telah ada etika bisnis Islam yang mengaturnya. Sementara dalam praktiknya di Alfamart kec. Purbolinggo masih ada bentuk pelayanan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data, wawancara dan dokumentasi. Dalam hal ini, kegiatan wawancara dilakukan dengan kepala toko, karyawan toko, dan beberapa sampel konsumen.

Dari hasil penelitian ternyata ada beberapa bentuk pelayanan yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Ada pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan standar pelayanan yang ada di Alfamart, ada pelayanan yang diberikan tidak sesuai janji yang telah diberikan kepada konsumen, ada pelayanan yang tidak adil dalam melayani konsumen dan tidak adanya waktu khusus yang diberikan pihak Alfamart untuk beribadah, membuat masih adanya pelayanan yang dilakukan ketika memasuki waktu sholat.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

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

Metro, Januari 2018

Yang menyatakan,



Yun farida

NPM. 13104874

MOTTO

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ
 اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾

Artinya:

“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.”(QS. Luqman [31]: 18).

PERSEMBAHAN

Syukur Alhamdulillah peneliti persembahkan untuk kehadiran Allah SWT, berkah Rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka memenuhi tugas dan sebagian syarat memperoleh gelar Strata Satu Ekonomi Syariah (S.E). Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:

1. Kedua Orang Tuaku yang terkasih dan tercinta, Ayahanda Tohiri dan Ibunda Siti Maisaroh yang senantiasa dengan tulus ikhlas mendoakan dan membimbingku dengan kasih sayang yang luar biasa.
2. Kakak saya Lailia Kurniati yang selalu memberikan dukungan moril dan materil.
3. Terima Kasih untuk Ruli Fahsal Kurniawan yang selalu memberikan dukungan moril dan materil dari awal kuliah hingga akhir.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan, Eka Maya, Norra Anggreini, Rif'atul Muzayyanah, Rizka Ludfia Janah, Wahyu Septiani, Ardi Imam Saputra, dan Suwardiono yang selalu memberikan semangat pantang menyerah dan telah membantu dari awal hingga akhir.
5. Sahabat-sahabat tercinta, Agus Triyana Putra, Amiliya Rosalina, Elisa Lestari, Sri Nurhayati, Rizki Nurhayati yang selalu memberikan semangat dan dukungannya.
6. Almamater kebanggaanku IAIN Metro.
7. Sahabat Ekonomi Syariah angkatan 2013 kalian semua luar biasa.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, bersyukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan S1 Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro, Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Hj. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH. dan Nety Hermawati, SH.,MA.,MH.. selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada kepala toko Alfamart Bambang Prasetyo dan Yunike Kristanti, yang telah menyediakan waktu dan membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. Rasa sayang dan terimakasih peneliti haturkan kepada Ayahanda dan Ibunda tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi sangat diharapkan dan akan diterima dengan lapang dada. Dan akhirnya semoga hasil penelitian yang telah dilakukan kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Metro, 2 Januari 2018

Peneliti,



Yun Farida

NPM.13104874

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	7
D. Penelitian Relevan	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Layanan	
1. Kualitas	11
2. Bauran Pemasaran	12
3. Kualitas Pelayanan.....	14
B. Perilaku Konsumen	
1. Definisi Perilaku Konsumen.....	17
2. Proses Pengambilan Keputusan konsumen	19
3. Motif Pembelian (<i>Buying Motive</i>)	21
4. Gaya Belanja.....	22
C. Etika Bisnis Islam	
1. Etika Bisnis.....	23
2. Etika Bisnis Islam	24
3. Permasalahan Umum Dalam Etika Bisnis.....	27

4. Ayat-Ayat yang Terkait Etika Pelayanan	28
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	31
B. Sumber Data	32
C. Teknik Pengumpulan Data	33
D. Teknik Analisis Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Daerah Penelitian	
1. Sejarah Berdirinya Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo	37
2. Struktur Organisasi Alfamart di Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo	41
B. Standar Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur	46
C. Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo	47
D. Pengaruh Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR LAMPIRAN

- 1. Alat Pengumpul Data**
- 2. Out Line**
- 3. Bimbingan Konsultasi**
- 4. Surat Tugas**
- 5. Izin Research**
- 6. Surat Keterangan Bebas Pustaka**
- 7. Surat Keterangan Bimbingan Konsultasi**
- 8. Halaman Persetujuan**
- 9. Halaman Pengesahan**
- 10. Halaman Nota Dinas**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan bisnis berkembang begitu pesat, sehingga setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Kebutuhan manusia itu luas, kompleks, dan banyak.¹ Akhirnya timbul kebutuhan yang penting dan sangat spesifik yang disebut keinginan (*want*). Keinginan adalah bentuk asal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.² Perusahaan dituntut untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan serta berusaha memenuhi harapan konsumen sehingga perusahaan akan mampu memberikan kepuasan kepada para konsumennya dengan memberikan pelayanan yang baik.

Konsumen yang merasa sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, dan tidak terlalu memperhatikan merek pesaing serta tidak terlalu sensitif terhadap harga. Namun, tidak dengan seorang konsumen yang merasa tidak puas, mereka dapat melakukan tindakan pengembalian produk.

¹ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h. 372.

² *Ibid.*, h. 373.

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya sangat ditentukan oleh ketepatan strategi yang digunakan. Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat dilakukan dalam mewujudkan keinginan dan harapan sehingga akan terciptanya kepuasan bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang ada. Setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang ada, serta mereka akan membeli ulang di tempat yang sama atau bahkan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang sama pula. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai mementingkan kualitas pelayanan yang ada didalamnya, karena kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang berharga untuk keberlangsungan suatu perusahaan.

Keputusan merupakan permulaan dari semua kegiatan manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual, kelompok maupun secara intuisional. Keputusan ditujukan untuk masa yang akan datang, hasilnya akan berguna pada hari-hari yang akan datang, sementara hari yang akan datang itu tidak menentu serta penuh dengan beraneka macam resiko. Keputusan akan menciptakan masalah (aktivitas), tetapi keputusan juga akan menyelesaikan masalah. Pengambilan keputusan memang membutuhkan ketelitian, pengalaman, dan pertimbangan-pertimbangan yang mendalam. Hasil yang akan dicapai dengan pengambilan keputusan yang sehat dan bijak ini akan

nyata, tahan lama dan bukan hanya merupakan bayang-bayang dan sesuatu yang tidak kekal.³

Manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya dipahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya.⁴

Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Al-Qur'an sering kali mengungkap bahwasannya pekerjaan dagang adalah sebuah pekerjaan yang paling menarik.⁵ Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap tindakan bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah Islam. Hal ini dilakukan supaya masyarakat khususnya umat muslim tidak terjebak dalam hal yang dilarang oleh agama Islam.

Sebagaimana yang tercantum dalam Al Qur'an Surah Al Israa' ayat 53.

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ
كَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

Artinya:

"Dan Katakanlah kepada hamha-hamba-Ku: "Hendaklah mereka mengucapkan Perkataan yang lebih baik (benar). Sesungguhnya syaitan itu

³ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), h. 40.

⁴ Faisal badroen., et al., *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Fajar Interpretama, 2012), h.12.

⁵ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis*, h. 17

menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagi manusia(QS. Al Israa' [17]: 53)⁶

Ada beberapa hal dalam ayat diatas yang dapat dikaitkan dengan kualitas pelayanan, yaitu agar berbicara terhadap sesama hendaklah dengan nada yang lembut dan sopan. Karena dengan berbicara lembut dan sopan tentu akan meninggalkan kesan yang baik terhadap kita. Selain itu, karyawan/pelayan yang mampu berbicara lembut dan sopan kepada konsumen akan memberikan kesan tersendiri dan mendapatkan nilai positif dimata konsumen.

Salah satu bisnis yang banyak bermunculan saat ini adalah bisnis retailer. Bisnis ini dikenal oleh konsumen menyediakan jasa pelayanan *self service* (di samping konsumen bisa sepenuhnya memilih produk, tetapi mereka juga bisa berlama-lama sambil mengobrol dengan pelayannya atau sama teman yang kebetulan bertemu disitu).⁷

Alfamart adalah salah satu bisnis retailer yang berbasis *minimarket*, yang menyediakan kebutuhan rumah tangga dalam berbagai macam merk. Bisnis tersebut juga bisa dikatakan berkembang sukses, bisa dilihat dari perkembangannya Alfamart terdapat disetiap kota-kota bahkan telah memasuki di desa-desa. Terdapat standar pelayanan Konsumen yang disebut TSS (Tatap, Senyum, Sapa), menawarkan keranjang belanjaan bila konsumen membawa barang belanjaan lebih dari dua atau tiga.⁸

⁶ QS. Al Israa ayat 53. Terjemahan dari Al-Jumanatul penerbit "J-Art"

⁷ Ali hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h.132.

⁸ Wawancara dengan Bapak Bambang Prasetyo, kepala Toko Alfamart Bungur Purbolinggo, pada Tanggal 8 April 2017.

Berdasarkan wawancara peneliti dengan kepala Toko Alfamart Merdeka Purbolinggo, bahwa selama ini belum ada konsumen/pembeli yang komplain dengan pelayanan kami. Tentu hal seperti itu sebisa mungkin dihindari karena akan merusak citra Alfamart. Pada saat ini jika ada konsumen/pembeli yang merasa tidak puas dengan pelayanan atau yang lainnya mereka lebih senang mengupdatenya di sosial media daripada langsung memberikan kritik dan sarannya.⁹

Keberadaan toko tidak akan lengkap tanpa adanya pembeli (konsumen), toko didirikan untuk memfasilitasi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan konsumen saat membeli. Konsumen dapat meneruskan maupun meninggalkan keputusan belinya. Untuk meningkatkan minat konsumen dalam berbelanja, kepala toko harus memprediksi berbagai hal yang mungkin menjadi pertimbangan konsumen.

Untuk menciptakan pelanggan yang tinggi, sebuah perusahaan harus mampu menemukan pelayanan yang mampu diterima atau dirasakan oleh pelanggan sesuai atau bahkan melebihi apa yang diharapkan konsumen. Jadi semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi minat konsumen dalam berbelanja. Di Kec. Purbolinggo terdapat Alfamart yang jarak dari Alfamart satu dengan Alfamart lainnya tidak berjauhan. Disinilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat konsumen dalam berbelanja. Karena ketatnya persaingan tentunya akan memunculkan pertanyaan, Alfamart mana yang lebih baik dan

⁹ Wawancara dengan Ibu Yunike, Kepala Toko Alfamart Merdeka Purbolinggo, pada Tanggal 8 April 2017.

faktor apa saja yang membuatnya lebih unggul. Hal tersebut tentu menimbulkan persaingan antara Alfamart satu dengan yang lainnya, dan akan berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang sebaik mungkin kepada konsumen.

