

SKRIPSI

**KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI
MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

Oleh:

MEI RIASTUTI

NPM: 1602040197



FAKULTAS EKONOMI BISNIS ISLAM (FEBI)

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1442 H / 2020 M

**KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI
MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

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

Oleh:

MEI RIASTUTI

NPM: 1602040197

Pembimbing I : Zumaroh, M.E.Sy.

Pembimbing II : Dharma Setyawan, M.A

Jurusan: Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

TAHUN 1442 H / 2020 M

NOTA DINAS

Nomor :
Lampiran : 1 (satu) berkas
Hal : **Pengajuan untuk Dimunaqsyahkan
Saudara Mei Riastuti**

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

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **MEI RIASTUTI**
NPM : 1602040197
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : **KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN
LESEHAN NASROHUN DI MULYOJATI 16 C DALAM
PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH**

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

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

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Metro, Desember 2020

Pembimbing I,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Pembimbing II,



Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN
KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN
LESEHAN NASROHUN DI MULOJATI 16 C DALAM
PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

Nama : MEI RIASTUTI
NPM : 1602040197
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

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

Metro, Desember 2020

Pembimbing I,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Pembimbing II,



Dharma Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005



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

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

PENGESAHAN SKRIPSI

No. : 0270 / In. 28. 3 / D / PP. 00-9 / 01 / 2021

Skripsi dengan Judul: KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH, disusun Oleh: MEI RIASTUTI, NPM: 1602040197, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam sidang munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal: Kamis/17 Desember 2020.

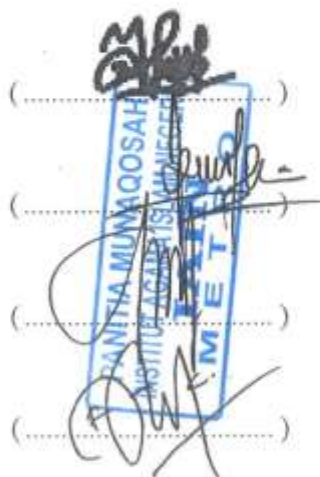
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Zumaroh, M.E.Sy

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

Penguji II : Dharma Setyawan, MA

Sekretaris : Fitri Kurniawati, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Ninnya Ninsiana, M.Hum
19720923 200003 2 002

ABSTRAK

KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

**Oleh:
MEI RIASTUTI**

Tersedianya lahan parkir yang memadai bisa jadi salah satu faktor kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Dalam penelitian ini berjudul “Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*). Adapun sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada Pemilik Tenda ABC dan Pemilik Lesehan Nasrohun, konsumen dari Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun, dan masyarakat sekitar Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun, lalu dokumentasi digunakan sebagai pelengkap bahan informasi yang mendukung data-data peneliti yang di dapatkan di lapangan.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa ketersediaan lahan parkir dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti pada usaha kuliner Lesehan Nasrohun, konsumen merasa puas dengan lahan parkir yang disediakan cukup luas sehingga tidak kesulitan dan mengganggu lalu lintas. Masyarakat yang tinggal di sekitar Lesehan Nasrohun juga tidak merasa terganggu dengan ramainya kendaraan yang parkir. Karena parkirnya dianggap cukup baik dan mobil tetap bisa masuk dengan bebas. Walaupun Tenda ABC mendapat banyak keluhan, tetap saja banyak konsumen yang datang. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen yang utama yaitu rasa dari makanan dan pelayanan yang diberikan. Tenda ABC memiliki banyak pegawai, maka pelayanan menjadi cepat dan baik. Dengan lahan parkir yang sedikit, konsumen tidak mengurungkan niat untuk makan di Tenda ABC.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MEI RIASTUTI

NPM : 1602040197

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2020
Yang Menyatakan,



MEI RIASTUTI
NPM. 1602040197

MOTTO

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ
تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

PERSEMBAHAN

Dengan penuh rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah Swt atas keberhasilan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

1. Kedua Orangtua tercinta Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Siti Nasrokhah yang penuh kasih sayang, perjuangan, pengorbanan, mengajarkan etika dan moral, serta tak pernah lelah mendoakan untuk kemudahan dan keberhasilan anaknya.
2. Tri Setiawati adikku yang selalu mendukung dan menemani setiap hari.
3. Sahabat terbaik Shinta Rozalia yang tak henti-hentinya mendorong saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini dan selalu ada disetiap keadaan.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan Adelia Efrianingsih, Ila Yeliana, Oktriyana Dewi, Della Febriyana, Fitri Arum Sari, Uswah Khasanah Sukindro, Dita Tyas Utami, Desi Intan Sari, Arikah Dwi Apriliana, Anggit yang selalu menjadi penyemangat saat lelah.
5. Teman-teman jurusan Ekonomi Syariah angkatan 16 khususnya Esy E yang selalu mewarnai hari-hari saya selama kuliah.
6. Serta teman-teman yang lain yang tidak dapat saya sebutkan namanya satu persatu.

