SKRIPSI

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR

OLEH:

MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM 1702040058

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1442 H /2021 M

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR

Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi dan Memenuhi Sebagaian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM. 1702040058

Pembimbing I : Liberty, SE., MA
Pembimbing II : Dharma Setyawan, MA

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
TAHUN 1442 H/ 2021 M

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296;
website: www.metrouniv.ac.id/E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Untuk Dimunaqosyahkan**

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

Assalamu'alaikum Wr. Wb

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

Nama : MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM : 1702040058
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqosyahkan.

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

Wassalamua'alaikum Wr. Wb

Metro, November 2021

Pembimbing I	Pembimbing II
Liberty, SE., MA	**Dharma Setyawan, MA**
NIP. 197408242000032002	NIP. 198805292015031005

HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul	:	TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR
Nama	:	MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM	:	1702040058
Jurusan	:	Ekonomi Syariah (Esy)
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, November 2021

Pembimbing I	Pembimbing II
Liberty, SE., MA	**Dharma Setyawan, MA**
NIP. 197408242000032002	NIP. 198805292015031005

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 3411
Telp. (0725) 41507; faksimili (0725) 47296; website: www.metrouniv.ac.id;E-mail:iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : B-3877/In.28.3/D/PP.00.9/11/2021

Skripsi dengan Judul "**TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR**", Disusun oleh Muhammad Teguh Habibbullah, NPM. 1702040058, Jurusan : Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada hari/tanggal Jum'at, 19 November 2021.

TIM PENGUJI MUNAQOSYAH

Ketua / Moderator	: Liberty, S.E., M.A	(.....)
Penguji I	: Suci Hayati, M.S.I	(.....)
Penguji II	: Dharma Setyawan, M.A	(.....)
Sekretaris	: Atika Riasari, M.B.A	(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Mat Jalil, M.Hum
NIP. 196208121998031001

ABSTRAK

TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGAHARI 46 LAMPUNG TIMUR

Oleh:

MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM. 1702040058

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan toko joyo mart 46 Batanghari Lampung Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini melalui wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah diperoleh dari satu responden ke responden lainnya (snowball sampling) hingga berada di titik jenuh.

Hasil penelitian ini menunjukan bahwa pelayanan sudah sesuai dengan SOP (*Standard Operasional*) Toko Joyo mart 46 batanghari Lampung timur yang diberikan kepada nasaba. Diantaranya pemberian pelayanan meliputi menyapa nasabah dengan salam sebagai pembuka, selalu murah senyum sebagai sikap ramah yang ditunjukkan kepada Konsumen, komunikatif, adanya konfirmasi dan *follow up*, tanda pengenal yang diperhatikan karyawan serta ucapan terimakasih sebagai penutup yang diberikan kepada nasabah. Namun dalam pelayanan, ada beberapa kendala terkait pelayanan yaitu keluhan nasabah terkait pelayanan yang dirasa terkadang masih terlalu lama, kurangnya SDM di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, sehingga akibat adanya kurangnya personil dalam pelayanan mengakibatkan pelayanan kurang maksimal dari Toko Joyo Mart tersebut yang disarankan masih membutuhkan penambahan personil ketika melayani banyaknya nasabah disaat tertentu, agar pelayanan tetap berjalan lebih maksimal dan nasabah tetap merasa nyaman. Adapun Fasilitas yang menjadi kendala di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur yaitu toilet yang terpisah dengan toko dan lahan parkir yang kurang luas.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: MUHAMMAD TEGUH HABIBBULLAH
NPM	: 1702040058
Jurusan	: EKONOMI SYARIAH
Fakultas	: EKONOMI BISNIS ISLAM

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

Metro, November 2021

Yang Menyatakan

Muhammad Teguh Habibbullah

Npm. 170204005

MOTTO

۞ أَوۡفُواْ ٱلۡكَيۡلَ وَلَا تَكُونُواْ مِنَ ٱلۡمُخۡسِرِينَ ١٨١ وَزِنُواْ بِٱلۡقِسۡطَاسِ ٱلۡمُسۡتَقِيمِ ١٨٢

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan; Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. (QS. Asy Syu'araa' : 181-182)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, peneliti mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat-nya, sehingga peneliti berhasil menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dan menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulis persembahkan hasil studi ini kepada:

1. Ayahanda Ibron Andi dan Ibunda Siti Zaliyah yang selalu tak lupa untuk mendoakanku, memberi dukungan dan tak pernah bosan mengingatkan untuk lebih baik dan tak lupa selalu menasehatiku dan menjagaku dengan kasih sayangnya selama ini dan mendengarkan segala keluh kesahku dan menyemangatiku dalam perjalanan pendidikanku selama ini yang aku tempuh.

2. Keluargaku terutama untuk Om Agus Afandi, Tante Friska serta keponakan-keponakanku tersayang Isna, Hensa, Selly, Elisa yang selalu memberikan keceriaan sehingga menambah semangatku dalam menyelesaikan pendidikan yang aku tempuh.

3. Bapak Dr. Mat jalil, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam ,Ibu Liberty SE,M.A selaku Pembimbing I, Bapak Dharma Setyawan M.A selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan dalam proses bimbingan skripsi.

4. Teman-teman seperjuanganku Sahabat-sahabatku Tim Hore Aulia Nurmahmudah, Nurliana Larasati, Dimas Yusuf S, Redi Mujaffar, Irfan Rifa'I, Rohmadi, Fajar Noviansyah yang selalu bersama-sama untuk tetap memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesahku.

5. Almamater Institut Agama Islam (IAIN) Metro

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik hidayah dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian proposal ini. Proposal ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Stara I (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam upaya penyelesaian proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Siti Nurjanah M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro.
2. Ibu Dr. Mat Jalil, M.Hum, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Liberty SE, MA selaku Pembimbing I yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
5. Bapak Dharma Setyawan, MAselaku Pembimbing II yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi kepada peneliti.
6. Bapak dan Ibu Dosen/Karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan sarana prasarana selama peneliti menempuh pendidikan.

Kritik dan saran demi perbaikan proposal ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada. Dan akhirnya semoga proposal ini kiranya dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu Ekonomi Syariah.

Wassalamualaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

Metro, Maret 2021

Peneliti,

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
NOTA DINAS ..... **iii**
HALAMAN PERSETUJUAN ..... **iv**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **v**
ABSTRAK ..... **vi**
ORISINALITAS PENELITIAN ..... **vii**
MOTTO ..... **viii**
PERSEMBAHAN ..... **ix**
KATA PENGATAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Pertanyaan Penelitian 5
C. Tujuan Penelitian 5
D. Penelitian Relevan 6

BAB II LANDASAN TEORI
A. Kepuasan Konsumen 10
1. Kepuasan 10
2. Konsumen 11
3. Kepuasaan konsumen 12
4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 15
B. Pelayanan 16
1. Kualitas Pelayanan 16
2. Manfaat Kualitas Pelayanan 18
C. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 18

D. Minimarket 19
1. Pengertian Minimarket 19
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Masyarakat di Minimarket..... 21

BAB III METODE PENENLITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian..... 23
1. Jenis Penelitian 23
2. Sifat Penelitian..... 23
B. Sumber Data 24
1. Sumber Data Primer 24
2. Sumber Data Sekunder 25
C. Teknik Pengumpulan Data 26
1. Wawancara (*Interview)* 26
2. Dokumentasi..... 27
D. Teknik Analisis Data 27

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian 29
B. Kualitas pelayan Toko Joyo Mart 46 Batanghari Lampung Timur..... 32
C. Kendala terkait pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur..... 48

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 49
B. Saran 50

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR GAMBAR

1. Struktur Organisasi Toko Joyo Mart..... 31

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Bimbingan Skripsi
2. Alat Pengumpul Data
3. Outline
4. Izin Pra Survey
5. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
6. Surat Research
7. Surat Tugas
8. Surat Keterangan Bebas Pustaka
9. Formulir Konsultasi Bimbingan
10. Foto Dokumentasi
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik di pasar domestik (nasional) maupun di pasar internasional atau global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik daripada para pesaingnya.[1]

Persaingan didunia bisnis akhir-akhir ini sangat ketat membuat para pembisnis menilai bahwa bisnis pertokoan merupakan sebuah bisnis yang sangat menjanjikan keuntungannya. Seiring dengan banyaknya persaingan para pebisnis melakukan banyak cara untuk menggait konsumen salah satunya dengan meningkatkan kepuasaan pelayanan terhadap konsumen. Kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspetasi pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspetasi pelanggan maka pelanggan akan merasa kecewa. Konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat

---

[1] J. Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar,* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 1.

kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelangan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira.

Menentukan kepuasan konsumen terhadap produk pelayanan diukur menggunakan dimensi kualitas produk, dan untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap pelayanan menggunakan dimensi kualitas pelayanan. Dimensi kualitas produk ada delapan yaitu kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetik, kemampuan pelayanan, dan kualitas yang dirasakan. Dimensi kualitas pelayanan ada lima yaitu jaminan, empati, reliabilitas, daya tanggap, dan bukti fisik.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen.[2]

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat

[2] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997), 19.

adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen.

Kualitas pelayanan berkontribusi signifikan bagi pengembangan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dibandingkan dengan ekspetasi atau harapan konsumen. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Kepuasan yang dirasakan pelanggan, akan berdampak positif bagi toko, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi bengkel akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya. Oleh karena itu, setiap toko perlu berupaya memahami nilai-nilai yang diharapkan pelanggan dan atas dasar itu kemudian berusaha memenuhi harapan tersebut semaksimal mungkin.[3]

Upaya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh memang tidak mudah, bahwa tidak realitas bila suatu perusahaan mengharapkan tidak ada pelanggan yang tidak puas. Namun tentu saja setiap perusahaan harus berusaha meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan memberikan pelayanan yang semakin hari semakin baik. Dan pada

[3] *ibid.*, 25.

saat yang bersamaan perusahaan perlu pula memperhatikan konsumen yang merasa tidak puas.[4]

Bisnis pertokoan yang sedang berkembang saat ini salah satu nya adalah Joyo Mart. Toko Joyo Mart merupakan sebuah toko serba ada (Toserba) yang dibangun didaerah pasar yang berada di Kecamatan Batanghari yang merupakan segmentasu pemasaran yag sangat tepat.Toko Joyo Mart menjual berbagai jenis barang antara lain pakain wanita dan pria, sepatu dan sandal pria wanita,pakaian bayi, alat pecah belah, alat tulis kantor, kosmetik, dan lain sebagainya, yang bertujuan menunjang penampilan sesorang.