Berdasarkan pengamatan peneliti dan wawancara dengan konsumen di kedua Alfamart tersebut bahwa adanya karyawan yang masih belum menerapkan standar SOP, serta adanya pelayanan yang dilakukan kurang maksimal. Oleh karena itu, berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk mengadakan pengkajian lebih dalam tentang bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan konsumen berbelanja.

Maka dari itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Alfamart Di Kec. Purbolinggo).”**

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah sebagaimana diuraikan di atas, dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut: “Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah: Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja dalam perspektif etika bisnis Islam di Alfamart Kec. Purbolinggo.

Adapun kegunaan dari penelitian ini, diharapkan dapat berguna atau bermanfaat baik secara praktis maupun teoritis. Yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Dapat menambah informasi dan wawasan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja dalam perspektif etika bisnis Islam di Alfamart Kec. Purbolinggo.
2. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat pula sebagai sumbangan pemikiran bagi pihak lain atau peneliti berikutnya yang kelak dapat digunakan sebagai bahan kajian lebih lanjut.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.¹⁰ Terdapat beberapa penelitian yang berhubungan dengan permasalahan yang diangkat dalam pembahasan atau topik penelitian ini. Oleh karena itu didalam kajian ini dipaparkan tentang penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ria Kartini yang berjudul “Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Multimart Simbarwaringin Kabupaten Lampung Tengah”. Dalam penelitian ini yang diteliti oleh peneliti dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Multimart Simbarwaringin Kabupaten Lampung Tengah.¹¹

Penelitian Ria Kartini memiliki kesamaan dalam hal kualitas pelayanan, namun terdapat perbedaan pengkajian dengan yang peneliti teliti, yaitu dapat dilihat dari kajian yang diteliti, dimana peneliti mengkaji mengenai Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam, sementara yang dikaji dalam penelitian Ria Kartini adalah mengenai kualitas pelayanan dan penetapan harga terhadap kepuasan konsumen.

¹⁰ Ria Kartini, Skripsi *Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Multimart Simbarwaringin Kabupaten Lampung Tengah*, (Metro: STAIN Jurai Siwo Metro, 2016).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dwi Hapsari yang berjudul, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Calon Konsumen Di Toko Bangunan Pasar Raman Utara Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam”. Dalam penelitian ini yang diteliti oleh Dwi Hapsari dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai pengaruh kualitas layanan dalam keputusan pembelian yang dilakukan di Toko bangunan Pasar Raman Utara.¹²

Penelitian Dwi Hapsari memiliki kesamaan dalam hal kualitas layanan dan keputusan pembelian calon konsumen, namun terdapat perbedaan pengkajian dengan yang peneliti teliti, yaitu faktor pembedanya terletak pada perbedaan objek penelitian dimana peneliti mengkaji mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam dengan Studi Kasus di Alfamart, sementara yang dikaji dalam penelitian Dwi Hapsari adalah kualitas layanan terhadap keputusan calon konsumen di Toko Bangunan Pasar Raman Utara, selain itu perbedaan pengkajian dimana penelitian Dwi Hapsari mengamati keputusan calon konsumen dilihat dari tingkat penjualan yang terdapat pada tiga Toko bangunan yang terdapat di pasar Raman Utara sedangkan pengkajian peneliti berfokus pada wawancara dengan konsumen mengenai pelayanan yang terdapat di kedua Alfamart.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardian Cahyono yang berjudul “Pengaruh Keragaman Produk Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat

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

Pembelian Konsumen”. Dalam penelitian ini yang diteliti oleh peneliti dan menjadi fokus penelitian adalah mengenai pengaruh keragaman produk, dan etika bisnis Islam terhadap minat pembelian konsumen.¹³ Penelitian Ardian Cahyono memiliki kesamaan dalam hal minat konsumen serta etika Bisnis Islam, namun terdapat perbedaan pengkajian dengan yang peneliti teliti, yaitu faktor pembedanya terletak pada perbedaan objek penelitian, selain itu peneliti hanya berfokus pada kualitas pelayanan yang ada pada Alfamart dan etika bisnis Islam.

Dari hasil penelitian yang dikemukakan di atas, dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti memiliki kajian yang berbeda, walaupun memiliki fokus kajian yang sama pada tema-tema tertentu. Dalam penelitian ini lebih memfokuskan pada masalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam dengan Studi Kasus Alfamart di Kec. Purbolinggo.

¹³ Ardian Cahyono, Skripsi *Pengaruh Keragaman Produk Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Minat Pembelian Konsumen*, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015). <http://digilib.uin-suka.ac.id/16878/1/BAB%20I%2C%20IV%2C%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>, di unduh pada tanggal 20 November 2016.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan

1. Kualitas

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi harus berkualitas. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: *universal* (sama di manapun), *kultural* (tergantung sistem nilai budaya, sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan *personal* (tergantung preferensi atau selera setiap individu. Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat.¹⁴

Kualitas harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ada enam macam komponen kualitas, yaitu:¹⁵

- a. Ketepatan (*Reability*), yaitu rata-rata kelalaian/pengabaian.
- b. Daya tahan (*Durability*), yaitu berapa lama barang dan jasa tersebut dapat dipakai/bertahan.
- c. Mudah digunakan (*ease of use*), yaitu barang dan jasa tersebut memberikan kemudahan untuk digunakan.

¹⁴ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h.74.

¹⁵ Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), h. 131.

- d. Nama merek yang terkenal dan dipercaya (*know and frusted brand name*)
- e. Harga yang relatif rendah (*price*).

Mengelola kualitas dapat ditempuh melalui beberapa cara diantaranya, komitmen pimpinan puncak, memiliki konsep strategik, senantiasa menengarai kesenjangan, mempertahankan standar tinggi, mengoperasikan tekhnologi dalam pelayanan, senantiasa memonitor sistem, mengelola keluhan pelanggan, dan menjaga kepuasan pegawai.¹⁶

Dapat dipahami bahwa kualitas adalah mutu suatu tindakan/kegiatan yang merupakan salah satu indikator penting sebuah perusahaan untuk mengetahui tingkat baik atau buruknya sesuatu. Selain untuk menilai baik atau buruk, kualitas juga dapat menjadi tolak ukur seberapa mampu perusahaan dapat memenuhi serta memuaskan kebutuhannya.

2. Bauran Pemasaran

Kotler (2000) memberikan definisi mengenai bauran pemasaran sebagai: “bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran faktor yang dapat dikendalikan *product, price, promotions, place*, yang dipadukan oleh perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan dalam pasar sasaran”. Sehingga bauran pemasaran dapat diartikan sebagai perpaduan seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dapat dikendalikan oleh

¹⁶ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.119.

perusahaan sebagai bagian dalam upaya mencapai tujuan pada pasar sasaran.¹⁷

Secara umum bauran pemasaran adalah mencakup sejumlah variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh perusahaan yang digunakan untuk mencapai *market share* yang telah ditetapkan dan digunakan untuk memuaskan konsumen.¹⁸ Bauran pemasaran pada produk barang yang kita kenal selama ini berbeda dengan bauran pemasaran untuk produk jasa. Bauran pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi. Sementara untuk produk jasa, keempat faktor tersebut masih dirasa kurang mencukupi. Para ahli pemasaran menambahkan 3 unsur lagi, yaitu orang atau sumber daya manusia (SDM), proses, dan layanan pelanggan.¹⁹

- a. Produk (*product*): jenis jasa yang ingin ditawarkan
- b. Harga (*price*): bagaimana strategi penentuan harga
- c. Lokasi/tempat (*place*): bagaimana sistem penyampaian yang akan diterapkan.
- d. Orang/SDM (*people*): tipe kualitas dan kuantitas SDM yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
- e. Proses (*process*): bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung : Alfabeta, 2012), h. 14.

¹⁸ Agus Sucipto, M.M, *Studi Kelayakan Bisnis*, (Malang:UIN-Maliki Press, 2011), h. 67.

¹⁹ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2014), h. 92

- f. Layanan pelanggan (*customer service*): level layanan/jasa yang akan diberikan kepada konsumen.²⁰

Dapat dipahami bahwa pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan perusahaan yang merancang dan menawarkan barang/jasa yang menjadi kebutuhan dan keinginan dari pelanggan dalam rangka mendapatkan laba serta memberikan kepuasan kepada pelanggan. Agar perusahaan mampu bertahan, berkembang dan mendapatkan laba, maka perusahaan harus mampu menerapkan dan menjalankan unsur-unsur bauran pemasaran.

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.²¹

Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan.

Harapan pelanggan bisa berupa tiga standard, yaitu:

²⁰ *Ibid.*,

²¹ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, h. 77

- a. *Will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang diantisipasi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya.
- b. *Should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen.
- c. *Ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.²² Misalnya dengan memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lainnya.²³

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan:²⁴

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran penjualan produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu.

²² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), h. 194.

²³ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), h. 2.

²⁴ *Ibid.*, h.3.

- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan, artinya nasabah sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
 - d. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Dalam hal ini karyawan melayani pelanggan sampai tuntas.
 - e. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.
 - f. Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
 - g. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
 - h. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
 - i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.
- Cara menciptakan pelayanan dan kepuasan Pelanggan adalah sebagai berikut:²⁵

- a. Dengarkan dan perhatikan pelanggan
- b. Tetapkan pelayanan yang baik
- c. Tetapkan ukuran dan kinerja standard
- d. Berikan perlindungan dan hak-hak karyawan
- e. Latih karyawan cara memberikan pelayanan yang istimewa
- f. Gunakan teknologi yang memberikan pelayanan terbaik

²⁵ Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter*, h.133

g. Berikan hadiah bagi pelayanan terbaik.

Dari pengertian diatas, dapat dipahami bahwa konsumen/pelanggan akan terpuaskan kebutuhan dan keinginannya ketika perusahaan mampu memberikan kinerja pelayanan yang baik. Dengan demikian, suatu perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumennya yaitu dengan cara memberikan pelayanan yang baik serta optimal.

Selain pelayanan yang baik, tentu perusahaan harus mempunyai beberapa pendukung seperti karyawan yang terlatih atau professional, beberapa peralatan/teknologi yang dapat memudahkan pelayanan serta fasilitas pendukung lainnya. Pelayanan yang baik dan keterampilan seorang karyawan dalam melayani konsumen diharapkan dapat menciptakan kesetiaan dan akan menarik minat beli calon konsumen yang lainnya.