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan lancar tanpa hambatan suatu apapun. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada beliau baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut diteladani bai perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yamil akhir. Aamiin.

Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Didalam upaya penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektu Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
3. Bapak Dharma Setyawan, M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah sekaligus pembimbing dua.

4. Ibu Zumaroh, M.E.Sy selaku pembimbing satu yang telah memberikan bimbingan dalam mengarahkan dan memotivasi.
5. Dan semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Kritik dan saran sangat peneliti harapkan sebagai upaya perbaikan dalam melakukan penulisan karya ilmiah. Dan pada akhirnya peneliti berharap hasil penelitian yang telah peneliti lakukan dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Syariah dan bagi pihak-pihak yang terkait

Metro, 21 April 2020
Peneliti



Mei Riastuti
1602040197

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
PERSETUJUAN	iv
PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kepuasan Konsumen.....	12
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	12
2. Konsep Kepuasan Konsumen	14
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	15

4. Pengukur Kepuasan Konsumen	19
B. Usaha Kuliner sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif.....	21
C. Marketing Syariah.....	22
1. Pengertian Marketing Syariah.....	22
2. Karakteristik Marketing Syariah	24

BAB III METODELOGI

A. Jenis dan Sifat Penelitian	27
1. Jenis Penelitian.....	27
2. Sifat Penelitian	27
B. Sumber Data.....	28
1. Sumber Data Primer.....	28
2. Sumber Data Sekunder.....	29
C. Teknik Pengumpulan Data.....	30
1. Wawancara (<i>Interview</i>).....	30
2. Dokumentasi	31
D. Teknik Analisis Data.....	31

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	33
1. Gambaran Umum Tenda ABC.....	33
2. Gambaran Umum Lesehan Nasrohun	34
B. Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16C.....	36

C. Tinjauan Marketing Syariah Terhadap Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16C.....	43
--	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	50

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
6. Foto-foto Penelitian
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakikatnya, setiap insan telah tertanam jiwa wirausaha yang berarti memiliki kreativitas dan mempunyai tujuan tertentu, serta berusaha untuk mencapai keberhasilan dalam hidupnya.¹ Sekarang ini banyak anak muda mulai tertarik, mulai melirik profesi bisnis ataupun wirausaha, yang cukup menjanjikan masa depan cerah. Dimulai oleh anak-anak pejabat, para sarjana lulusan perguruan tinggi negeri maupun swasta sudah mulai terjun ke pekerjaan bidang bisnis. Hal ini didorong oleh kondisi persaingan di antara pencari kerja yang mulai ketat, lowongan pekerjaan mulai terasa sempit.²

Semua kebutuhan dipenuhi melalui kegiatan bisnis. Jadi salah satu tujuan utama dari bisnis ialah untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Tujuan lain dari bisnis ialah memperoleh keuntungan, sehingga mereka berani memikul risiko menanam modal dalam kegiatan bisnis. Salah satu bisnis yang dapat dilakukan guna memperoleh keuntungan yaitu dengan mendirikan usaha kecil. Usaha kecil merupakan kelompok usaha yang perannya cukup signifikan dalam perekonomian Indonesia,

¹ Yuyus Suryano dan Kartib Bayu, *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*, (Jakarta: Kencana, 2011), 2.