Joyo mart dari tahun 2014 sampai 2021 mengalami perkembangan, dari mulai jumlah pelanggan yang bertambah dan pembuatan cabang baru yang berada disekitar Lampung Timur. Dengan perkembangan usaha Joyo Mart yang semakin meningkat, membuat peneliti tertarik untuk mengamati kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh Joyo Mart. Dengan terciptanya kepuasan konsumen terhadap produk dan pelayanan di Joyo Mart akan memberikan manfaat seperti adanya promosi konsumen dari mulut ke mulut. Tentu saja hal ini dapat berdampak positif bagi Joyo Mart karena dapat menciptakan loyalitas konsumen dan meningkatkan omset.

Berdasarkan uraian tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan, maka peneliti tertarik melakukan penenlitian mengenai

[4] *Ibid.,* 146.

"Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur".

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang diterangkan diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian yaitu:

Bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur?

Apakah kendala terkait pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang terdapat pada pertanyaan penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui Tingkat Kepuasan konsumen terhadap pelayanan toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat berupa tambahan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti. Dapat dijadika referensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

a. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan referensi akademis dan penulis tentang pengetahuan yang berkaitan dengan Jurusan Ekonomi Syariah dibidang Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan bagi pemilik toko untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan adalah penelitian penelitian karya orang lain yang secara subtantif ada kaitannya dengan tema atau topik penelitian yang akan dilakukan oleh seorang peneliti. Penelitian relevan dilakukan untuk mengetahui untuk mengetahui apakah penelitian sebelumnya sudah dilakukan oleh orang lain, karena pada bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research)* tentang persoalan yang akan dikaji. Penelitian mengemukakan dan menunjukan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Korbianus Nasto Mahasiswa Universitas Sanata Dharma Yogyakarta tentang Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Apotek Optima Di Yogyakarta. Penelitian ini termasuk dalam penelitian studi kasus (case Study). Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahuiprofil konsumen di Apotek OPTIMA dan bagaimana tingkat konsumen terhadap kinerja yang akan dilakukan oleh Apotek OPTIMAhasil penelitian yang dilakukan oleh penulis dapat disampaikan bahwa analisi presentase diketahui bahwa profil konsumen Apotek OPTIMA berdasarkan jumlah mayoritas konsumen

adalah wanita (62%), dengan golongan usia antara 14 sampai 49 tahun, memiliki latar belakang pendidikan SMA dan perguruan tinggi. Secara, keseluruhan tingkat kepuasan konsumen/Indek Kepuasan Pelanggan (IKP) terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak Apotik OPTIMA, menunjukkan konsumen merasa tidak puas (harapan lebih besar dari kinerja) terhadap pelayanan yang dib erikan oleh pihak Apotek OPTIMA, tetapiada arah menuju kepuasan. Hal ini tercemin dengan besarnya koefisien IKP total rata-rata sebesar -0.283. Berarti pelayanan yang telah diberikan oleh pihak Apotek OPTIMA masih belum maksimal dan perlu ditingkatkan lagi.[5]

2. Penelitian yang dilakukan oleh Puji Sanyoto mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta tentang Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal. Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif yang menggunakan Metode Survei. Tujuan Dalam Penelitian ini Untuk Mengetahui Tingkat Kepuasan Konsumen Tehadap Pelayanan yang Diberikan Oleh Centro Futsal. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh Centro Futsal berada pada kategori puas sebesar 82%. Tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor tangibles berada pada kategori puas sebesar 60%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor reliability pada kategori sangat puas sebesar 56%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor responsiveness pada

[5] Korbianus Nasto, *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Apotek Optima di Yogyakarta,* (Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogykarta,2007).

kategori puas sebesar 49%, tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor assurance berada pada kategori puas sebesar 60%, dan tingkat kepuasan konsumen berdasarkan faktor empaty pada kategori puas 59%.[6]

3. Penelitian yang dilakukan oleh Anggri Valentina K. Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta Tentang Analisi Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta.Tujuan Penelitian ini untuk mengetahui dan menganalis sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan jasa Pos Express di PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta, yang dapat dinilai dari tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur kualitas pelayanan dengan kinerja pelayanan yang telah dilakukan oleh Pos Express Surakarta. Hasil Penelitian yang dilakukan oleh penulis disampaikan bahwa sejauh ini pelanggan tetap (PKS) Pos Express tidak puas atas pelayanan Pos Express. Hal ini dapat dilihat dari perhitungan tingkat kesesuaian total antara kinerja petugas atau karyawan Pos Express dengan tingkat kepentingan pelanggan tetap Pos Express sebesar 62,14% lebih kecil dari 100% sehingga dapat dikatakan bahwa tingkat kinerja Pos Express belum sesuai dengan tingkat kepentingan atau harapan pelanggan tetap (PKS) Pos Express. Temuan lain yang dapat dilaporkan dalam penelitian ini adalah: Tingginya tingkat kepentingan pelanggan tetap (PKS) terhadap

[6] Puji Sanyoto, *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal*, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2011).

pelayanan Pos Express yang dilihat dari atribut-atribut dimensi kualitas jasa yang sudah ditentukan, yaitu rata-rata dari tingkat kepentingan total adalah 3,52. Angka ini menunjukkan tingkat kepentingan pelanggan tetap (PKS) pada pelayanan Pos Express adalah sangat penting, Rendahnya tingkat kinerja petugas Pos Express terhadap pelayanan yang diberikannya pada pelanggan tetap (PKS) Pos Express. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata tingkat kinerja total adalah 2,18. Angka ini menunjukkan tingkat kinerja petugas Pos Express kurang memuaskan pelanggan dan Dari hasil perhitungan chi-square didapatkan semua atribut kualitas jasa pelayanan mempunyai probabilitas hitung melebihi taraf signifikansi 5%, yang berarti hipotesis sementara diterima.[7]

Hasil Penelitian diatas memiliki kesamaan yaitu membahas tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan sama hal dengan penelitian yang peneliti lakukan membahas kepuasan konsumen akan tetapi yang membedakan yaitu metode penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan metode kuantitatif.

[7] Anggri Valentina K, *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express di PT Pos Indonesia Cabang Surakarta,* (Surakarta :Universitas Sebelas Maret, 2011).

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen

1. Kepuasan

Menurut Oliver yang dikutip oleh J Supranto, Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi dengan kinerja atau hasil suatu produk dan harapan – harapannya.[8]

Menurut Kothler, Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.[9]

Senada dengan pendapat Kothler, Rambat Lopiyoadi juga mengemukakan bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan.[10]

Jadi tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

---

[8] Alexander Sindoro dan Benjamin Molah, penerj., Dasar -Dasar Pemasaran, Jilid 1 (Jakarta: Prehalindo, 2002), 42.

[9] Philip Kothler, Manajemen Pemasaran, trans. oleh Benjamin Molan, Edisi Milenium Jilid I Edisi Ke Sebelas (Jakarta: Prenhallindo, 2005), 70.

[10] Rambat Lopiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik (Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001).

Apabila kinerja dibawah harapan maka konsumen akan kecewa tetapi apabila kinerja melebihi atau sama dengan yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitiv terhadap harga dan memberikan komentar positif terhadap perusahaan, serta dengan senang hati mempromosikan perusahaannya walau tanpa adanya imbalan.

2. Konsumen

Menurut UU Republik Indonesia No. 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen, konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan / atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.[11]

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Konsumen adalah pemakai barang atau jasa.[12] Konsumen adalah pemakai barang hasil produksi atau industri.[13]

Dapat diartikan konsumen ialah individu atau kelompok yang menggunakan jasa Desain Grafis di Topten untuk membuat Banner dengan ukuran dan jumlah tertentu dengan tujuan agar mendapatkan tingkat kepuasan yang diinginkan.

---

[11] Undang – Undang Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2

[12] Depdikbud, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 1990), 348

[13] Depdikbud, Kamus Pelajar (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), 237.

3. Kepuasaan konsumen

Menurut Mowen dan Minor, Kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi barang atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan,dan harapan konsumen terhadap subuah produk dan jasa. Knsumen yang puas mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebutdan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan sikap konsumen terhadap suatu produk dan jasa sebagai hasil dari evaluasi konsumen berdasarkan pengalaman konsumen setelah menggunakan sebuah produk dan jasa. Konsumen akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan dari produk dan jasa menyenangkan hati para konsumen. Demikian pula sebaliknya.[14]

Menurut Parasuraman Et Al dalam tjiptono (2005) menyebutkan lima dimensi utama kualitas jasa :

[14] Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik*, Cetakan 1 (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2015), 233.

1. *Reliabilitas* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. *Assurance* (Jaminan), yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. *Emphaty* (empaty) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. *Tangible* (Bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.[15]

Zeithaml dan Bitner menyatakan bahwa secara tradisional pengertian kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (expectation) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (perceived performance).[16]

Kotler dan Keller mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan timbul dari membandingkan sebuah produk dengan

---

[15] Upia Rosmalinda dan Zumaroh, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Bank BNI Syariah",* Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah Vol. 4, No.1, 2016 , 4-5

[16] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 197.

harapan konsumen atas produk tersebut. Apabila penampilan produk yang diharapkan oleh konsumen tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen maka dapat dipastikan konsumen akan merasa tidak puas dan apabila produk sesuai atau lebih baik dari yang diharapkan maka kepuasan atau kesenangan akan dirasakan konsumen.[17]

Menurut Danang Sunyoto kepuasan konsumen adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja/hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan konsumen adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, konsumen akan kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi harapan pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Sedangkan harapan pelanggan adalah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen dalam mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan, dengan demukian harapan konsumen/ pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

---

[17] Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), 79.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbadingan antara kenyataan (reality) yang diperoleh dengan harapan (expectation) yang dimiliki oleh seseorang (konsumen). Jika reality sesuai atau lebih tinggi dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas/senang, dan jika reality tidak sesuai dengan harapan konsumen maka konsumen akan merasa kecewa atau tidak puas.