B. Perilaku Konsumen

1. Definisi Perilaku Konsumen

Konsumen dapat diartikan sebagai siapa saja yang berkepentingan dengan produk layanan yang ditawarkan perusahaan.²⁶ Yang dimaksud dengan perilaku konsumen adalah perilaku konsumen yang ditunjukkan melalui pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian, dan

²⁶ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 189.

penentuan produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memuaskan kebutuhan mereka.²⁷

Berdasarkan teori perilaku konsumen diatas, perilaku konsumen adalah sikap seseorang atau sekelompok orang yang melakukan aktivitas membeli demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Selain itu, perilaku konsumen adalah keterlibatan langsung konsumen dalam pencarian, pembelian, penggunaan, pengevaluasian dalam penentuan produk atau jasa tersebut.

Perilaku konsumen adalah suatu proses yang terdiri dari beberapa tahap yaitu:²⁸

- a. Tahap perolehan (*acquisition*): mencari (*searching*) dan membeli (*purchasing*).
- b. Tahap konsumsi (*consumption*): menggunakan (*using*) dan mengevaluasi (*evaluating*).
- c. Tahap tindakan pasca beli (*disposition*): apa yang dilakukan oleh konsumen setelah produk itu digunakan atau dikonsumsi.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen atau pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen, menurut jin dan kim (2002) adalah atribut dari suatu toko. Atribut toko

²⁷ Pandji Anaroga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h. 223.

²⁸ Ristiayanti Prasetijo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 9.

menurut jin dan kim (2002) dapat diukur berdasarkan enam elemen berikut.²⁹

- d. Kenyamanan fasilitas, yaitu kemampuan pihak manajemen suatu toko untuk memberikan fasilitas penunjang bagi konsumen dalam aktivitas berbelanja mereka.
- e. Kenyamanan pelayanan, yaitu kemampuan pihak manajemen atau karyawan/pramuniaga untuk dapat memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
- f. Kenyamanan berbelanja, yaitu rasa nyaman yang dirasakan oleh pelanggan saat beraktivitas (berbelanja) pada suatu toko.
- g. Keadaan/atmosfer toko, yaitu lingkungan fisik suatu toko seperti penataan barang yang rapi dan menarik.
- h. Harga yang kompetitif (murah), yaitu kemampuan suatu toko untuk memberikan harga yang murah kepada pelanggan ataupun penentuan harga yang sesuai dengan kualitas barang yang dijual.
- i. Jenis barang yang dijual, yaitu keragaman jenis, ukuran, atau merek barang yang disediakan bagi pelanggan.

2. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen

Manusia adalah makhluk pembuat keputusan (*decision making man*), pengambil keputusan, penentu atas sebuah pilihan dari sejumlah pilihan.³⁰

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap harinya. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan pembelian konsumen secara sangat rinci untuk menjawab pertanyaan tentang apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak yang mereka beli, kapan mereka membeli, dan mengapa mereka membeli.³¹

²⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.90.

³⁰ Rizky Darmawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 1.

³¹ Philip Khotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.158.

Terdapat empat faktor internal yang relevan terhadap proses pengambilan keputusan konsumen:³²

- a. Motivasi (*motivation*) merupakan suatu dorongan yang ada dalam diri manusia untuk mencapai tujuan tertentu.
- b. Persepsi (*perception*) merupakan hasil pemaknaan seseorang terhadap stimulus atau kejadian yang diterimanya berdasarkan informasi dan pengalamannya terhadap rangsangan tersebut.
- c. Pembentukan sikap (*attitude formation*) merupakan penilaian yang ada dalam diri seseorang yang mencerminkan sikap suka/tidak suka seseorang akan suatu hal.
- d. Integritas (*integration*) merupakan kesatuan antara sikap dan tindakan. Integritas merupakan respon atas sikap yang diambil. Perasaan suka akan mendorong seseorang untuk membeli dan perasaan tidak suka akan membulatkan tekad seseorang untuk tidak membeli produk tersebut.

Berdasarkan uraian diatas, maka proses pengambilan keputusan konsumen mengacu pada motivasi, persepsi, pembentukan sikap, dan integritas, selain itu proses pengambilan keputusan konsumen adalah sebuah perilaku yang dilakukan untuk mencerminkan sikap suka/tidak suka terhadap sesuatu hal yang nantinya mengacu pada tindakan membeli atau tidak membeli.

³² <http://www.google.co.id/amp/s/bagusdimas471.wordpress.com/2015/09/29/proses-pengambilan-keputusan-oleh-konsumen/amp/>, diunduh pada tanggal 28 Januari 2018.

3. Motif Pembelian (*Buying Motive*)

Pembeli atau pelanggan tidak begitu saja langsung mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk tau jasa, begitu pula dengan penjual (*salesman*) yang tidak mudah mendapatkan transaksi dengan calon pelanggan bila penjual tersebut tidak mengetahui apa motif pembelian dari calon pelanggan. Ada lima peran yang dimainkan orang dalam suatu keputusan pembelian:

- a. Pengambil inisiatif (*initiator*), yaitu seseorang yang pandangannya atau sarannya diperhitungkan dalam pengambilan keputusan.
- b. Orang yang mempengaruhi (*influencer*), yaitu seseorang yang memutuskan sebagian besar keputusan membeli, seperti: apakah jadi membeli, apa yang dibeli, bagaimana membelinya, atau dimana membelinya.
- c. Pembeli (*buyer*), yaitu seseorang yang melakukan pembelian yang sebenarnya.
- d. Pemakai (*user*), yaitu seseorang yang mengkonsumsi atau menggunakan barang dan jasa yang dibeli.

Motif pembelian atau *buying motive* merupakan alasan, tujuan, dan pola pemikiran dari calon pembeli untuk menjadi dasar dalam mengambil sebuah keputusan membeli produk.³³

³³ Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: Erlangga, 2011), h.416.

4. Gaya Belanja

Tujuan utama dari pembangunan retail adalah menciptakan dasar pelanggan baru dan/atau menguasai pasar.³⁴ Pada dasarnya orang tidak suka berbelanja. Barangkali berbelanja pernah menjadi salah satu bentuk rekreasi bagi sekelompok wanita tertentu, tetapi itu tidak berlangsung lama. Anak muda yang berjalan-jalan dan sekedar cuci mata di mal tidak termasuk kelompok pembelanja (*shopper*), karena pembelanja adalah mereka yang mencari produk yang benar-benar akan dibeli.³⁵

Memilih sendiri sebelum membeli pada toko yang menyediakan kebutuhan secara lengkap, nyaman dan murah dalam berbelanja menjadi pertimbangan gaya belanja yang digemari konsumen sekarang dan ini akan terus berlanjut.³⁶ Pola belanja juga mengalami perubahan seperti *after lunch shopping*, *night shopping*, *weekand shopping* bahkan *entertainment shopping*.

Dapat dipahami bahwa gaya belanja setiap konsumen berbeda-beda. Tergantung pada tingkat kebutuhan dan keinginan masing-masing. Seiring pesatnya perkembangan perusahaan ritel saat ini, konsumen akan lebih memilih tempat berbelanja yang tentunya nyaman serta mempunyai fasilitas lengkap.

³⁴ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen*, h.91.

³⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 111.

³⁶ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 133.

C. Etika Bisnis Islam

1. Etika Bisnis

Etika bisnis (*Business Ethics*) merupakan sesuatu yang makin lama akan makin penting peranannya di dalam masyarakat kita oleh karena proses modernisasi akan berlangsung makin cepat dan makin merata.³⁷ Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*ta etha*) berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”.³⁸ Ada banyak definisi etika yang dikemukakan oleh para ahli, namun semuanya mengacu pada moralitas. Sehingga etika dapat diterjemahkan sebagai bentuk tindakan dengan mendasarkan moral sebagai ukurannya. Moral dan ukurannya dapat dilihat dari berbagai segi, seperti segi agama, hati nurani, dan aturan-aturan yang tertulis maupun tidak tertulis. Dimana semua itu dijadikan pandangan dalam memahami lebih dalam tentang etika. Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.³⁹

Secara umum kegiatan ini ada didalam masyarakat, dan ada di dalam industri. Orang yang berusaha menggunakan uang dan waktunya dengan menanggung resiko, dalam menjalankan kegiatan bisnis disebut entrepreneur. Untuk menjalankan kegiatan bisnis maka *entrepreneur* harus mengkombinasikan empat macam sumber yaitu: material, *human*, *financial* dan informasi.

³⁷ Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), h. 112.

³⁸ Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.2.

³⁹ Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 21.

Secara logika arti dari etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku.

Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.⁴⁰ Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas *stakeholders* dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan.⁴¹

Berdasarkan teori etika bisnis diatas, dapat dipahami bahwa etika bisnis adalah aturan dari suatu tindakan mengenai baik dan buruk dari suatu kegiatan usaha yang dijalankan secara individu maupun kelompok. Setiap tindakan yang diambil harus mempertimbangkan peraturan-peraturan yang telah ada baik secara tertulis maupun tidak tertulis.

2. Etika Bisnis Islam

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Bisnis tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.⁴²

⁴⁰ Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, h. 3.

⁴¹ Mudjiarto Aliaras Wahid, *Membangun Karakter*, h. 54.

⁴² Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 93.

Etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.⁴³ Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktifitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al Qur'an dan hadist

Dapat dipahami bahwa etika bisnis Islam adalah aturan dari suatu tindakan mengenai baik dan buruk dari suatu kegiatan usaha yang dijalankan secara individu maupun kelompok yang mengacu pada syariat dan nilai-nilai Islam. Al Qur'an dan hadist dipakai sebagai landasan dan acuan dalam penerapan etika bisnis Islam.

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya) sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami. Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁴

a. *Unity* (Persatuan)

Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan yang maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa

⁴³ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis*, h. 171.

⁴⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2012), h. 89.

mengorbankan hak-hak individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan)

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasulnya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang.

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya.

d. *Responsibility*

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran agama islam. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya.

e. *Benevolence*

Ihsan (*benevolence*) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat. Sejumlah perbuatan yang dapat mensupport pelaksanaan aksioma ihsan dalam bisnis, yaitu: (1) kemurahan hati (*leniency*); (2) motif pelayanan (*service motives*); dan (3) kesadaran akan adanya Allah dan aturan yang berkaitan dengan pelaksanaan yang menjadi prioritas (*consciousness of Allah and of his prescribed priorities*).