² Bukhari Alma, *Pengantar Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2008), 16.

dengan jumlah pelaku usaha kecil yang diperkirakan sebagian besar gerak di sektor informal.³

Pada prosesnya, ada beberapa usaha kecil yang dapat berkembang dan kemudian menjadi sukses, namun tak sedikit yang mengalami kegagalan bahkan tak beroperasi. Hal tersebut tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Beberapa faktor tersebut antara lain yaitu sumber daya manusia, produksi/operasional, keuangan, pemasaran, kemitraan, infrastruktur dan regulasi.⁴

Pertumbuhan jenis usaha rumah makan yang tersebar di Kota Metro memungkinkan tingkat persaingan bisnis kuliner seperti restoran dan warung makan. Para pelaku usaha berlomba-lomba melakukan berbagai cara ataupun strategi untuk mempertahankan usaha dan bersaing dengan usaha yang lain.⁵ Untuk menjaga persaingan ini tetap sehat maka diperlukanlah seperangkat hukum yang mengatur tentang marketing syariah. Marketing Syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholder*-nya yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan prinsip-prinsip kegiatan *muamalah* dalam Islam.⁶

³ Hartono dan Deny Dwi Hartono, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta," *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.14, No.1/2014.

⁴ Mega Mirasaputri, dkk, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan Di Kota Malang," *Jurnal Jibeka*, Vol.11, No.2/Februari 2017.

⁵ Fadhila Rahmawati Toisuta, "Strategi Promosi Kedai Kopi Espresso Bar (KEIKO) melalui Media Sosial," *Skripsi Ilmu Komunikasi*, 2014.

⁶ Wida Isma Iva, "Analisis Implementasi Syariah Marketing (Studi Kasus Di AKB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Syariah Semarang)," *Skripsi Ekonomi Syariah*, 2015.

Di setiap tempat usaha kuliner pastinya memerlukan lahan parkir untuk para konsumennya. Parkir adalah suatu keadaan tidak bergerak suatu kendaraan bermotor atau tidak bermotor yang dapat merupakan awal dari perjalanan dengan jangka waktu tertentu sesuai dengan keadaan dan kebutuhannya yang membutuhkan suatu areal sebagai tempat pemberhentian yang diselenggarakan baik oleh pemerintah maupun pihak lain yang dapat berupa perorangan maupun badan usaha.⁷ Sering kali peneliti melihat terutama warung makan yang lahan parkirnya tidak memadai baik untuk kendaraan roda dua maupun roda empat.

Terlebih lagi jika warung makan tersebut dipinggir jalan, biasanya akan mengganggu pengguna jalan yang lain. Kebutuhan parkir yang tidak terpenuhi inilah yang dapat menimbulkan masalah lalu lintas, karena penggunaan badan jalan untuk kebutuhan parkir dengan kata lain menyebabkan kemacetan karena pengurangan kapasitas jalan dan terganggunya fungsi jalan.⁸

Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.⁹ Usaha yang baik akan mengutamakan kepuasan konsumen agar usahanya dapat berjalan dengan baik untuk kedepannya. Banyak manfaat yang diterima oleh

⁷ Imran Dani, Syafaruddin As, dan Sumiyattinah, "Penataan Lahan Parkir Di Pasar Melati Purung Parit Baru Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya."

⁸ Fauziah Syarifuddin, "Kebutuhan Ruang Parkir Pada Rumah Sakit Bhayangkara Di Kota Makassar," *Skripsi Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 2017.

⁹ Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunarti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop Sidoarjo*)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51, No. 2/2 Oktober 2017.

perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen dan meningkatkan reputasi usaha.¹⁰

Usaha kuliner Tenda ABC ini sudah berdiri kurang lebih 10 tahun di Mulyojati 16c. Pemilik Tenda ABC ini adalah Bapak Edi Susanto dan Ibu Ida. Memiliki tiga anak, dua perempuan dan satu laki – laki. Lokasinya walaupun hanya didepan ruko, tapi sangat strategis yaitu diperempatan. Untuk lebih tepatnya adalah di depan pemakaman umum Mulyojati 16c. Tempatnya tidak permanen, melainkan bongkar pasang. Meja yang disediakan tidak banyak, karena tempatnya tidak cukup besar untuk memasang banyak meja. Pegawai khusus memasak ada dua orang, yaitu perempuan semua. Sedangkan pegawai yang di warung ada empat orang, yaitu tiga laki – laki dan satu perempuan. Produk dari Tenda ABC ini hanya ada tiga macam saja. Karena menurut Ibu Ida pemilik Tenda ABC hanya tiga produk itu yang banyak diminati konsumen. Harganya pun tidak jauh berbeda dengan yang lain. Dalam hal promosi Tenda ABC hanya offline saja. Sekarang Tenda ABC memiliki banyak konsumen. Konsumen yang datang tidak hanya menggunakan kendaraan roda dua, akan tetapi banyak juga yang menggunakan roda empat. Sering kali jalan

¹⁰ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan,” *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol. 17, No 2/Mei-Agustus 2010.