4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai berikut:

a. Produk

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

b. Pelayanan Karyawan

Pelayanan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen dasar penilaian dalam hal ini

pelayanan karyawan meliputi kesopanan, keramahan, kecepatan dan ketepatan.[18]

c. Citra Merek

Citra adalah sebagai jumlah dari gambaran-gambaran, kesan-kesan, dan keyakinan-keyakinan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Citra merek sendiri dapat bernilai positif atau negatif tergantung pada persepsi seseorang terhadap merek.[19]

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

B. Pelayanan

1. Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Parasuraman dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah menjelaskan kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendaliaan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

[18] Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*., 209.

[19] Etta Mamang Sangadji & Sopiah, *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (yogyakarta : Andi Offset, 2013), 327.

keinginan pelanggan. Sedangkan menurut Goetsch dan davis dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra, menyatakan definisi kualitas sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[20]

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan, adanya kesesuaian antara pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan konsumen.[21]

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

---

[20] Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, Service Quality & Satisfaction, (Yogyakarta : Andi offset, 2011), 164.

[21] Danang Sunyoto, Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta : Center For Academic Publishing Service, 2014), 240.

2. Manfaat Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri untuk perusahaan seperti:[22]

a. Loyalitas pelanggan lebih besar.
b. Pangsa pasar lebih besar.
c. Harga saham lebih tinggi.
d. Harga jual produk atau jasa lebih tinggi.
e. Produktivitas lebih besar.

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

C. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Lupiyoadi dalam Molden Elrado, menjelaskan bahwa konsistensi suatu kualitas pelayanan dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan dan menghasilkan suatu kepuasan. Pelanggan yang

[22] Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, Service Quality & Satisfactio., 172.

puas dengan pelayanan yang telah diterima akan membuat pelanggan tersebut percaya dan besar harapan akan menggunakan kembali.[23]

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. konsumen akan merasa puas apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan konsumen. Oleh karena itu, konsumen selalu menginginkan produk jasa memiliki kualitas pelayanan yang sangat baik agar ekspektasi pelanggan dapat terpenuhi.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan konsumen.[24]

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

D. Minimarket

1. Pengertian Minimarket

Minimarket digolongkan sebagai pasar/toko moderen, sehingga dalam hal ini pengertian minimarket dipersamakan dengan pengertian

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

[24] Fandy Tjiptono & Gregorius Candra, Service Quality., 172

pasar/toko moderen. Dalam Peraturan Presiden RI Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Moderen dikatakan bahwa :

"Toko moderen adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Department Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan". (Pasal 1 Angka 5)

"Pasar Moderen adalah pasar yang dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Swasta atau Koperasi yang dalam bentuknya berupa Pusat Perbelanjaan, seperti Mall, Plaza, dan Shopping Centre serta sejenisnya dimana pengelolaannya dilaksanakan secara moderen, dan mengutamakan pelayanan kenyamanan berbelanja dengan manajemen berada di satu tangan, yang bermodal relatif kuat, dan dilengkapi label harga yang pasti".

Minimarket adalah semacam "toko kelontong" atau yang menjual segala macam barang dan makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang dibutuhkan dari rak-rak dagangan dan membayar di kasir.[25]

Sebagai minimarket yang menyediakan barang kebutuhan sehari-hari suasana dan keseluruhan minimarket sangat memerlukan

[25] Tulus TH Tambunan, Dyah Nirmalawati, *Kajian Persaingan Dalam Industri Ritail*, Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU), 2004, 3-4.

suatu penanganan yang profesional dan khusus agar dapat menciptakan daya tarik pada minimarket. Tata letak minimarket dapat mempengaruhi sirkulasi kembali untuk berbelanja. Kadang-kadang suasana yang nyaman bersih dan segar lebih diutamakan dari pada hanya sekedar harga rendah yang belum tentu dapat menjamin kelangsungan hidup dari minimarket tersebut.

2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Masyarakat di Minimarket

Faktor yang mempengaruhi minat belanja masyarakat salah satunya pemberian servis pelayanan, maksudnya perbuatan atau perkataan yang dilakukan untuk menyenangkan, memberi petunjuk atau memberi keuntungan kepada pembeli. Hal itu bertujuan untuk menciptakan goodwill, penambahan penjualan dan perbaikan kedudukan.

Penjual harus memusatkan perhatian kepada pembeli. Setiap pembeli atau konsumen yang datang ke toko harus digembirakan hatinya dengan cara memikat hatinya sebelum menawarkan barang. Pelayanan atau servis penjual terhadap konsumen dapat dibagi menjadi dua yaitu servis material dan servis immaterial.

Tiga kepuasan yang menyebabkan pembeli sering datang ke sebuah toko yaitu sebagai berikut:[26]

a. Merasa puas dengan barang yang dijual (kualitas produk).

b. Puas dengan cara menjual (kualitas pelayanan).

c. Puas dengan harga yang dibayar untuk barang yang diinginkan.

[26] Lili M. Sadeli dan Maman Ukas, Pengantar Bisnis Ilmu Menjual, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), 63-64.

BAB III

METODE PENENLITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan. Penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala objektif sebagai terjadi di lokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah.[27]

Didalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian lapangan untuk mengetahui bagaimana Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

2. Sifat Penelitian

Penelitian yang peneliti gunakan bersifat deskriptif kualitatif, karena penelitian ini berupaya mengumpulkan fakta yang ada, penelitian ini berfokus pada usaha mengungkapkan masalah dan keadaan sebagaimana adanya, yang diteliti, dan dipelajari sebagai sesuatu yang utuh. Menurut Husein Umar, deskriptif adalah menggambarkan sifat suatu yang berlangsung pada saat penelitian

[27] Abdurrahmat Fathoni, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), 96.

dilakukan dan memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu.[28] Sedangkan kualitatif merupakan prosedur penilaian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.[29]

Berdasarkan uraian diatas penelitian deskriptif kualitatif adalah menggambarkan fakta apa adanya dengan cara yang sistematis dan akurat. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha memaparkan keadaan yang sebenarnya mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian adalah subjek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil pencatatan baik yang berupa fakta yang disajikan bahan untuk menyusun informasi.[30] Penelitian ini penulis menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkap, yaitu:

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada peneliti untuk tujuan penelitian.[31] Maka

---

[28] Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), 22.

[29] Moh Kasiram, *Metodologi Penelitian Kuantitatif-kualitatif*, (Yogyakarta: Sukses Offiset, 2010), 175.

[30] Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 129.

[31] Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), 22.

dalam mencari sumber data yang utama harus diperhatikan dengan baik karena akan dijadikan sebagai obyek penelitian.

Dalam Sumber data primer didapatkan dari teknik sampling Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Perkembangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi obyek atau situasi yang diteliti. Atau dengan kata lain pengambilan sampel diambil berdasarkan kebutuhan penelitian.

Jadi, penentuan sampel dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung. Caranya yaitu seorang peneliti memilih orang tertentu yang dipertimbangkan akan memberikan data yang diperlukan, selanjutnya berdasarkan data atau informasi yang diperoleh dari sampel sebelumnya itu peneliti dapat menetapkan sampel lainnya yang dipertimbangkan akan memberikan data lebih lengkap sebagai kepada pemilik satu kepala toko, satu karyawan Joyo Mart dan 5 konsumen atau pelanggan yang berbelanja di Joyo Mart.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber dari bahan bacaan yang sudah tersedia. Dapat juga dikatakan data sekunder adalah bahan-bahan atau data yang menjadi pelengkap dari sumber data primer. Sumber-sumber data sekunder terdiri dari buku-buku yang sesuai

dengan judul penelitian, jurnal, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan judul penelitian. Adapun buku-buku yang dikaji adalah buku-buku yang membahas persoalan mengenai tema yang peneliti bahas.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.[32] Berikut ini teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview)*

Wawancara atau *(interview)* yaitu percakapan yang dilakukan oleh dua pihak antara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara dalam memberikan jawaban atau pertanyaan. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dengan seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.[33]

Jenis wawancara yang diambil oleh peneliti adalah wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang apa yang diperoleh.

---

[32] Juliansyah Noor, *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah*, (Jakarta:Kencana, 2011), 138.

[33] Deddy Mulyana, Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), 180.

Dalam artian peneliti atau pengumpul data menyiapkan instrumen-instrumennya berupa pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti. Peneliti pun dapat menggunakan alat bantu berupa tape recorder, kamera, gambar dan lain-lain. Dalam penelitian ini, wawancara secara mendalam ditujukan kepada kepala toko Joyo Mart , karyawan Joyo Mart dan 10 konsumen atau pelanggan yang berbelanja di Joyo Mart.

2. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu mencari data, mengenai hal-hal atau variabel yang berupa cacatan, transkip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lenger, agenda, dan sebagainya. Dokumen yang diperlukan dalam penelitian ini yaitu berupa aktivitas yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat. Dokumentasi yang diperlukan yaitu dalam bentuk foto pada saat wawancara dilakukan.

D. Teknik Analisis Data

Anaslisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difahami oleh

diri sendiri maupun orang lain.[34] Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, menemukan pola, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan hal-hal yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa saja yang dapat diceritakan orang lain. Kemudian digunakan teori yang ada dengan kenyataan yang terjadi di lapangan guna mengambil kesimpulan terhadap pelaksana teori dan praktik dilapangan.

Metode berpikir yang digunakan dalam merumuskan kesimpulan akhir yaitu dengan cara berpikir induktif, dimana suatu cara berfifkir yang berangkat dari masing-masing premi yang bersifat khusus, kemudian ditarik kesimpulan yang berupa generalisasi atau bersifat umum.

Berdasarkan uraian diatas maka untuk menganalisis data menggunakan data yang telah diperoleh dalam bentuk uraian-uraian kemudian data tersebut dianalisis dengan cara berpikir induktif yaitu secara khusus dari informasi tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

[34] Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D,* (Bandung:Akfabeta, 2012), 244.