3. Permasalahan Umum Dalam Bidang Etika Bisnis

Adapun beberapa permasalahan umum yang terjadi dalam bidang etika bisnis untuk saat ini, yaitu:⁴⁵

- a. Pelanggaran etika bisnis dilakukan oleh pihak-pihak yang mengerti dan paham tentang etika bisnis. Namun itu dilakukan dengan sengaja karena faktor ingin mengejar keuntungan dan menghindari kewajiban-kewajiban yang selayaknya harus dipatuhi.
- b. Keputusan bisnis sering dilakukan dengan mengesampingkan norma-norma dan aturan-aturan yang berlaku.

⁴⁵ Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, h. 9

- c. Keputusan bisnis dibuat secara sepihak tanpa memperhatikan ketentuan etik yang disahkan oleh lembaga yang berkompeten termasuk peraturan negara.
 - d. Kondisi dan situasi realita menunjukkan kontrol dari pihak berwenang dalam menegakkan etika bisnis masih lemah.
4. Ayat-Ayat yang Terkait Etika Pelayanan
- a. QS.Luqman [31]: 18.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya:

“Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.”(QS. Luqman [31]: 18).⁴⁶

Berperilaku baik, sopan santun dalam pergaulan adalah fondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku. Sifat ini sangat dihargai dengan nilai yang tinggi mencakup semua sisi manusia.

⁴⁶ QS. Luqman ayat 18. Terjemahan dari Al-Jumanatul penerbit “J-Art”

b. QS. Ali ‘Imran [3]: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا^ط
 مِن حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ^ط
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.” (QS. Ali ‘Imran [3]: 159).⁴⁷

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

⁴⁷ QS. Ali ‘Imran ayat 159. Terjemahan dari Al-Jumanatul penerbit “J-Art”

c. QS. Al-Baqarah [2]: 83.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا
وَذَى الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا
الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ
مُعْرِضُونَ

Artinya:

“Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.” (QS. Al-Baqarah [2]: 83.⁴⁸)

Berdasarkan ayat diatas, menjadi pebisnis muslim harus santun manakala berbicara dan melayani pelanggan. Tidak hanya sekedar santun dan lemah lembut dalam melayani tetapi juga mengembangkan sikap toleransi.

⁴⁸ QS. Al-Baqarah ayat 83. Terjemahan dari Al-Jumanatul penerbit “J-Art”

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian merupakan aktivitas yang ditujukan untuk mengetahui seluk-beluk sesuatu. Kegiatan ini dilakukan karena ada permasalahan yang memerlukan jawaban, ingin membuktikan sesuatu yang telah lama dialami sepanjang kehidupan manusia, atau mengetahui berbagai latar belakang terjadinya sesuatu.⁴⁹ Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan atau studi kasus, yaitu suatu penelitian yang dilakukan secara intensif, terperinci dan mendalam terhadap suatu objek tertentu dengan mempelajarinya sebagai suatu kasus.

Dengan demikian, penelitian kualitatif didasarkan pada deskripsi yang jelas dan detail, karena menjawab pertanyaan apa, mengapa dan bagaimana. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah empiris. Dimana peneliti mencari sumber-sumber dari data yang berasal dari lapangan. Dimana data tersebut di ambil dari tempat kejadian langsung melalui observasi dan wawancara. Agar data yang didapat dapat dipertanggung jawabkan.

⁴⁹ Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h.17.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, yaitu pengumpulan data untuk menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian yang tidak dapat diukur dalam data numerik.⁵⁰

Sedangkan pendekatan yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode empiris normatif, yaitu penelitian dengan sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya, yang berdasarkan fakta yang ada di lapangan dan disesuaikan dengan kaidah dan norma serta teori-teori yang semestinya.

B. Sumber Data

Yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh.⁵¹ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ada 3 (tiga) yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁵² Data yang dikumpulkan peneliti adalah data mengenai kualitas layanan dan keputusan konsumen berbelanja. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini adalah Bapak Bambang Prasetyo sebagai kepala toko Alfamart Bungur Purbolinggo, Ibu Yunike

⁵⁰ Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), h. 80.

⁵¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 172.

⁵² Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, h. 39

sebagai kepala toko Alfamart Merdeka Purbolinggo, Delapan karyawan dan beberapa konsumen Alfamart yang dipilih secara acak.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dan digali dari sumber kedua. Dapat juga dikatakan bahwa data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Data-data yang menjadi sumber pelengkap dalam penelitian ini adalah buku. Buku yang berkaitan dengan permasalahan tersebut antara lain Strategi Bisnis, Pemasaran Strategik, Perilaku Konsumen, dan Etika Bisnis.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.⁵³

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Metode Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui suatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.⁵⁴ Jadi, observasi dapat dilakukan dengan penglihatan, pendengaran dan sebagainya. Observasi dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan

⁵³Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2008), h. 62

⁵⁴Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 104.

konsumen berbelanja dalam perspektif etika bisnis Islam di Alfamart kec. Purbolinggo.

2. Metode Wawancara/*Interview*

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵⁵ Dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, yang tidak bisa ditemukan melalui observasi.⁵⁶ Ada beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semistruktur, dan tidak terstruktur.

a. Wawancara terstruktur

Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya. Dengan wawancara terstruktur ini pula, pengumpulan data dapat menggunakan beberapa pewawancara sebagai pengumpul data.⁵⁷

b. Wawancara semistruktur

Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya.

⁵⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif fKualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 231.

⁵⁶Boedi Abdullah, *Metode Penelitian Ekonomi*, h. 207-208.

⁵⁷Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 233.

c. Wawancara tak berstruktur

Wawancara tidak terstruktur, adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara tak berstruktur. Wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Dalam metode ini peneliti akan mewawancarai secara langsung kepada pihak Kepala Toko, Karyawan dan konsumen Alfamart. Gunanya untuk mendapatkan informasi secara lebih jelas.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan rekaman kejadian masalah yang ditulis atau dicetak yang dapat berupa catatan anekdot, surat, buku harian, dan dokumen-dokumen. Penggunaan dokumentasi diperlukan bagi penulis untuk menunjang validitas dan efektifitas dalam pengambilan data.

D. Teknik Analisis Data

Analisis ini bertujuan untuk menemukan tema dan hipotesis kerja yang akhirnya diangkat menjadi konsep, proporsi, kategori atau variabel, yang berguna untuk membangun teori substantif.⁵⁸

⁵⁸ Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Malang: UIN-MALIKI PRESS, 2010), h. 288.

Analisis data melibatkan upaya mengidentifikasi ciri-ciri sesuatu objek dan kejadian oleh anggota-anggota budaya.⁵⁹ Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sebelum peneliti memasuki lapangan, selama dilapangan, dan menjelaskan masalah, sebelum terjun ke lapangan, sampai penulisan hasil penelitian. Teknik analisi data yang dipakai di dalam penelitian adalah metode kualitatif lapangan.

Berfikir induktif yaitu cara berangkat dari fakta-fakta yang khusus dan peristiwa konkrit kemudian dari fakta atau peristiwa yang khusus dan konkrit tersebut ditarik secara generalisasi yang mempunyai sifat umum.⁶⁰ Berdasarkan keterangan tersebut maka peneliti menggunakan data yang diperoleh kemudian data tersebut dianalisa dengan cara berfikir induktif dengan informasi mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Dalam Perspektif Etika Bisnis Islam di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Alfamart Merdeka Purbolinggo.

⁵⁹ Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2009), h. 237.

⁶⁰ Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, (Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984), h.42.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Daerah Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo

Alfamart adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang retail, yaitu menjual barang-barang kebutuhan pokok sehari-hari. Kini perusahaan ini telah berkembang dengan pesat seiring dengan berjalannya waktu, dan tentunya sudah mempunyai cabang-cabang yang telah tersebar diseluruh Indonesia. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1999 Alfa Minimart pertama mulai beroperasi di Jl. Beringin Jaya, Karawaci Tangerang Banten, dan pada tahun 2003 Alfa Minimart berubah menjadi Alfamart.

Alfamart sebagai jaringan pertama di Indonesia yang memperoleh sertifikat ISO untuk sistem manajemen mutu jumlah gerai mencapai 2000 toko memasuki pasar Lampung pada tahun 2007.

Alfamart Bungur Purbolinggo didirikan pada tahun 2010, di Desa Tanjung Intan Kec.Purbolinggo.⁶¹ Sedangkan pada Alfamart Merdeka Purbolinggo didirikan pada tahun 2011.⁶² Alfamart buka pada pukul 07.00 – 22.00 wib.Sama-sama memiliki lokasi yang sangat strategis dan terletak dipinggir jalan utama. Berikut ini adalah beberapa pedoman kerja toko Alfamart:⁶³

a. Visi Alfamart

Visi dari Alfamart adalah menjadi jaringan distribusi retail termuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pembedaya pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.

b. Misi Alfamart

Berikut ini adalah misi Alfamart, yaitu:

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus kepada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- 2) Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi.
- 3) Ikut berpartisipasi dalam membangun Negara dengan menumbuh kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.

⁶¹ Bambang Prasetyo, wawancara dengan Kepala Toko Alfamart Bungur Purbolinggo, tanggal 5 Desember 2017.

⁶² Yunike, wawancara dengan kepala toko Alfamart Merdeka Purbolinggo, tanggal 20 Oktober 2017.

⁶³ Dokumentasi Pedoman kerja Alfamart, tanggal 5 Desember 2017.

- 4) Membangun organisasi global yang terpercaya, tersebut dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.

c. Motto dan Budaya Kerja Alfamart

Motto Alfamart adalah: “Belanja Puas, Harga Pas”. Dengan adanya kata “Belanja Puas, Harga Pas” pada logo Alfamart, hal ini menjadi jaminan untuk para pelanggannya untuk bisa berbelanja dengan sepuas-puasnya di Alfamart dengan harga yang pas atau sesuai dengan produk yang diinginkan. Sedangkan budaya kerja Alfamart dikenal dengan istilah 2 I dan 3 K yaitu:

- 1) Integritas yang tinggi
- 2) Inovasi untuk kemajuan yang lebih baik
- 3) Kualitas dan produk yang tinggi
- 4) Kerjasama team
- 5) Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik.

d. Kebijakan Mutu dan Sasaran Mutu

Kebijakan mutu pada Alfamart adalah selalu siap memberikan kepuasan berbelanja dengan harga pas. Sedangkan sasaran mutu pada alfamart yaitu:

- 1) Kepuasan berbelanja
 - Kenyamanan berbelanja
 - Kualitas barang dagangan
- 2) Harga pas

➤ Dengan melalui survey

e. Sanksi Karyawan Yang Tidak Melaksanakan SOP

1) Peringatan tertulis

Yaitu sanksi pemberian surat peringatan (SP) kepada karyawan akibat pelanggaran disiplin atau kesalahan ringan yang dilakukan. Tata cara pemberian SP ini diberikan berurutan yaitu masing-masing SP berlaku selama enam bulan.⁶⁴

2) Mutasi

Mutasi adalah memindahkan seorang karyawan ke jabatan dan tugas yang berbeda dibanding sebelumnya.