menjadi macet karena di warung makan Tenda ABC tidak memiliki lahan parkir yang memadai sehingga banyak yang parkir dipinggir jalan.¹¹

Informasi tambahan yang didapat dari hasil wawancara beberapa konsumen, yang pertama yaitu Riyan yang mengatakan bahwa untuk lokasi memang pas akan tetapi untuk lahan parkir karna berdekatan dengan lampu merah selain mengganggu lalu lintas terkadang membahayakan pengendara yang lain bahkan dapat menimbulkan kemacetan. Yang kedua yaitu Shinta yang mengatakan bahwa kurang puas dengan keadaan parkir yang tidak memadai karena jika membawa mobil akan sangat kesulitan parkir, apalagi warung makan itu selalu ramai pembelinya dan sangat mengganggu lalu lintas. Yang ketiga yaitu Ade yang mengatakan bahwa untuk parkir yang tidak memadai akan susah kalau menggunakan mobil, tapi kalau naik motor kadang gak keliatan karna rame, yang ditakutkan akan terjadi yang tidak diinginkan yaitu curanmor, apalagi kalau membawa anak kecil akan merasa takut karna lokasi pas di perempatan dan jalan disitu selalu rame, dan saya merasa puas tidak puas karena makanannya enak jadi solusi saya yaitu dibungkus saja.¹²

Lesehan Nasrohun berdiri sejak tahun 2010. Pemilik Lesehan Nasrohun adalah Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Siti Nasroka. Memiliki dua orang putri. Lokasi Lesehan Nasrohun tidak jauh dari perempatan, namun sangat strategis karena terletak di pinggir jalan raya perlintasan

¹¹ Ibu Ida, Wawancara sebagai Pemilik Tenda ABC di Mulyojati 16c, 19 April 2020.

¹² Bapak Riyan Handrianto, Ibu Ade Pratiwi dan Shinta Rozalia, Wawancara sebagai Konsumen Warung Makan Tenda ABC Di Mulyojati 16C, 21 April 2020.

arah Bandar Lampung. Kalau dari perempatan pilih jalan yang ke arah Bandar Lampung, terletak di kiri jalan. Untuk tempatnya permanen dan sangat nyaman. Produk yang ditawarkan ada enam macam. Harganya masih sama dengan pasaran jadi tidak menguras kantong. Untuk promosi pada pembukaan, Lesehan Nasrohun menyebar brosur dengan menawarkan promo menarik yaitu diskon 50 % selama dua hari. Dan untuk saat ini promosi nya sudah melalui media sosial seperti Instagram dan halaman Facebook. Lesehan Nasrohun hanya memiliki satu pegawai, karena semua pekerjaan masih bisa ditangani oleh keluarga. Untuk tempat parkir cukup luas baik kendaraan roda dua maupun roda empat. Kalau sedang ramai tidak mengganggu pengendara lain di jalan raya karena mobil tidak parkir di badan jalan.¹³

Informasi tambahan yang didapat dari hasil wawancara beberapa konsumen, yang pertama yaitu Ibu Heni yang mengatakan bahwa lokasi yang strategis dan lahan parkir luas serta tidak mengganggu pengguna jalan raya sehingga membuat nyaman saat makan bersama keluarga di Lesehan Nasrohun. Yang kedua yaitu Ibu Devi yang mengatakan bahwa tidak perlu ragu kalau akan parkir saat makan di Lesehan Nasrohun, lahan parkirnya sesuai dengan ramainya konsumen yang datang sehingga tidak menimbulkan kemacetan.¹⁴

¹³ Bapak Hadi Prayitno, Wawancara sebagai Pemilik Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c, 20 April 2020.

¹⁴ Wawancara dengan Ibu Heni dan Ibu Devi, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 22 April 2020.

Salah satu karakteristik dalam marketing syariah yaitu etis (*al-Akhlaqiyah*). Berbagai kasus yang meruntuhkan bisnis-bisnis perusahaan ternama, baik itu yang dimiliki oleh pemerintah maupun swasta, rata-rata disebabkan oleh tidak dijadikannya etika dan moral sebagai pedoman dalam berbisnis. Segala cara dihalalkan asalkan bisa mendapatkan keuntungan financial yang sebesar-besarnya, tidak peduli kalau ada pihak yang dirugikan oleh perbuatannya. Sedangkan jika dilihat dari lokasi yang ada pada usaha kuliner ini belum sepenuhnya memenuhi etika dan moral yang baik sesuai dengan marketing syariah. Dengan parkir yang sampai mengganggu pengguna jalan raya akan sangat berbahaya dan merugikan orang lain tentunya.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah”.