BAB IV

PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Toko Joyo Mart

Toko joyo mart yang berlokasi di dusun Adirejo, Desa Banarjoyo, Kecamatan Batanghari Lampung Timur. Toko ini didirikan pada bulan mei tahun 2014, yang sebelumnya merupakan toko yang menjual pakan ternak, berbagai jenis obat-obatan ternak, berbagai jenis burung dan ikan, serta kurungan dan aquarium. Pendiri toko joyo mart adalah bapak Agus afandi dengan istrinya yang bernama ibu Friska ertatin yang keduanya merupakan alumni dari Stain Jurai siwo metro yang sekarang telah berubah menjadi IAIN Metro.

Latar belakang berdirinya toko Joyo mart ini dimana pemilik sekaligus pendiri yaitu bapak Agus Afandi mencoba untuk menjual pakaian *BJ* atau barang bekas namun masih bagus dan layak pakai yang kemudian merambah kebarang-barang yang lain seperti tas,sepatu,sandal dan lainnya.

Kata Joyo Mart sendiri mengambil dari kata bahasa jawa yaitu Joyo yang berarti Jaya dan Mart yang berarti Toko berasal dari bahasa Inggris, yang jika kedua kata tersebut digabung menjadi Joyo Mart yang berarti toko yang selalu jaya. Dengan nama tersebut Pemilik berharapan bahwa toko yang didirikan akan selalu jaya dan berkembang kedepannya.

Toko Joyo mart ini memiliki 1 sekertaris/bendahara, 1 kepala toko dan 4 karyawan yang memiliki tugas yang sama rata, dimana para karyawan memiliki tugas menjadi kasir, melayani konsumen, membersihkan toko, serta memberi harga untuk barang-barang yang dijual.

Toko ini memiliki segmentasi pasar yang sangat luas mulai dari masyarakat yang berekonomi rendah, sedang dan atas. Kemudian menjangkau segala usia baik dari anak-anak, remaja, dewasa hingga orang tua. Namun toko ini lebih didominasi oleh kaum hawa terutama para ibu-ibu.[35]

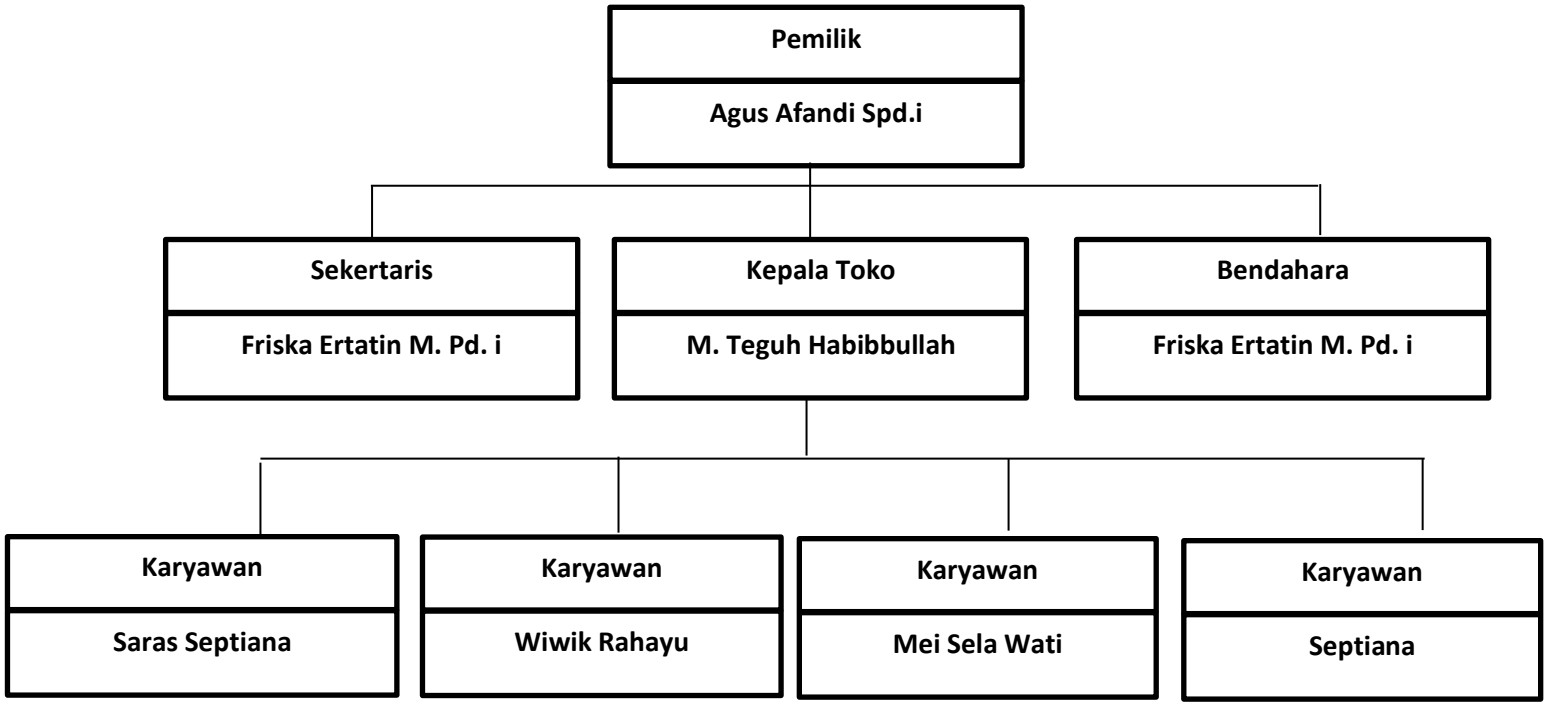
2. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dengan menggunakan garis lini organisasi, atau bisa disebut wilayah kerja. Struktur organisasi di buat dengan tujuan, supaya setiap anggota dalam organisasi mampu melaksanakan tanggung jawabnya dengan maksimal, sehingga tercipta komunikasi dan hubungan yang harmonis baik antar anggota

Pentingnya struktur organisasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah suatu organisasi diarahkan agar dapat memaksimalkan kinerja suatu usaha penjualan sampai kepada konsumen. Dari struktur organisasi tersebut diatas dapat diuraikan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing sesi dalam Toko Joyo Mart sebagai berikut

[35] Bapak Agus Afandi, *Pemilik* Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Wawancara

Struktur Organisasi Toko Joyo Mart[36]



b. Pemilik

1. Mengawasi kinerja sekertaris/bendahara, sekertaris dan bendahara
2. Mengontrol kinerja karyawan
3. Bertanggung jawab atas toko

c. Sekertaris

1. Mencatat seluruh keperluan toko
2. Mencatat keluar masuknya barang
3. Mencatat hal-hal yang diperlukan
4. Mengurus administrasi toko

[36] Dokumentasi Buku Toko Joyo mart Batanghari Lampung Timur

d. Bendahara

1. Mengontrol uang keluar masuk
2. Mengawasi harga barang
3. Mengontrol pemasukan toko

e. Kepala Toko

1. Bertanggung jawab operasional sehari hari
2. Mengontrol kinerja karyawan agar tetap menjalankan tugasnya
3. Memberikan arahan kepada karyawan
4. Mengamil keputusan segala yang terjadi dalam segala situasi

f. Karyawan

1. Memberikan pelayanan pada konsumen
2. Memberi harga pada barang
3. Membersihkan toko
4. Menata barang toko
5. Menjadi kasir toko[37]

B. Kualitas pelayan Toko Joyo Mart 46 Batanghari Lampung Timur

Adanya persaingan,pelayanan merupakan salah satu hal yang penting yang diberikan kepada konsumen dibutuhkan suatu pelayanan yang baik untuk diperhatikan.Pelayanan yang diberikan kepada konsumen guna untuk memberikan kenyamanan kepada konsumen maka diperlukan kualitas pelayanan.karena pelayanan merupakan salah satu hal yang penting, maka

[37] Saudari Friska ertatin, *Sekertaris/bendahara*, Toko joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Wawancara

kualitas pelayanan sangat berhubungan erat untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

Kemudian kepuasan konsumen yang sangat berkaitan erat dengan kualitas pelayanan, maka Sekertaris/bendahara dan Karyawan toko yang merupakan salah satu pekerja yang berhadapan langsung dengan konsumen maupun calon konsumennya dalam pelayanan yang diberikan serta dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Menurut Parasuraman Et Al dalam tjiptono (2005) menyebutkan lima dimensi utama kualitas jasa :

1. *Reliabilitas* (kehandalan), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. *Assurance* (Jaminan), yaitu perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. *Emphaty* (empaty) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. *Tangible* (Bukti fisik) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.[38]

Menurut (Syaifullah & Mira) pengukuran kepuasan konsumen dapat dilakukan sebagai berikut :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk[39]

Pelayanan yang diberikan dan dilakukan Sekertaris/bendahara, Kepala Toko dan Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timurantara lain sebagai berikut:

1. Menyapa konsumen dengan Salam

   Mengucapkan salam kepada konsumen yang datang adalah hal yang paling penting yang harus diingat dan merupakan pembuka utama untuk berkomunikasi dengan konsumen atau calon konsumen yang nantinya akan datang dan mempunyai keperluan di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

2. Selalu murah senyum

   Menghadapi konsumen maupun calon konsumen harus selalu murah senyum, senyum merupakan salah satu sikap ramah tamah yang harus diberikan, ketika awal bertemu dengan konsumen maupun akhir

[38] Upia Rosmalinda dan Zumaroh, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Bank BNI Syariah",* Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah Vol. 4, No.1, 2016 , 4-5

[39] Hendrison Dan Nur Elfi Husda, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Asuransi Reliance Indonesia*", Jurnal Magisma Vol. 8, No.1, 2020, 37

pertemuan dengan konsumen, sehingga sikap ini bisa menjadi salah satu cara agar konsumen selalu merasakan kenyamanan ketika ingin menyampaikan keperluannya.