3) Penurunan jabatan

Biasanya penurunan jabatan ini dilakukan setelah perusahaan mengkaji dengan hati-hati dan memiliki bukti kuat bahwa si karyawan memang harus diturunkan jabatannya.

4) Pencabutan tunjangan

Pencabutan tunjangan berarti seorang karyawan tidak lagi menerima fasilitas penunjang dari perusahaan.

5) Denda

Sanksi yang diberikan dengan membayar sejumlah uang sebagai denda karena si karyawan melakukan kesalahan yang

⁶⁴ Bambang Prasetyo, wawancara dengan Kepala Toko Alfamart Bungur Purbolinggo pada tanggal 5 Desember 2017.

merugikan perusahaan. Denda itu bisa berupa pemotongan gaji atau si karyawan membayar langsung.

6) Diberhentikan secara tidak hormat

Pemutusan hubungan kerja karena kesalahan berat, biasanya karyawan akan mengalami skorsing terlebih dahulu.

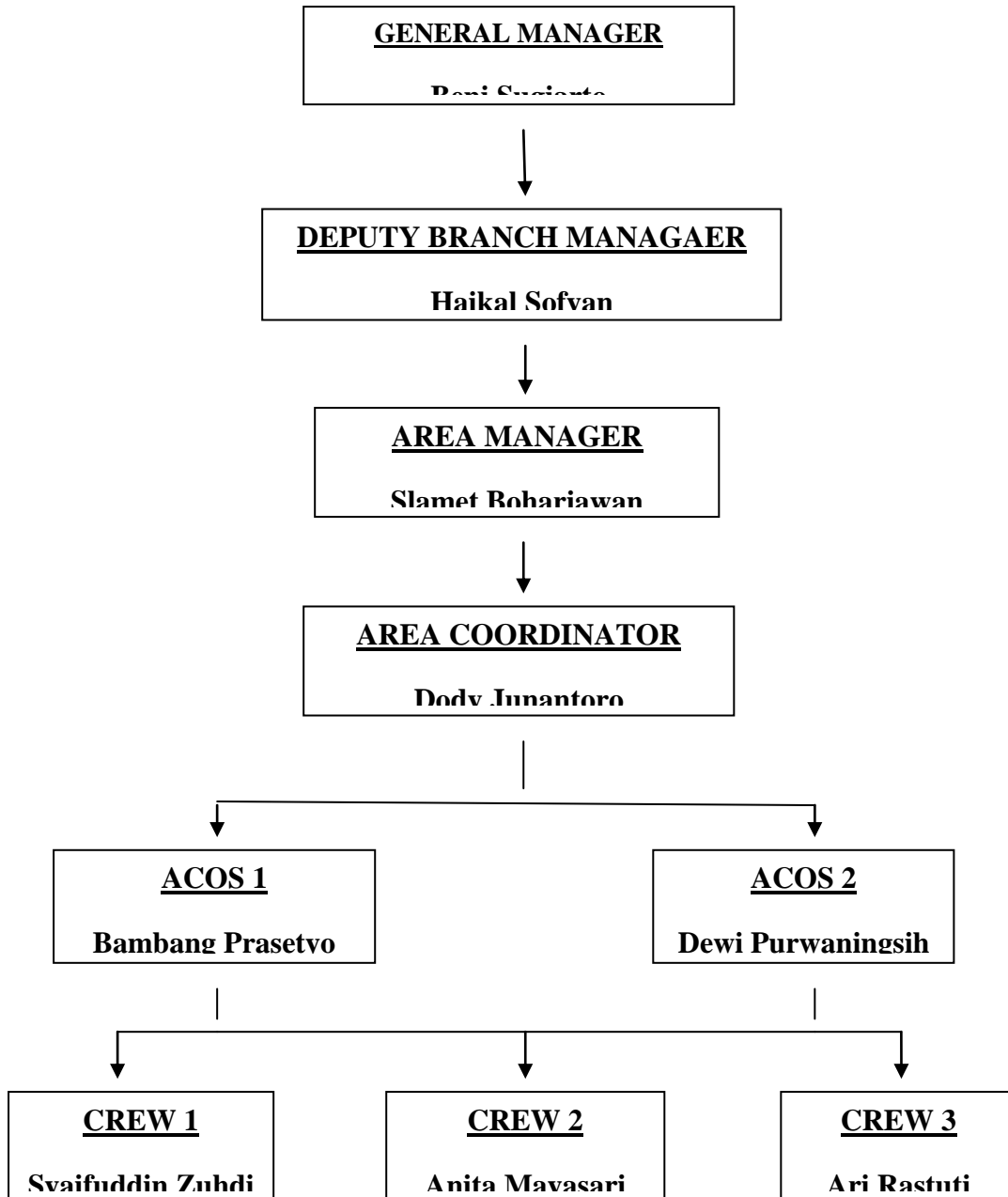
7) Dipaksa mengundurkan diri

Sanksi lain yang sering terjadi adalah karyawan dipaksa mengundurkan diri dengan menandatangani surat pengunduran diri.

2. Struktur Organisasi

Suatu organisasi merupakan salah satu wadah dimana terdapat sekumpulan orang-orang yang melakukan kerjasama untuk mencapai suatu tujuan. Jadi struktur organisasi dapat diartikan sebagai kerangka yang mewujudkan pola tetap dari hubungan baik bidang-bidang kerja maupun orang-orang yang menunjukkan kedudukan dan peranan masing-masing dalam kerjasama.

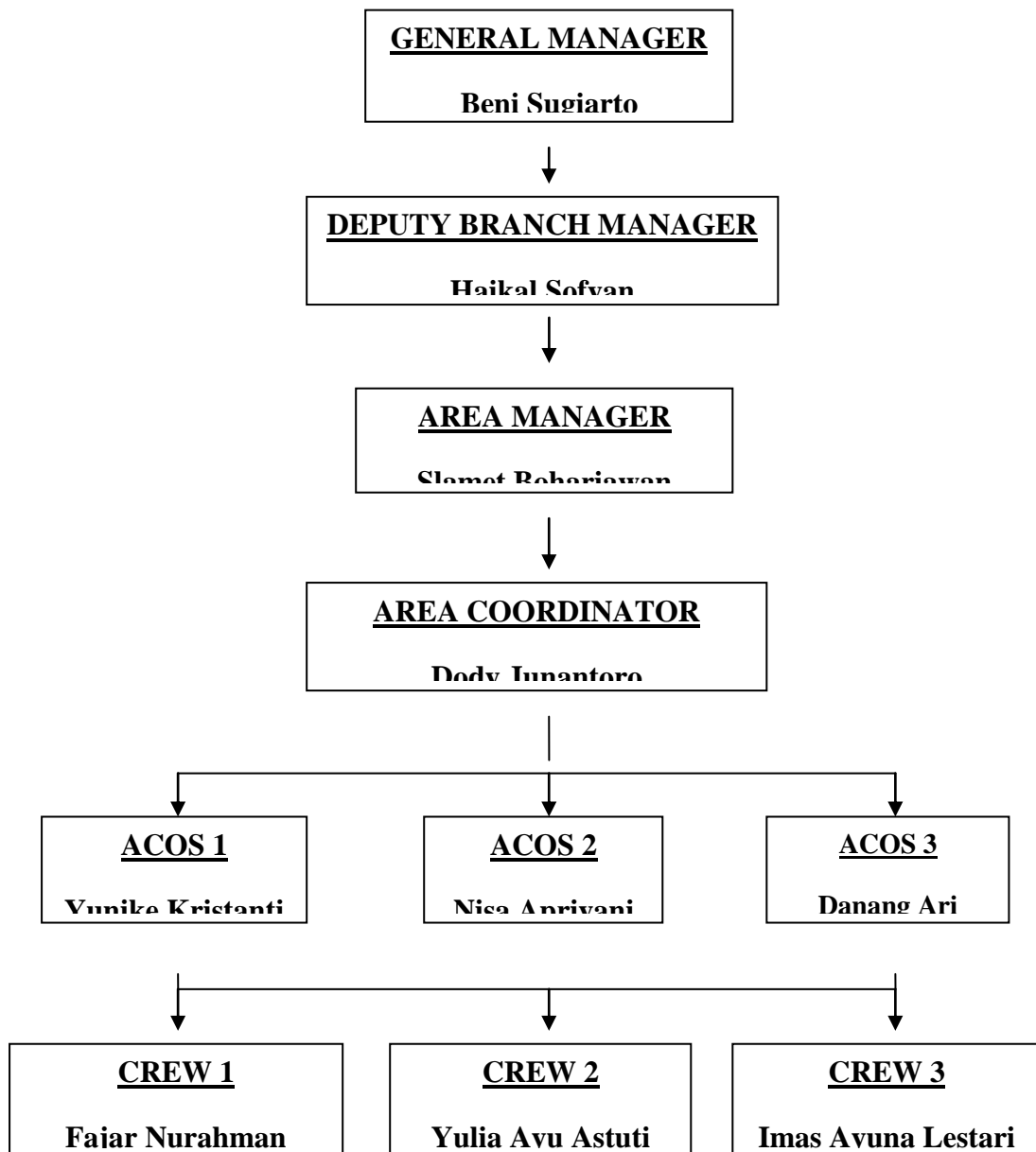
Gambar 1

Struktur Organisasi *Operation* Alfamart Bungur Purbolinggo⁶⁵

⁶⁵Dokumentasi profil Alfamart Bungur Purbolinggo, Tanggal 5 Desember 2017.

Gambar 2

Struktur Organisasi *Operation* Alfamart Merdeka Purbolinggo⁶⁶



⁶⁶ Dokumentasi Profil Alfamart Merdeka Purbolinggo, Tanggal 20 Oktober 2017.

Berikut adalah tugas masing-masing bagian di Alfamart:⁶⁷

- a. *General Manager* adalah pemimpin utama yang bertanggung jawab terhadap kemajuan dan perkembangan toko minimarket Alfamart, *General Manager* tidak berada di toko melainkan dikantor pusat PT Sumber Alfaria Trijaya (SAT).
- b. *Branch Manager* bertanggung jawab terhadap DC (*distribution center*) dan secara langsung atas operasional sama halnya dengan general manager tidak berada ditoko melainkan dikantor pusat PT Sumber Alfaria Trijaya (SAT).
- c. *Deputy Manager* adalah wakil *Branch Manager* yang membantu tugas *Branch Manager* berada dikantor pusat.
- d. *Area Manager*, bertanggung jawab atas operasional toko, membawahi beberapa area perwilayah yang dipimpin berdasarkan jumlah toko dalam satu area, biasanya membawahi koordinator wilayah.
- e. *Area Koordinator* (korwil), bertanggung jawab secara langsung terhadap operasional toko membawahi sepuluh toko menurut pembagian area wilayah yang dipimpin.