3. Komunikatif

Dalam menghadapi konsumen maupun calon konsumen harus mempunyai keahlian dalam berkomunikasi karena merupakan salah satu hal yang penting untuk memahami karakteristik dari konsumen maupun calon konsumen yang datang, sehingga apabila konsumen maupun calon konsumen akan menyampaikan keperluannya bisa dipahami dengan jelas sehingga tidak terjadi kesalahpahaman.[40]

4. Konfirmasi dan *follow up* yaitu menghubungi konsumen kembali atau menanyakan kepada konsumen apakah konsumen itu sudah puas atau terdapat keluhan dari konsumen.

5. Tanda Pengenal yang diperhatikan

Selama masa tugas dan bekerja tanda pengenal atau seragam harus diperhatikan oleh karyawan, jangan sampai lupa atau bahkan salah sehingga tidak bisa dikenali misalnya oleh calon konsumen yang datang. tanda pengenal atau seragan merupakan salah satu hal yang penting yang harus diingat untuk dipakai setiap karyawan sehingga konsumen maupun calon konsumen bisa mengenal dan harus diperhatikan dalam penggunaannya. Memakai seragam yang tepat dihari yang ditentukan.

---

[40] Saudari Wiwik Rahayu, *Karyawan toko,* Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Wawancara

6. Terimakasih sebagai penutup

Terimakasih adalah ucapan penutup yang akan diberikan kepada konsumen setelah selesainya pelayanan yang sudah diberikan kepada konsumen, sehingga Sekertaris/bendahara maupun Karyawan akan memberikan ucapan terimakasih sebagai bentuk salam penutup terlebih dahulu sebelum konsumen mengucapkan terimakasih setelah selesainya pelayanan yang diberikan.

Apabila diteliti lebih lanjut mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen, Hasil wawancara sebagaimana yang dilakukan peneliti dengan Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen, Bapak Agus Afandi selaku Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur menjelaskan bahwa Pelayanan itu sangatlah penting, Salam, senyum, dan sapa merupakan hal yang penting dalam pelayanan, respon kepada konsumen harus tetap diberikan walaupun konsumen itu datang hanya sekedar bertamu bukan untuk menabung atau melakukan pembiayaan, pelayanan tetap diberikan namun dalam pelayanannya sendiri memang belum disediakan kotak saran untuk konsumen disini ”.[41]

Sebagaimana peneliti melanjutkan wawancara dengan Saudari Wiwik Rahayu selaku Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur mengenai pelayanan yang diberikan dalam menyambut datangnya konsumen, berdasarkan hasil wawancara dalam pelayanan yang diberikan menyampaikan

[41] Saudari Friska Ertatin, *Sekertaris/bendahara,* Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Wawancara

bahwa Berdiri, senyum, serta menanyakan keperluan konsumen mengenai apa yang bisa dibantu". Serta hasil wawancara peneliti dengan Ibu Nina selaku Pedagang pecel yang berasal dari daerah sekitar toko konsumen Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur menyampaikan bahwa Selama menjadi konsumen disini, pelayanan yang diberikan menurut saya sudah cukup baik, ramah dan pelayanan secara sopan tidak lupa dengan salam sehingga membuat saya puas dan nyaman berada disini".[42]

Dimensi *Reliabilitas* (Kehandalan) salah satunya yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan, mengenai pelayanan yang diberikan, Maka statement sudah sesuai dalam hasil wawancara Ibu Nina selaku konsumen bahwa sudah puas dan sudah merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, dapat dilihat dari sikap ramah yang selalu diterapkan sesuai dengan apa yang disampaikan pihak toko dalam hasil wawancara Bapak Agus Afandi selaku Pemilik serta menanyakan keperluan kepada konsumen sesuai hasil wawancara Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur dalam pemberian pelayanan kepada konsumen sehingga konsumen merasa puas dan konsumen merasakan kenyamanan ketika berada di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dapat diambil kesimpulan bahwa dalam dimensi *Reliabilitas* (kehandalan) yang mencakup memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan sudah sesuai dengan teori yang disampaikan

[42] Saudari Wiwik Rahayu, *Karyawan Toko*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

oleh Parasuraman Et Al dalam dimensi *Reliabilitas*(kehandalan), dapat dilihat dari hasil wawancara yang disampaikan oleh ibu Nina selaku konsumen yang sudah puas dan sudah merasa nyaman terhadap pelayanan yang diberikan juga sudah sesuai dengan teori kepuasan konsumen yang disampaikan oleh Syaifullah dan Mira salah satunya yaitu teori mengenai perasaan puas (dalam arti puas akan pelayanannya).Namun dapat dilihat juga berdasarkan hasil wawancara untuk pelayanan sendiri yang diberikan memang belum disediakannya kotak saran untuk konsumen mengkritik atau bahkan memberikan saran dalam menyampaikan pendapatnya dalam pelayanan yang dirasakannya selama berada di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.[43]

Keinginan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, berdasarkan dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap) dalam sebuah pelayanan yang diberikan, Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Agus Afandi selaku Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, berdasarkan hasil wawancara menjelaskan bahwa Pelayanan tetap diberikan misalnya menawarkan bantuan, mempersilahkan duduk, karena hal tersebut merupakan salah satu pelayanan".

Kemudian dalam memberikan pelayanan kepada konsumen seperti yang sudah disampaikan oleh Bapak Agus Afandi selaku Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Karyawan merupakan salah satu

[43] Saudari Friska Ertatin, *sekertaris/bendahara*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

karyawan toko yang juga sangat penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Wiwik Rahayu selaku Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur,, Pemberian pelayanan kepada konsumen, apakah sudah secara maksimal, peneliti melanjutkan kembali dengan hasil wawancara Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, menyampaikan bahwa Sudah,selain menanyakan keperluan konsumen seperti yang sudah dijelaskan tadi, Karyawan juga akan tetap melayani konsumen sesuai keperluan konsumen sehingga pelayanan tetap berjalan seperti biasanya".[44]

Sebagaimana hasil wawancara yang dilakukan dengan Ibu Wiwik Rahayu selaku Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, Mengenai sebuah pelayanan, peneliti melanjutkan kembali dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Ibu Beti, Menurut Ibu Beti dalam hasil wawancara menyampaikan bahwa sudah cukup pelayanannya, namun menurut saya semisal banyak konsumen yang datang, mungkin sedikit lelah tidak secepat seperti biasanya, ya saya maklum karena sudah tau baik Karyawan maupun Sekertaris/bendahara disini masing-masing hanya ada 2 mungkin perlu ditambah".Sejalan dengan pendapat bapak Eka menyampaikan bahwa Sudah merasa cukup, tetapi terkadang masih menunggu lama didalam pelayanan memilih barang yang diperlukan".

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agus Afandi selaku pemilik, Saudari Wiwik Rahayu selaku Karyawan, Ibu Nina serta Ibu Beti

[44] Bapak Agus Afandi, *Pemilik*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

selaku konsumen dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pelayanan selain menawarkan bantuan seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Agus Afandi selaku Sekertaris/bendahara,menanyakan keperluan konsumen seperti yang sudah dijelaskan oleh Karyawan, sehingga yang diberikan akan dirasa cukup oleh konsumen dalam pelayanan, hanya saja disini dapat dilihat dengan adanya keterbatasan personil baik Karyawan maupun Sekertaris/bendahara yang masing-masing hanya 2 sesuai dengan hasil wawancara yang dijelaskan oleh konsumen, bisa juga menjadi salah satu kendala untuk konsumen serta masih terdapat keluhan konsumen yang terkadang dapat menunggu lama sehingga dibutuhkan penambahan personil agar pelayanan bisa berjalan lebih maksimal.[45]

Selanjutnya dalam sebuah pelayanan, tak lupa Sekertaris/bendahara merupakan suatu bagian dari unit organisasi yang berada di *front office* yang berfungsi sebagai sumber informasi dan perantara bagi toko dan konsumen yang ingin mendapatkan jasa-jasa pelayanan.

Dalam dimensi *Emphaty* (empaty) meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan [46] ,peneliti melanjutkan wawancara dengan Sekertaris/bendahara Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur,, hasil wawancara mengenai pelayanan *Emphaty* (empaty) yang mencakup perhatian pribadi disini dapat dilihat dalam bentuk perhatian yang diberikan

[45] Ibu Beti dan Ibu Nina, *Konsumen,* Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

[46] Upia Rosmalinda Dan Zumaroh, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Pada PT. Bank BNI Syariah*", Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah Vol.4, No.1, 2016, 4-5

kepada konsumen dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Sekertaris/bendahara menyampaikan bahwa pelayanan yang dilakukan selain harus ramah, ataupun menjelaskan produk, juga dapat dilakukan dengan memberikan ucapan ulang tahun dan ucapan Selama atas kelahiran anak sebagai bentuk perhatian kepada konsumen melalui ucapan seperti itu saja".[47]

Dari hasil wawancara seperti yang sudah disampaikan oleh Sekertaris/bendahara dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan selain dengan sikap ramah yang diberikan kepada konsumen, juga bisa dilakukan dengan memberikan ucapan ulang tahun sebagai bentuk perhatian untuk konsumen, Maka *statement* sesuai dengan teori dimensi *Emphaty* (empaty) yang mencakup perhatian pribadi dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara Sekertaris/bendahara yaitu ucapan ulang tahun yang diberikan kepada konsumen sebagai bentuk perhatian kepada konsumen sehingga melalui adanya bentuk perhatian yang diberikan Sekertaris/bendahara kepada konsumen dapat disimpulkan akan tetap terjaganya komunikasi antara karyawan dengan konsumen.

Kemudian selain bentuk perhatian yang diberikan kepada konsumen, peneliti menanyakan kembali mengenai teori dimensi *Emphaty* (empaty) yang lain salah satunya dimensi *emphaty* mencakup komunikasi yang baik, seperti dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Sekertaris/bendahara menyampaikan bahwa Adanya komunikatif seperti yang sudah dijelaskan dari awal tadi, merupakan keahlian berkomunikasi dalam menghadapi konsumen

[47] Saudari Friska Ertatin, *sekertaris/bendahara*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

maupun calon konsumen". Sehingga yang disampaikan oleh Sekertaris/bendahara dalam hasil wawancara bahwa suatu pelayanan itu ada komunikatif, Maka statement sesuai dengan hasil wawancara bahwa dalam dimensi *Emphaty* (empaty) salah satunya mencakup komunikasi yang baik yaitu adanya komunikatif dalam menghadapi konsumen maupun calon konsumen.

Adanya komunikatif dalam keahlian berkomunikasi yang baik kepada konsumen seperti apa yang disampaikan dengan pihak toko, mengingat Sekertaris/bendahara sebagai sumber informasi, maka dalam penyampaian informasi kepada konsumen wawancara dilakukan dengan Saudari Friska ertatin selaku sekertaris/bendahara Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, menyampaikan bahwa Dalam pemberian informasi kepada konsumen ya dilakukan sebaik mungkin, karena memang itu tugas seorang Sekertaris/bendahara harus melayani dengan baik".Sebagaimana hasil wawancara dengan Bapak Aga selaku konsumen baru sejak bulan desember lalu menyampaikan bahwa Penyampaian informasi yang saya terima disini baik, Sekertaris/bendahara selain ramah juga menyampaikan dengan sopan sehingga dalam penyampaiannya bisa mendapatkan ketenangan untuk dimengerti dan bisa dipahami".

Kepala Toko juga mempunyai peran untuk mendapatkan konsumen baru, Dari hasil wawancara Sekertaris/bendahara serta Bapak Aga diatas dapat diambil kesimpulan bahwa penyampaian informasi yang diberikan oleh Sekertaris/bendahara dapat mudah dipahami oleh Bapak Aga dalam pelayanan

yang diberikan, dan dari pemberian informasi yang dilakukan oleh Sekertaris/bendahara selain dapat dimengerti oleh konsumen sehingga bisa mempertahankan konsumen lama, Sekertaris/bendahara yang memberikan pelayanan berupa informasi kepada konsumen lewat pemberian informasi sudah menjalankan perannya untuk mendapatkan konsumen baru, maka dari itu ketika konsumen sudah mendapatkan informasi yang disampaikan oleh Sekertaris/bendahara dengan jelas maka bisa menjadi salah satu hal yang bisa membuat calon konsumen menjadi tertarik untuk menjadi konsumen baru di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur,.

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan sesuai dengan hasil wawancara dengan adanya bantuan brosur yang diberikan kepada konsumen agar memudahkan konsumen dalam pemberian informasi yang disampaikan dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen dan konsumen dapat memahami apa yang telah disampaikan oleh Sekertaris/bendahara.[48]

Selanjutnya peneliti menanyakan kembali kepada Ibu Wiwid yang menjadi konsumen Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, mengenai alasannya selaku konsumen baru dalam hasil wawancara menyampaikan bahwa Awalnya saya mendapatkan rekomendasi dari teman saya yang sudah menjadi konsumen di Toko Joyo Mart sehingga sayapun akhirnya memilih toko ini".

Pelayanan yang diberikan kepada konsumen pastinya terdapat sedikit kendala dalam pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Sebagaimana

[48] Saudari Friska Ertatin, *sekertaris/bendahara*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

peneliti dalam hasil wawancara dengan Saudari Wiwik Rahayu selaku Karyawan menyampaikan bahwa Semisal dalam pemilihan barang yang akan dipilih atau dibeli oleh konsumen maka karyawan akan mengantarkan konsumen dalam memilih, sehingga pelayanan Karyawan yang diberikan kepada konsumen tersebut menjadi maksimal, namun sempat ada konsumen yang tidak memahami maksud dari karyawan dalam melayani kemudian".

Dalam memberikan pelayanan kepada konsumen yang datang ke Toko, selain kendala yang sempat dialami oleh karyawan Karyawan juga sempat dialami oleh Sekertaris/bendahara Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Dalam pelayanan yang diberikan oleh Sekertaris/bendahara Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen, Saudara Friska ertatin selaku Sekertaris/bendahara mengenai pelayanan, menyampaikan bahwa Konsumen itu kan latar belakang pendidikannya berbeda-beda, bermacam karakter juga, terkadang dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, ada konsumen yang kurang mengerti dalam penyampaian informasi yang sudah diberikan namun selaku Sekertaris/bendahara tetap harus memberikan pelayanan kepada konsumen".

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa baik Sekertaris/bendahara maupun Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, sempat mengalami kendala dalam memberikan pelayanan kepada konsumen sehingga pelayanan sempat terhambat seperti dapat dilihat dari hasil wawancara peneliti dengan

sekertaris/bendahara dengan adanya konsumen bermacam-macam karakter sempat menjadi salah satu kendala dalam pemberian informasi yang disampaikan oleh Sekertaris/bendahara dan terkadang adanya complaint yang datang dari konsumen yaitu dapat dilihat berdasarkan hasil wawancara dimana sempat ada konsumen yang tidak mengerti terhadap pelayanan yang sudah dijelaskan seperti kendala yang sempat dialami oleh Karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur,

Namun apabila konsumen belum terlalu jelas dalam pemberian informasi yang disampaikan untuk konsumen, maka peneliti menanyakan kembali kepada Sekertaris/bendahara melalui hasil wawancara Sekertaris/bendahara menyampaikan bahwa Adanya konfirmasi dan follow up yaitu menghubungi konsumen kembali atau menanyakan kepada konsumen apakah konsumen itu sudah puas atau terdapat keluhan dari konsumen".[49]

Dimensi *Assurance* (Jaminan) salah satunya yaitu mencakup pengetahuan, maka statement sesuai hasil wawancara apa yang disampaikan dengan pihak toko yaitu adanya konfirmasi dan *follow up* dengan menghubungi konsumen kembali apabila konsumen tidak puas, sehingga dapat disimpulkan dalam konfirmasi atau *follow up* dalam dimensi *Assurance* (Jaminan) salah satunya mencakup pengetahuan Sekertaris/bendahara tetap menjalankan tugasnya untuk berusaha menjelaskan kembali apa yang tidak dipahami oleh konsumen.

[49] Saudari Friska Ertatin, *sekertaris/bendahara*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

Dimensi *Assurance* (Jaminan) salah satunya yang mencakup kesopanan, peneliti melanjutkan kembali dalam hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak Agus Afandi selaku Pemilik menyampaikan bahwa Apabila ada konsumen yang datang atau bersimpangan dengan salah satu karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur,, maka jangan sampai mengedepankan sikap acuh kepada konsumen, dan harus menyapa terlebih dahulu kepada konsumen, karena apabila acuh kepada konsumen itu merupakan hal yang salah, karena toko sangat berkaitan dengan konsumen".

Seperti yang sudah dijelaskan oleh Bapak Agus Afandi selaku Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, peneliti melanjutkan wawancara dengan Ibu Sri selaku konsumen dalam hasil wawancara menyampaikan bahwa Walaupun disini gaada Toilet, karyawannya sudah cukup baik, kalo semisal bertemu konsumen saya rasa sopan gak sombong ya senyum kok ramah baik juga".[50]

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Agus Afandi selaku Pemilik, Ibu Sri dapat disimpulkan sesuai dengan hasil wawancara bahwa walaupun tidak adanya Toilet di Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, berdasarkan hasil wawancara pelayanan yang diberikan oleh karyawan sudah cukup baik maka statement sesuai hasil wawancara dapat dilihat dari sikap karyawan ketika bersimpangan dengan konsumen apabila konsumen datang serta sikap sopan, senyum, dan ramah yang ditunjukkan kepada konsumen.

---

[50] Bapak Agus Afandi, *Pemilik*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

Selanjutnya dalam berkomunikasi dengan konsumen, maka pentingnya perlengkapan pegawai serta diperlukan adanya suatu sarana komunikasi, dalam dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) seperti yang sudah disampaikan dalam teori Parasuraman Et Al dalam Tjiptono,*Tangible* (Bukti Fisik) yang meliputi perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi bahwa sudah sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan Sekertaris/bendahara Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, yang menjelaskan bahwa Adanya tanda pengenal atau seragam yang diperhatikan oleh karyawan selama masa tugas dan bekerja yang harus diingat untuk dipakai setiap karyawan sehingga memudahkan konsumen maupun calon konsumen agar bisa mengenal".[51]

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa apa yang disampaikan dengan pihak toko, maka statement sesuai dengan hasil wawancara, bahwa dalam dimensi *Tangible* (bukti fisik) salah satunya dimensi yang mencakup perlengkapan pegawai dapat dilihat dari hasil wawancara pihak toko yaitu adanya tanda pengenal atau seragam yang termasuk salah satuperlengkapan pegawai yang harus diperhatikan oleh setiap karyawan,sekaligus tanda pengenal juga merupakan salah satu sebagai sarana komunikasi dalam dimensi *Tangible*(bukti fisik)yang dapat memudahkan komunikasi antara karyawan dengan konsumen untuk diketahui oleh konsumen maupun calon konsumen yang datang serta berhadapan dengan karyawan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

---

[51] Saudari Friska Ertatin, *sekertaris/bendahara*, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, Wawancara

C. Kendala terkait pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur, adalah salah satu Toko serba ada yang berada di Kecamatan Batanghari. Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur memiliki 1 orang Sekertaris/bendahara dan 4 orang Karyawan yang bekerja menggunakan *sife* dalam memberikan pelayanan, ketika menghadapi konsumen maupun calon konsumen yang datang, Ada beberapa kendala terkait pelayanan yaitu keluhan konsumen terkait Pelayanan yang lama dari konsumen satu dengan lainnya, kurang luasnya lahan parkir dan tidak adanya toilet didalam toko joyo mart

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan, maka pelayanan sudah sesuai dengan SOP (*Standard Operasional*) Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur yang diberikan kepada konsumen. Diantaranya pemberian pelayanan meliputi menyapa nasabah dengan salam sebagai pembuka, selalu murah senyum sebagai sikap ramah yang ditunjukkan kepada nasabah, komunikatif, adanya konfirmasi dan follow up, tanda pengenal atau seragam yang diperhatikan karyawan serta ucapan terimakasih sebagai penutup yang diberikan kepada nasabah. Namun dalam pelayanan, ada beberapa kendala terkait pelayanan yaitu keluhan konsumen terkait antrian yang dirasa terkadang masih terlalu lama, menambah loyalitas terhadap karyawan di Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, terutama untuk Karyawan Toko, Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur, sehingga mengakibatkan pelayanan kurang maksimal dari Toko tersebut yang disarankan masih membutuhkan penambahan personil ketika melayani banyaknya konsumen disaat tertentu, adapun fasilitas yang menjadi pekerjaan rumah untuk Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur lainnya yaitu pengadaan Toilet dan pelebaran lahan parkir