⁶⁷Dokumentasi profil Alfamart Bungur Purbolinggo, tanggal 5 Desember 2017.

f. Tugas Tanggung Jawab *Assistant Chief Of Store (ACOS)*

- 1) Berkoordinasi dengan bawahan dalam proses penerimaan barang dagangan dan administrasinya.
- 2) Mengawasi dan memastikan bahwa *stock opname (SO)* dilaksanakan dengan baik dan benar sesuai prosedur.
- 3) Berkoordinasi dengan bawahan dalam pencegahan dan pengurangan barang rusak dan barang hilang.
- 4) Memastikan administrasi kasir sesuai prosedur yang ditetapkan.
- 5) Membuat estimasi rencana dan realisasi anggaran kas toko serta mempertanggung jawabkan penggunaannya kepada atasan.
- 6) Memastikan administrasi toko berlangsung sesuai prosedur yang ditetapkan perusahaan.
- 7) Memastikan penyetoran uang hasil penjualan barang dagangan dengan cara menyetorkan ke finance cabang melalui kotak peluru pada mobil *delivery DC* berlangsung lancar dan sesuai prosedur.

g. Tugas dan Tanggung Jawab *Crew*

- 1) Memastikan transaksi pembayaran barang dan jasa berlangsung cepat dan akurat, dan selalu bersikap ramah kepada pelanggan.
- 2) Melakukan pengecekan rak dan melakukan pendisplayan berdasarkan pianogram.

- 3) Melakukan bongkar muat barang dagangan pada mobil *delivery* di toko.
- 4) Melakukan *stock opname* (SO) sesuai prosedur dan jadwal yang telah ditetapkan.
- 5) Memastikan toko, gudang, mess, dan lingkungan sekitar dalam keadaan bersih dan rapi.
- 6) Melakukan pengawasan, memberikan pelayanan dan membantu pelanggan agar senantiasa merasa nyaman berbelanja.
- 7) Menginformasikan berbagai program promosi yang berlangsung diperusahaan kepada pelanggan.
- 8) Melakukan administrasi kasir sesuai prosedur yang ditetapkan.

B. Standar Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur.

Standar operasional pelayanan yang ada di Alfamart dimulai ketika konsumen akan memasuki Alfamart. Seluruh karyawan toko diharuskan melakukan SOP seperti TSS (Tatap, Senyum, Sapa) yaitu menatap konsumen ketika akan menyapa dengan ramah, memberikan senyuman agar terkesan ramah dan konsumen pun merasa nyaman berada di Alfamart, lalu menyapa konsumen. Selain itu karyawan akan menawarkan keranjang belanjaan kepada konsumen. Setelah konsumen selesai

berbelanja, konsumen akan membayar dimeja kasir. Beberapa pelayanan yang akan dilakukan kasir:⁶⁸

1. Salam
2. Menyebutkan nama
3. Menanyakan kartu member
4. Menawarkan pulsa
5. Menawarkan promo yang sedang berlangsung di Alfamart
6. Menanyakan pembayaran melalui cash, kredit atau voucher
7. Menawarkan donasi
8. Mengucapkan terima kasih
9. Mengucapkan “senang melayani anda dan Silahkan datang kembali”.

C. Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo.

Keberadaan Alfamart di Kec. Purbolinggo di tengah-tengah masyarakat dalam memberikan pelayanan yang tepat terhadap para konsumennya mendapat respon yang cukup baik.

Disini peneliti ingin mengetahui bagaimana kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen berbelanja di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara kepada 5 orang konsumen yang ada pada Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo.

⁶⁸ Dewi Purwaningsih, wawancara dengan karyawan toko Alfamart Bungur Purbolinggo, Tanggal 6 Desember 2017.

Dapat dilihat pada tabel konsumen di Alfamart Bungur Purbolinggo berikut ini:

No	Nama	Pekerjaan
1	Lailia Kurniati	Wiraswasta
2	Siti Maisaroh	Ibu rumah tangga
3	Sri Nurhayati	Ibu rumah tangga
4	Yayang Siti	Mahasiswa
5	Yuliana	Ibu rumah tangga

Hasil wawancara dengan konsumen Alfamart Bungur Purbolinggo.⁶⁹

1. Ibu Lailia Kurniati salah satu pelanggan mengungkapkan bahwasanya beliau senang dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko dan karyawan toko sangat tanggap dalam memberikan pelayanan. Selain itu beliau memilih Alfamart ini sebagai tempat berbelanja karena jarak dari rumah yang tidak terlalu jauh.
2. Ibu Siti Maisaroh berpendapat bahwasanya beliau berbelanja di Alfamart karena pelayanannya yang baik, karyawannya pun ramah dan sopan begitu pula dengan fasilitas tempat yang dilengkapi AC dan CCTV yang membuat nyaman serta aman saat berbelanja.

⁶⁹ Hasil wawancara dengan konsumen Alfamart Bungur Purbolinggo, pada tanggal 5 Desember 2017.

3. Ibu Sri Nurhayati beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, karyawan toko sering membantunya memberikan pilihan tentang produk yang sedang *discount*/promo.
4. Sementara Ibu Yayang Siti beranggapan sama dengan Ibu Sri Nurhayati bahwasanya pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, selain itu beliau sudah mengenal akrab dengan beberapa karyawan toko. Hal itulah yang membuat Ibu Yayang Siti memilih Alfamart Bungur sebagai tempat berbelanja.
5. Ibu Yuliana mengatakan bahwasanya pelayanan yang diberikan sudah cukup memuaskan, beliau juga mengatakan lebih sering berbelanja di Alfamart ketika sedang *discount* popok bayi dan adanya *discount* susu bayi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Bambang selaku Kepala toko Alfamart Bungur Purbolinggo menjelaskan bahwa selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. Pelayanan yang diberikan selalu berorientasi pada kepuasan konsumen dengan memberikan bukti fisik berupa fasilitas yaitu tempat berbelanja yang nyaman, tersedianya tempat parkir gratis yang luas dan karyawan toko yang berpenampilan rapi dan menarik.⁷⁰

Menurut penuturan salah satu karyawan Alfamart Bungur Purbolinggo yang bernama Anita Mayasari bahwasanya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yaitu menawarkan keranjang belanjaan, membantu dan

⁷⁰ Bambang Prasetyo, wawancara dengan Kepala Toko Alfamart Bungur Purbolinggo, Tanggal 5 Desember 2017.

mengarahkan konsumen dalam mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang diinginkan serta menawarkan program promosi yang berlangsung di Alfamart. Sehingga disini setiap karyawan Alfamart harus tanggap dalam melayani setiap konsumen yang datang. Beliau juga mengatakan sering memberitahukan pilihan harga dari setiap produk, karena menurut beliau keinginan konsumen itu berbeda-beda⁷¹

Berdasarkan wawancara dengan Ari Rastuti selaku karyawan toko, ia mengatakan bahwa ia sebisa mungkin akan memperlakukan konsumen dengan baik. Karena menurutnya semua orang akan senang apabila diperlakukan dengan baik.⁷²

Dapat dilihat pada tabel konsumen di Alfamart Merdeka Purbolinggo berikut ini:

No	Nama	Pekerjaan
1	Naena Listanti	Pelajar
2	Delia Indriani	Pelajar
3	Siti	Ibu rumah tangga
4	Rizky Nurhayati	Wiraswasta
5	Veronica	Ibu rumah tangga

Hasil wawancara dengan konsumen Alfamart Merdeka Purbolinggo.⁷³

⁷¹ Anita Mayasari, wawancara dengan karyawan toko Alfamart Bungur Purbolinggo, Tanggal 5 Desember 2017.

⁷² Ari Rastuti, wawancara dengan Karyawan toko Alfamart Bungur Purbolinggo, Tanggal 5 Desember 2017.

⁷³ Hasil wawancara dengan konsumen Alfamart Merdeka Purbolinggo, pada tanggal 6 Desember 2017.

1. Naena Listianti berpendapat bahwa senang berbelanja di Alfamart karena karyawan toko yang ramah, selain itu karyawan toko berpenampilan menarik, bersih dan juga rapi.
2. Delia Indriani berpendapat sama dengan dengan Naena Listianti, bahwasanya karyawan toko berpenampilan rapi, dan ramah. Selain itu, keadaan toko yang bersih juga membuat nyaman berada di Alfamart.
3. Ibu Siti berpendapat bahwa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan. Karyawan toko kurang cepat tanggap dalam melayani keperluan konsumen. Itu dikarenakan pada saat itu beliau membawa banyak belanjaan tapi karyawan toko tidak tanggap untuk menawarkan keranjang belanjaan.
4. Sementara Ibu Rizky Nurhayati beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik, namun menurutnya karyawan toko kurang interaktif.
5. Ibu Veronica berpendapat bahwasanya sudah berlangganan di Alfamart ini. Beliau mengatakan bahwa tempat yang nyaman serta banyaknya promo/*discount* yang ditawarkan menjadi salah satu alasan beliau memilih Alfamart sebagai tempat berbelanja.

Hal serupa disampaikan pula oleh ibu Yunike selaku kepala Toko Alfamart Merdeka Purbolinggo mengenai bentuk pelayanan yang diberikan beliau mengatakan bahwa pelayanan yang beliau berikan sudah dilakukan sesuai SOP Alfamart. Selain itu beliau mengatakan bahwa

dengan berpenampilan menarik diharap akan meninggalkan kesan yang baik kepada konsumen.⁷⁴

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara kepada para konsumen mengenai pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo sudah cukup baik. Dilihat dari tanggapan konsumen diatas yang sebagian besar menyatakan bahwa pelayanan yang ramah dan baik oleh para karyawan toko membuat para konsumen nyaman dan senang ketika berbelanja. Akan tetapi, terdapat para konsumen yang memiliki persepsi yang berbeda. Untuk itu pihak Alfamart perlu meningkatkan pelayanannya agar dapat memenuhi harapan para konsumen.

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja.

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting yang akan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam berbelanja. Agar bisnis berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam, dan dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar telah ada aturan ataupun etika masing-masing. Aturan atau etika tersebut adalah etika bisnis Islam.