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, adapun saran yang dapat dijadikan bahan masukan sebagai berikut :

1. Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur yang hanya mempunyai 1 Sekertaris/bendahara dan 4 Karyawan Toko. Disarankan untuk meningkatkan loyalitas terhadap karyawan, seperti mengajak karyawan rekreasi dan meningkatan jiwa spritual karyawan
2. Tetap pertahankan pelayanan dengan sikap ramah yang telah diterapkan dalam melayani Konsumen Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur.
3. Menyediakan pembuatan tempat untuk kotak saran Konsumen sehingga Konsumen bisa menyampaikan saran serta kritiknya tentang pendapatnya atas pelayanan yang dirasakannya selama ini, sehingga Konsumen juga bisa menyampaikan pendapatnya secara leluasa, dapat diletakkan diatas meja tempat Konsumen membayarkan barang.
4. Menyediakan Toliet didalam toko guna kenyaman konsumen dalam berbelanja dan membuat konsumen betah berbelanja dalam waktu yang lama ketika berada didalam Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur.
5. Meluaskan lahan parkir yang berada didepan Toko Joyo Mart Batanghari 46 lampung Timur agar memudahkan konsumen ketika datang untuk berbelanja dan tidak memakan bahu jalan.

6. memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk kemajuan toko joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

DAFTAR PUSTAKA

Alexander Sindoro dan Benjamin Molah. *Penerjemah Dasar -Dasar Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Prehalindo, 2002.

Anggri Valentina K. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Jasa Pos Express di PT Pos Indonesia Cabang Surakarta*. Surakarta :Universitas Sebelas Maret, 2011.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi IV*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006.

---------. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010.

Depdikbud. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1990.

Depdikbud. *Kamus Pelajar*. Jakarta: Balai Pustaka, 1986.

Etta Mamang Sangadji & Sopiah. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi Offset, 2013.

Fandy Tjiptono & Gregorius Candra. *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi offset, 2011.

Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011.

Kasiram, Moh. *Metodologi Penelitian Kuantitatif-kualitatif*. Yogyakarta: Sukses Offiset, 2010.

Kasiram, Philip. *Manajemen Pemasaran, trans. oleh Benjamin Molan, Edisi Milenium Jilid I Edisi Ke Sebelas*. Jakarta: Prenhallindo, 2005.

Korbianus Nasto. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Apotek Optima di Yogyakarta*. Yogyakarta : Universitas Sanata Dharma Yogykarta,2007.

Lili M. Sadeli dan Maman Ukas. *Pengantar Bisnis Ilmu Menjual*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006.

Lopiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Salemba Emban Patria, 2001.

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

Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010.

Noor, Juliansyah. *Metode Penelitian, Skripsi, Tesis, Disertai dan Karya Ilmiah.* Jakarta:Kencana, 2011.

Priansa, Donni Juni. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

Sanyoto, Puji. *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta, 2011.

Sudaryono. *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 2016.

Sugiyono. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Akfabeta, 2012.

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

Supranto, J. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta, 2001.

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi, 1997.

Tulus TH Tambunan, Dyah Nirmalawati. *Kajian Persaingan Dalam Industri Ritail*. Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU), 2004.

Umar, Husein. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009.

Undang – Undang Republik Indonesia Tentang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2.

Yuniarti, Vinna Sri. *Perilaku Konsumen Teori Dan Praktik, Cetakan 1*. Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2015.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

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;

Nomor : 1606/In.28.3/D.1/PP.00.9/06/2020 15 Juni 2020
Lampiran : -
Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:
1. Liberty, S.E.,M.A
2. Dharma Setyawan.,M.A

di – Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama	:	Muhammad Teguh Habibullah
NPM	:	1702040058
Fakultas	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan	:	Ekonomi Syariah (Esy)
Judul	:	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

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

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

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan

MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPULAN DATA
TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR

A. WAWANCARA

NO	RESPONDEN	PERTANYAAN
1	Pemilik	a. Bagaimana sejarah berdirinya toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur b. Berapa banyak karyawan yag anda miliki di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur c. Bagaimana struktur organisasi di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur d. Apakah anda memiki Cabang selain toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur e. Bagaimana pelayanan yang anda berikan kepada para konsumen f. Menurut anda, apa dampak yang dirasakan ketika adanya pandemi covid -19
2	Karyawan	a. Bagaimana pelayanan yang anda berikan untuk konsumen b. Apakah para konsumen yang datang berbelanja di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur hanya masyarakat sekitar? c. Pelayanan apa yang menjadi keluhan konsumen? d. Apakah para konsumen merasa puas saat

		berbelanja di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur? e. Hal apa yang membuat konsumen tidak merasa puas saat berbelanja?
3	Konsumen	a. Bagaimana pendapat anda dengan adanya toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur b. Bagaimana Pelayanan yang diberikan oleh para karyawan toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur c. Bagaimana pendapat anda dengan produk yang dijual oleh toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur d. Bagaimana pendapat anda dengan harga yang diberikan toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur e. Keluhan apa yang anda rasakan ketika berbelanja di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur f. Apakah anda merasa puas berbelanja di toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

Metro, 11 Oktober 2021

Mahasiswa Ybs,

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Liberty MM
NIP. 196703161995031001

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, M.A
NIP. 198805292015031005

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
NOTA DINAS
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
KATA PENGATAR
DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah
B. Pertanyaan Penelitian
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
D. Tujuan Penelitian
E. Manfaat Penelitian
F. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen
   1. Kepuasan
   2. Konsumen
   3. Kepuasaan konsumen
   4. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen
B. Pelayanan
   1. Kualitas Pelayanan
   2. Manfaat Kualitas Pelayanan
C. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

D. Minimarket
1. Pengertian Minimarket
2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Belanja Masyarakat di Minimarket

BAB III METODE PENENLITIAN
A. Jenis dan Sifat Penelitian
1. Jenis Penelitian
2. Sifat Penelitian
B. Sumber Data
1. Sumber Data Primer
2. Sumber Data Sekunder
C. Teknik Pengumpulan Data
1. Wawancara (*Interview)*
2. Dokumentasi
D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
A. Deskripsi Objek Penelitian
1. Sejarah Toko Joyo Mart
2. struktur Toko Joyo Mart
B. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur
C. Analisis Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur

BAB V PENUTUP
A. Kesimpulan
B. Saran

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN LAMPIRAN
RIWAYAT HIDUP

Metro, 11 Oktober 2021

Mahasiswa Ybs,

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Liberty MM
NIP. 196703161995031001

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, M.A
NIP. 198805292015031005

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

Nomor : B-2691/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2020 Metro, 07 Oktober 2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : **Izin Pra Survey**

Kepada Yth,
Pemilik Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama	:	Muhammad Teguh Habibullah
NPM	:	1702040058
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi	:	Ekonomi Syari'ah
Judul	:	Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur.

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,

Drs. H. M. Saleh, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Muhammad Teguh Habibbullah
NPM : 1702040058
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Toko Joyo Mart Batanghari 46 Lampung Timur** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 19%.**

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 8 November 2021
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

Dharma Setyawan, M.A.
NIP.198805292015031005

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 : B-3269/In.28/D.1/TL.00/10/2021
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA TOKO JOYO MART
BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-3268/In.28/D.1/TL.01/10/2021, tanggal 25 Oktober 2021 atas nama saudara:

Nama	: **Muhammad Teguh Habibullah**
NPM	: 1702040058
Semester	: 9 (Sembilan)
Jurusan	: Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 Oktober 2021
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,

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

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

SURAT TUGAS

Nomor: B-3268/In.28/D.1/TL.01/10/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama	:	**Muhammad Teguh Habibullah**
NPM	:	1702040058
Semester	:	9 (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Syari`ah

Untuk :

1. Mengadakan observasi/survey di TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART BATANGHARI 46 LAMPUNG TIMUR".
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 : 25 Oktober 2021

Mengetahui,
Pejabat Setempat

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,

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

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN
IAIN METRO
Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-1091/In.28/S/U.1/OT.01/11/2021

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

Nama	: Muhammad Teguh Habibullah
NPM	: 1702040058
Fakultas / Jurusan	: Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2021 / 2022 dengan nomor anggota 1702040058

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Nopember 2021
Kepala Perpustakaan

Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.
NIP.19750505 200112 1 002

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Muhammad Teguh Habibbullah** Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1702040058 Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	08/01 2021		Daftar Isi Daftar Pustaka. Jurnal kepuasan konsumen 10 Buku 5 Data tentang mini-market - Nominal ? - Daerah ?	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201 503 1005

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A 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

Nama : Muhammad Teguh Habibbullah
NPM : 1702040058
Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
Semester / TA : VII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	28/2021/01		Daftar isi Daftar pustaka Jurnal kepuasan konsumen BUKU 5 Data tentang minimarket Daerah ? Nasional ?	

Dosen Pembimbing I

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201 503 1005

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507; faksimili (0725)47296; website: www.syariah.metrouniv.ac.id;E-mail: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : **Muhammad Teguh Habibbullah** Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1702040058 Semester / TA : VIII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 18/3-21	✓	Bimbingan Proposal	
			Teknis penulisan mengacu pd buku panduan.	
			Penulisan bahasa asing (arab / Inggris) konsisten cetak miring	
			perbaiki	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE., MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A 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

Nama : Muhammad Teguh Habibbullah Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1702040058 Semester / TA : VII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis 18/3-21		Bimbingan Proposal	
			Teknis penulisan harus mengacu pd buku panduan	
			Penulisan bahasa asing (Inggris / arab) konsisten cetak Miring	
			perbaiki	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE.,MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A 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

Nama : Muhammad Teguh Habibbullah Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1702040058 Semester / TA : VII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin 22/3-21		Cari ayat / hadis yg berkaitan dgn judul	
			Referensi buku bacaan di tambahkan dan Usahakan milik sendiri tidak mengandalkan buku perpus	
			perbaiki	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE.,MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A 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

Nama : **Muhammad Teguh Habibbullah** Fakultas / Jurusan : FEBI / ESy
NPM : 1702040058 Semester / TA : VII / 2020-2021

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	16/2 2021		→ latar belakang data Minimarket di Indonesia dan di Lampung 2017 - 2020 → Jurnal tentang Mini Market di Indonesia Jurnal terbaru 2018 - 2020 6 orang wawancara Pemilik 10 konsumen	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP. 19650111 199303 1 001

Mahasiswa Ybs.

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1704040169

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
1	13/10 2021	Acc Bab IV dan Bab V Lanjut Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP.198805292015031005

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
3	Rabu 3/11 - 21.	Pada Bab 4 telah diperbaiki sesuai arahan saat bimbingan.	
		Pembahasan sesuaikan dgn. persoalan dan di uraikan pada kesimpulan	
		Kesimpulan harus menjawab pertanyaan pd Bab sebelumnya	
		perbaiki !	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
1	12/2021/10	- Tambahkan kawan - Tambahkan dokumentasi dengan Pemilik dan karyawan	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP.198805292015031005

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
	Senin 21/10 - 21	Bimb APD & Outline	
		Telah di periksa & di Acc	
		Acc APD	
		Acc Outline	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Kl. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
	11/10 2021	ACC Outline dan Bab	

Dosen Pembimbing II

Dharma Setyawan, MA
NIP 198805292015031005

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
		Kesimpulan harus menjawab pertanyaan pd bab sebelumya Lampiran² di lengkapi Uraian wawancara yg mengacu pada APD Uraikan secara runut Metode kurangi, utamakan buku² inti yg terkait judul skripsi Perbaiki	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan KH. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
1	18/10 - 21 Senin	Bimbingan Bab 4-5	
		Sejarah tidak usah terlalu panjang, cukup poin²nya saja	
		Pada struktur organisasi tidak usah di urakan secara lusluruhan cukup poin²nya saja/yg terkait	
		Konsistan penulisan bhs asing (inggris / arab) utuk miring	
		perbaiki !	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
2	Senin 1/11-21	Bimbingan Bab 4-5.	
		Uraian pd bab 4 rumutkan sesuai APD yg ada. Narasikan secara ilmiah	
		Pd hal 32 perbaiki sesuai arahan saat bimbingan	
		Perbaiki	

Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058

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
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; *website*: www.syariah.metrouniv.ac.id; *e-mail*: syariah.iain@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Teguh Habibbullah **Fakultas/Jurusan : FEBI/ ESY**
NPM : 1702040058 **Semester/TA : VIII/2020/2021**

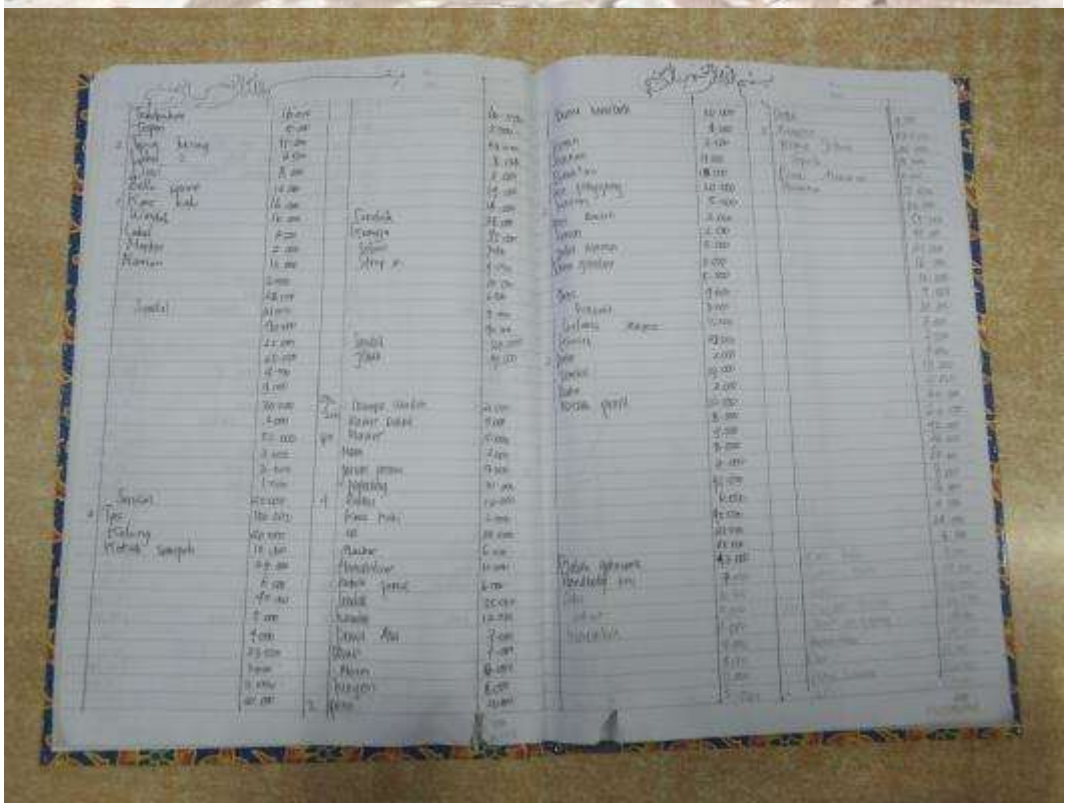
No	Hari/ Tanggal	Hal yang dibicarakan	Tanda Tanggan Dosen
	Jum'at 5/11 - 21	Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan	
		lengkapi lampiran ?.	
		Bab 4-5 Acc.	
		Siap di Ujikan	

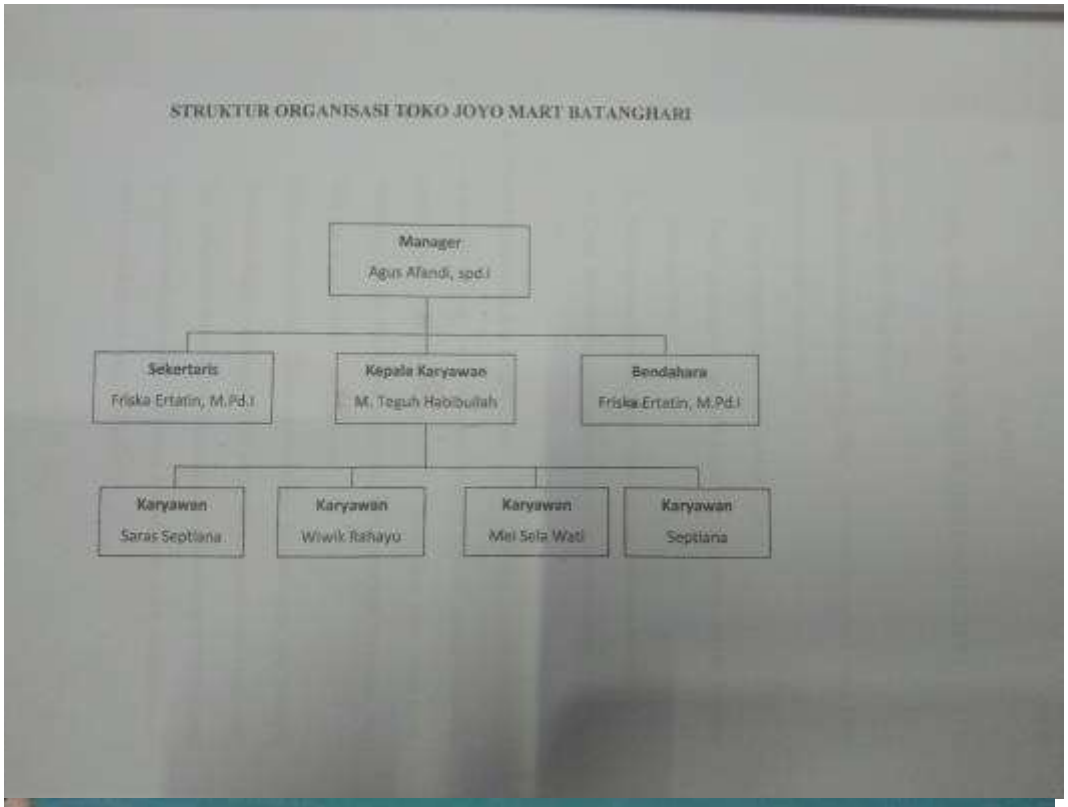
Dosen Pembimbing I

Liberty, SE, MA
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa

Muhammad Teguh Habibbullah
NPM. 1702040058




STRUKTUR ORGANISASI TOKO JOYO MART BATANGHARI
Manager
Agus Afandi, spd.i
Sekertaris
Friska Ertatin, M.Pd.I
Kepala Karyawan
M. Teguh Habibullah
Bendahara
Friska Ertatin, M.Pd.I
Karyawan
Saras Septiana
Karyawan
Wiwik Rahayu
Karyawan
Mei Sela Wati
Karyawan
Septiana

JOYO MART - BATANGHARI

JOYO MART
JOYO MART - BATANGHARI
JOYO MART
JOYO MART

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Teguh Habibbullah dilahirkan di Kotabumi, Lampung Utara pada tanggal 31 oktober 1999, Merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Ibron Andi dan Ibu Siti Zaliyah.

Pendidikan Dasar peneliti tempuh di Sekolah Dasar islam Ibnurusyd Kotabumi Lampung Utara, Lulus pada tahun 2011, Kemudian menempuh Sekolah Menengah pertama (SMP) Negeri 03 Kotabumi Lampung Utara, Lulus pada tahun 2014, Kemudian melanjutkan menempuh Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 03 Kotabumi Lampung Utara, Lulus pada tahun 2017.

Kemudian pada tahun 2017, Peneliti melanjutkan pendidikannya dan terdaftar menjadi Mahasiswa di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah, pada akhir study peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul **" TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN TOKO JOYO MART 46 BATANGHARI LAMPUNG TIMUR".**