⁷⁴ Yunike Kristanti, wawancara dengan Kepala Toko Alfamart Merdeka Purbolinggo, Tanggal 20 Oktober 2017.

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara terhadap kepala toko, karyawan toko dan 10 konsumen Alfamart di kec. Purbolinggo peneliti dapat menganalisis dalam perspektif etika bisnis Islam sebagai berikut:

1. *Unity* (Persatuan)

Alam semesta, termasuk manusia, adalah milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan yang maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti, tidak adanya waktu istirahat yang khusus digunakan untuk melaksanakan sholat pada Alfamart, membuat karyawan alfamart masih melayani konsumen yang datang padahal telah memasuki waktu sholat. Tindakan inilah yang sebenarnya tidak sesuai dengan etika bisnis Islam, karena mengorbankan kewajiban utama sebagai umat Islam untuk beribadah kepada Allah.

2. Keseimbangan

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak

lingkungan sosial berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang. Berdasarkan hasil observasi yang peneliti lakukan, masih ada karyawan yang tidak adil dalam memperlakukan konsumen yang datang. Seperti yang terjadi pada Alfamart Merdeka Purbolinggo, karyawan toko tidak melakukan TSS (Tatap, Senyum, Sapa), ketika ada konsumen yang baru saja memasuki toko, karyawan toko hanya melakukan sapa tanpa tatap dan senyum kepada konsumen yang baru memasuki toko. Selain itu terdapat karyawan toko yang sama sekali tidak melakukan TSS kepada konsumen yang baru memasuki Alfamart. Padahal seharusnya karyawan toko melayani semua konsumen dengan prosedur yang telah ditetapkan.

Apalagi berdasarkan hasil wawancara peneliti dari kedua Alfamart menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh pada keputusan konsumen berbelanja.

3. Kehendak Bebas

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Berdasarkan prinsip kehendak bebas ini, manusia mempunyai kebebasan untuk membuat suatu perjanjian termasuk menepati janji atau mengingkarinya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di kedua Alfamart peneliti masih menemukan pelanggaran janji yang dilakukan oleh seorang karyawan terhadap konsumennya. Bentuk pelanggaran janji tersebut adalah

berupa kekecewaan konsumen terhadap pelayanan yang diterima. Hal ini tentu membuat konsumen kecewa dan merasa tidak puas. Hal tersebut tidak sesuai dengan perkataan karyawan toko yang akan memberikan pelayanan terbaik sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

4. *Responsibility*

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran agama Islam. Tanggung jawab muslim yang sempurna ini tentu saja didasarkan atas cakupan kebebasan yang luas, yang dimulai dari kebebasan untuk memilih keyakinan dan berakhir dengan keputusan yang paling tegas yang perlu diambilnya. Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di kedua Alfamart, kejujuran sudah diterapkan dalam sikap karyawan yang dengan jujur menunjukkan serta menawarkan produk-produk mana yang sedang *discount/promo* tentunya dengan harga yang berbeda-beda antara berbagai tingkatan ukuran, harga dan kualitas tersebut. Selain itu karyawan tidak memaksakan kehendak konsumen dan menyerahkan keputusan kepada konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

5. *Benevolence*

Ihsan (*benevolence*) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau

dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara peneliti, peneliti melihat perlakuan yang sopan, serta rendah hati yang diberikan karyawan toko. Misalnya saja pada Alfamart bungur Purbolinggo, perlakuan karyawan yang dengan sopan serta rendah hati menjelaskan kepada konsumen mengenai produk popok bayi dan susu bayi yang sedang *discount* serta menjelaskan harga dari kualitas paling tinggi hingga rendah. Sikap karyawan yang sopan dalam memberikan informasi kepada konsumen dengan menjelaskan produk-produk yang sedang *discount* tentu akan meninggalkan kesan positif dimata konsumen, yang tentu akan membuat konsumen datang kembali untuk berbelanja kembali di Alfamart.

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan mempunyai peran yang sangat penting dan berpengaruh pada keputusan konsumen dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang didapat oleh peneliti kepada para konsumen di kedua Alfamart mengenai pelayanan yang ada pada Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo sudah cukup baik pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dilihat dari pengamatan peneliti dan tanggapan para konsumen diatas yang sebagian besar menyatakan pelayanan yang tanggap, sopan, rendah hati oleh para

karyawan toko membuat konsumen nyaman dan memilih Alfamart sebagai tempat berbelanja. Akan tetapi, masih terdapat konsumen yang memiliki anggapan berbeda. Selain itu, masih adanya karyawan yang belum melaksanakan SOP yang telah ditetapkan Alfamart serta masih ada yang belum sesuai dengan etika bisnis Islam. Untuk itu pihak Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi harapan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian di Alfamart di Kec. Purbolinggo dan wawancara yang telah dilakukan peneliti, bahwasanya kualitas pelayanan yang dilakukan sudah cukup baik. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan konsumen di Alfamart Merdeka Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo. Maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan termasuk salah satu yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen berbelanja. Sementara dalam perspektif etika bisnis Islam, masih ada tindakan pelayanan yang kurang mencerminkan tindakan yang sesuai dengan etika bisnis Islam.

Ketidak sesuaian tersebut terjadi pada beberapa hal, yang pertama adalah sebagai umat Islam, manusia diwajibkan beribadah kepada Allah SWT, pada kenyataannya tidak ada waktu khusus yang diberikan pihak Alfamart untuk sholat, membuat karyawan toko masih melayani konsumen padahal telah memasuki waktu sholat. Yang kedua adalah keseimbangan/keadilan. Terjadinya ketidakadilan dalam pelayanan konsumen, dimana terdapat karyawan toko yang tidak melayani konsumen sesuai SOP. Dan yang ketiga adalah kehendak bebas, karyawan toko memberikan janji pelayanan yang terbaik yang sesuai dengan SOP namun pada kenyataannya janji tersebut tidak

dipenuhi, karena masih adanya konsumen yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan.

B. Saran

1. Dalam hal memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan harus melaksanakan SOP yang telah ditetapkan Alfamart yaitu TSS (tatap, senyum, sapa) kepada setiap konsumen yang datang.
2. Pelayanan yang berkualitas adalah salah satu hal penting yang harus diberikan kepada konsumen dari seorang karyawan toko, namun karyawan tidak boleh melupakan standard pelayanan yang telah ditetapkan dalam etika bisnis Islam. Sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar telah ada aturan ataupun etika masing-masing.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fathoni, *Metodelogi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Agus Sucipto, M.M, *Studi Kelayakan Bisnis*, Malang:UIN-Maliki Press, 2011.
- Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam (Muamalah)*, Bandung: Pustaka Setia,2014.
- Buchari Alma, *Pengantar Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Faisal badroen., et al., *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Fandy Tjiptono, *Strategi Bisnis*, Yogyakarta: Andi Offset, 2008.
- dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.
- Hendro, *Dasar-Dasar Kewirausahaan*, Jakarta: Erlangga, 2011.
- Irham Fahmi, *Etika Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya,2009.
- M. Nur Rianto Al Arif, S.E., M.Si.,*Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung : Alfabeta, 2012.
- Moh.Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Malang: UIN Maliki Press, 2010.
- Mudjiarto dan Aliaras Wahid, *Membangun Karakter dan Kepribadian Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006.
- Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Jakarta: rineka cipta 2009.
- , *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.

- Philip Khotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Ristiayanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi, 2005.
- Rizky Darmawan, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis, Konsep dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- , *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008.
- Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011.
- Sutrisno Hadi, *Metode Research Jilid 1*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 1984.
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Yusanto dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- <http://www.google.co.id/amp/s/bagusdimas471.wordpress.com/2015/09/29/proses-pengambilan-keputusan-oleh-konsumen/amp/>, diunduh pada tanggal 28 Januari 2018.

**ALAT PENGUMPUL DATA (APD)
PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Kasus Alfamart Di Kec.Purbolinggo)**

A. Wawancara

1. Pertanyaan untuk kepala toko Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo:
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo ?
 - b. Berapakah jumlah karyawan yang ada di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo ?
 - c. Bagaimanakah standard pelayanan yang ada di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo ?
 - d. Adakah sanksi jika pelayanan tidak dilaksanakan sesuai standar?

2. Pertanyaan untuk karyawan Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo:
 - a. Bagaimana cara anda memberikan layanan kepada para konsumen Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo ?
 - b. Apakah selama ini pernah terdapat complain dari konsumen mengenai layanan yang diberikan ? apabila ada bagaimana tanggapan anda ?

- c. Apakah ada pengaruhnya antara pelayanan yang diberikan dengan keputusan pembelian yang dilakukan konsumen di Alfamart ini?
3. Pertanyaan untuk konsumen Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo:
 - a. Bentuk layanan apa saja yang anda dapatkan di Alfamart ini?
 - b. Bagaimana pendapat anda mengenai layanan yang diberikan oleh karyawan toko?
 - c. Apa alasan anda ketika memilih Alfamart ini saat berbelanja?
 - d. Apakah anda berlangganan di Alfamart ini ? Alasan?
 - e. Apakah pelayanan yang ada di Alfamart ini memuaskan? Alasan?
 - f. Apakah menurut anda pelayanan yang baik itu penting diberikan oleh seorang karyawan? Alasan?

2. Dokumentasi

- a. Data struktur organisasi Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo
- b. Foto kegiatan Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo

Metro, Oktober 2017

Mahasiswa ybs.



Yun Farida

13104874

Mengetahui

Pembimbing I



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag., MH

NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II



Netv Hermawati, SH., MA., MH

NIP. 19740904 200003 2 002

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(STUDI KASUS ALFAMART DI KEC. PURBOLINGGO)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Identifikasi Masalah
- C. Rumusan masalah
- D. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Layanan
 - 1. Kualitas
 - 2. Kualitas Pelayanan/Layanan
- B. Perilaku Konsumen
 - 5. Definisi Perilaku Konsumen
 - 6. Proses Pengambilan Keputusan
 - 7. Motif Pembelian (*Buying Motive*)
 - 8. Gaya Belanja
- C. Etika Bisnis Islam
 - 5. Etika Bisnis

6. Etika Bisnis Islam
7. Permasalahan Umum Dalam Etika Bisnis
8. Etika Pelayanan
9. Ayat-Ayat yang Terkait Etika Pelayanan

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknis Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- E. Gambaran Umum Daerah Penelitian
 3. Sejarah Berdirinya Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo
 4. Struktur Organisasi Alfamart di Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo
- F. Standar Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Kec. Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur.
- G. Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo.
- H. Pengaruh Kualitas Pelayanan di Alfamart Bungur Purbolinggo dan Merdeka Purbolinggo Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja.

BAB V PENUTUP

- C. Kesimpulan
- D. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

Metro, Mei 2017

Mahasiswa ybs.



Yun Farida

13104874

Mengetahui

Pembimbing I



Hj. Siti Zulfakha, S.Ag., MH

NIP. 19720611 199803 2 001

Pembimbing II



Netv Hermawati, SH., MA., MH

NIP. 19740904 200003 2 002



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	2 / 2016 / 1		ace di muagobahkan langsung usar ipa	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	22/12/2017		<ul style="list-style-type: none"> - Perbaiki Format - Pengeditan - Format alinea! - Banyak kesalahan - bette - laporan penelitian - dikant per wawancara - agar fokus! - apa mau stop berpanjang? - Terahir Guru dgn - program tsbt. - must etika bisnis - dan 	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yun Farida** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
 NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	14 / 2017 /12		Acc BAB IV & V lanjutan ke pembimbing I	<i>Y Hermawati</i>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Nety Hermawati, SH, MA, MH
 NIP. 19740904 200003 2 002

Yun Farida
 NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>Bab IV Gunakan kalimat yg baik dan benar Pemahaman konsumen terhadap kualitas layanan tidak terurai</p> <p>Bab V Perbaiki Bab V dan susun secara sistematis.</p>	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Nety Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metro.univ.ac.id; E-mail: iainmetro@metro.univ.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 13104874 Semester / TA : VIII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	27/10/17 a		Perbaiki APD sani cat. tulis paper ya tulis → lgsng Eja an alasan ya	
	27/10/17 b		aku app lanjutkan penelitian dan pembahasan	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874


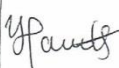


**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yun Farida** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy**
NPM : **13104874** Semester / TA : **VIII/ 2016-2017**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>lengkapi dg persetujuan pembimbing pada APD</p>	
			<p>Acc APD</p>	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,



Nety Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002



Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	10/10/2017		acc GB I-III lajutan APD	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874




**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/2017 /9		<ul style="list-style-type: none"> - Paralel outline - Bab II Sebaran - fei dan hulu - dan ekba bisnis - klan tjs pelagan to bula. - Bab III → autn sub dan piron dan corecom ms suberon telus audim dan longipil 	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001



Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yun Farida** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy**
NPM : **13104874** Semester / TA : **VIII/ 2016-2017**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	9/2017 9		<p>↳ Seperti apa pbb & kalanya dulu menggunakan 16M yang sudah bisa dulu dari yg umum tans management pd pemerintahan yg jadi lapangan selanjutnya perlu meneliti apa di titik</p> <p>- mana outline ? - Bab III sudah ada di jelaskan pergunakan</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yun Farida** Fakultas / Jurusan : **Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy**
NPM : **13104874** Semester / TA : **VIII/ 2016-2017**

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Ace Lanjutkan ke pembimbing I	<i>Y Hermawati</i>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Netv Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Yun Farida
NPM. 13104874



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.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
 NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>Pada landasan teori harus fokus jangan sampai masih membahas satu konsep/ teori sblh menjelaskan konsep yg lain apalagi konsep tsb tdk ada kaitannya .</p> <p>Berikan pendapatmu tentang teori yang digunakan jangan terkesan hanya memindahkan isi buku saja</p>	<p>Y Hermawati</p> <p>Y Hermawati</p>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs,

Netv Hermawati, SH, MA, MH
 NIP. 19740904 200003 2 002

Yun Farida
 NPM. 13104874



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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Yun Farida
 NPM : 13104874

Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	8/2017 /6		apa arti tpy puzams tidak? lalu bizon Amu bizon puzams ya? lihat off.	
	16/2017 /6		acc outline lanjutan Bab I - dit dit bab 2	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Hj. Siti Zulaikha, S.Ag. MH
 NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
 NPM. 13104874



**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.(0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : **Yun Farida** Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam /ESy
NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Ace outline	<i>Yun Farida</i>

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Nety Hermawati, SH, MA, MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Yun Farida
Yun Farida
NPM. 13104874



**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. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id; E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Yun Farida Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
NPM : 13104874 Semester / TA : VIII/ 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	19/2017 4		Ace di sekitar Ban Cagkapi	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs,



Hj. Siti Zulaikha, S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Yun Farida
NPM. 13104874

	SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI	No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
	(STAIN) JURAI SIWO	No. Revisi	RO
	Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	Tgl. Berlaku	
		Halaman	
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL			

Nam : Yun Farida
NPM : 13104874


Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
Semester / TA : VII/2016-2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	7/4		<ul style="list-style-type: none"> - Lohr belakng dlm gelas ! 75 dan di bidik program praon utk Alfa atau pagawh utk taka? Gditer! - lalu apa kaitnya dg desuwi syariah? - LBM si urutkan mengikut pola piramida kebalik Setelah selesai lama !!! - Pen. relevan min. 3 - Pddatopen bab III Pidentifikasi sumber data! sistem pino + selubur fis sun kom, analisis data fis dlos - data puztako perkuhi litrat pedoman 	<p>25/2017</p>  

Dosen Pembimbing I

Hi.Siti Zulaikha, S.Ag., MH
NIP. 19720611 199803 2 001

Mahasiswa Ybs.


Yun Farida
NPM. 13104874

 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) JURAI SIWO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
	No. Revisi	RO
	Tgl. Berlaku	
	Halaman	1 dari 1
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL		

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
Semester / TA : VII/2016-2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Ace BAB I s/d III	<i>Yun Farida</i>

Dosen Pembimbing II

Nety Hermawati

Nety Hermawati, SH., MA., MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,




Yun Farida

Yun Farida
NPM. 13104874

	SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI		No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
	(STAIN) JURAI SIWO		No. Revisi	RO
	Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507		Tgl. Berlaku	
			Halaman	1 dari 1
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL				

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
Semester / TA : VII/2016-2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			Perbaiki footnote di BAB II dan BAB III	
			Pada BAB II untuk masing-masing sub bab jangan berhenti dengan kutipan tetapi berikan juga analisa mu.	
			Pada bab III perbaiki sumber data. Bedakan antara sumber data dan data. Berikan juga teknik pengumpulan datanya	

Dosen Pembimbing II



Netv Hermawati, SH., MA., MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,



Yun Farida
NPM. 13104874

 SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) JURAI SIWO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-STAINJS-BM-05-09
	No. Revisi	RO
	Tgl. Berlaku	
	Halaman	1 dari 1

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Yun Farida
NPM : 13104874

Jurusan / Prodi : Syariah dan Ekonomi Islam / ESy
Semester / TA : VII/ 2016-2017

No	Hari/Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	5/04 2017	✓	<p>Teknik penulisan perbaikan - Lihat Buku Pedoman STAIN.</p> <p>Rombak total Latar Belakang Masalah.</p> <p>Alurnya seperti piramida terbalik. Latar belakang Masalah tdk memunculkan jawaban dari pertanyaan penelitian</p> <p>Pertanyaan penelitian perbaikan redaksinya</p>	<p><i>Y Hermawati</i></p> <p><i>Y Hermawati</i></p> <p><i>Y Hermawati</i></p>

Dosen Pembimbing II

Y Hermawati

Nety Hermawati, SH., MA., MH
NIP. 19740904 200003 2 002

Mahasiswa Ybs,

Yun Farida

Yun Farida
NPM. 13104874



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: 1216/In.28/D.1/TL.01/10/2017

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

Nama : YUN FARIDA
 NPM : 13104874
 Semester : 9 (Sembilan)
 Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di ALFAMART PURBOLINGGO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS ALFAMART DI KEC. PURBOLINGGO)".
 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 : 24 Oktober 2017

Mengetahui,
 Pejabat Setempat


 0012104874154

Wakil Dekan I



 Siti Zulaikha S. Ag, MH
 NIP. 197206111998032001



**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 : 1217/In.28/D.1/TL.00/10/2017
Lampiran :-
Perihal : IZIN RESEARCH

Kepada Yth.,
KEPALA ALFAMART
PURBOLINGGO
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor; 1216/In.28/D.1/TL.01/10/2017,
tanggal 24 Oktober 2017 atas nama saudara:

Nama : YUN FARIDA
NPM : 13104874
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di ALFAMART PURBOLINGGO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DALAM PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI KASUS ALFAMART DI KEC. PURBOLINGGO)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Metro, 24 Oktober 2017
Wakil Dekan,

[Signature]
Siti Zulaikha S.Ag, MH
NIP. 19720611 199803 2 001



**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
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47298; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-047/In.28/S/OT.01/01/2018**

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

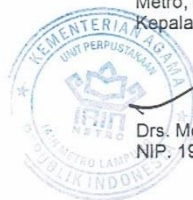
Nama : YUN FARIDA
NPM : 13104874
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13104874.

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, 08 Januari 2018
Kepala Perpustakaan,



[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtari Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



KEMENTERIAN AGAMA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) JURAI SIWO METRO
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15 A Kota Metro Telp. (0725) 41507

Nomor : Stt.06/J-SY/PP.00.9/1288/2016
 Lampiran : -
 Perihal : Pembimbing Skripsi

Metro, 17 Oktober 2016

Kepada Yth:

1. Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
2. Nety Hermawati, SH.,MA.,MH

di -

Metro

Assalamu'alaikum wr.wb.

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


Nama : Yun Farida
 NPM : 13104874
 Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah (ESy)
 Judul : Pengaruh Promosi Jsm (Jum'at, Sabtu, Minggu) Alfamart Terhadap Peningkatan Sales/penjualan Di Alfamart (Studi Di Alfamart Dan Toko-Toko Sekitar Alfamart Di Desa Pujokerto, Kec. Trimurjo)

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 edisi revisi yang dikeluarkan oleh STAIN Jurai Siwo Metro tahun 2013
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 Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Ketua Jurusan

 Siti Zulaikha, S.Ag.,MH
 NIP. 197306111998032001

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Tegal Yoso pada tanggal 5 Juni 1995, anak kedua dari dua bersaudara, dari pasangan bapak Tohiri dan Ibu Siti Maisaroh. Bertempat tinggal di Tegal Yoso Kec. Purbolinggo Kabupaten Lampung Timur.

Pendidikan yang telah ditempuh di awal Taman kanak-kanak Aisyah Bustanul Atfal selesai pada tahun 2001 dan melanjutkan di SDN 03 Tanjung Kesuma selesai pada tahun 2007, kemudian melanjutkan di SMPN 1 Purbolinggo selesai pada 2010, sedangkan pendidikan menengah atas di SMAN 1 Purbolinggo lulus pada tahun 2013, kemudian melanjutkan pendidikan di STAIN Jurai Siwo Metro yang sekarang berubah menjadi IAIN Metro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.