B. Pertanyaan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka peneliti meneliti mengenai **“Bagaimana Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah?”**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian pada hakikatnya merupakan sesuatu yang hendak dicapai, yang dijadikan arahan atas apa yang harus dilakukan dalam penelitian. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

2. Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi para pembaca khususnya berkaitan dengan ketersediaan lahan parkir dan kepuasan konsumen pada warung makan dalam perspektif marketing syariah.

b. Secara Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi pemilik usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c, serta sebagai informasi bagi penelitian yang sejenis.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Permasalahan yang penulis angkat mengenai Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c

Dalam Perspektif Marketing Syariah oleh karena itu, peneliti memaparkan perkembangan beberapa karya ilmiah terkait dengan pembahasan peneliti, diantaranya adalah:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Gulam Sholihin Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik jurusan Manajemen Administrasi Universitas Sebelas Maret tahun 2017 dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Parkir Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Satlantas Sukoharjo. Dalam penelitian tersebut mengemukakan bahwa kualitas pelayanan parkir di Satlantas Sukoharjo masih belum memuaskan pengunjung.¹⁵

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang parkir dan kepuasan. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian relevan di atas adalah perihal Analisis Kualitas Pelayanan Parkir Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Satlantas Sukoharjo. Sedangkan pada penelitian, ini yang dibahas mengenai Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

2. Penelitian skripsi yang dilakukan oleh Clara Lintang Sistiyo Andari 132214086 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2017 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung. Hasil penelitian

¹⁵ Bagus Gulam Sholihin, "Analisis Kualitas Pelayanan Parkir Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Satlantas Sukoharjo," *Jurusan Manajemen Administrasi*, 2017.

menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung. Kualitas pelayanan dan fasilitas secara sendiri-sendiri berpengaruh terhadap kepuasan pengunjung.¹⁶

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian relevan di atas adalah perihal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung. Sedangkan pada penelitian, ini yang dibahas mengenai Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Ayu Prasetyowati Fakultas Pertanian Jurusan Agribisnis Universitas Lampung 2016 dengan judul Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen Dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam Di Kota Bandar Lampung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa identifikasi atribut diantaranya adalah rasa, harga, keragaman menu, kesesuaian menu, gizi, kebersihan rumah makan, kecepatan pelayanan, pemahaman produk, ketepatan menulis pesanan, keramahan, kenyamanan, ketelitian kasir, kemudahan pembayaran, keamanan parkir, keadilan pelayanan, konsistensi waktu pelayanan,

¹⁶ Clara Lintang Sistiyo Andari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung," *Jurusan Manajemen*, 2017.

ketanggapan saran, kelengkapan alat makan, penyejuk ruangan, tempat cuci tangan, lokasi, musholla, toilet, tempat parkir, dan hiburan. Atribut kepuasan konsumen dan pelayanan rumah makan yang telah diidentifikasi dapat diterapkan di rumah makan olahan ayam, namun terdapat beberapa atribut yang perlu ditingkatkan oleh rumah makan seperti ketelitian mencatat, keamanan tempat parkir, tempat cuci tangan, musholla, dan area parkir.¹⁷

Persamaan penelitian relevan di atas dengan penelitian yang akan peneliti lakukan ini yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan konsumen. Akan tetapi permasalahan yang diteliti berbeda. Permasalahan yang dikaji pada penelitian relevan di atas adalah perihal Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen Dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam Di Kota Bandar Lampung. Sedangkan pada penelitian, ini yang dibahas mengenai Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

¹⁷ Ayu Prasetyowati, "Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen Dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam Di Kota Bandar Lampung," *Jurusan Agribisnis*, 2016.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen

1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kotler dan Keller menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.¹⁸ Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.¹⁹

Menurut Tjiptono (2012) kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara fisik.²⁰

Menurut Brown (1992), kepuasan konsumen adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang puas mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal

¹⁸ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid I*, (Jakarta: Indeks, 2007), 177

¹⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 233.

²⁰ Dwi Aliyyah Apriyani dan Sunarti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 51, No. 2/Oktober 2017.

terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut.²¹

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.²² Manfaat dari kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

- a. Konsumen yang puas akan menciptakan pengalamannya kepada teman, saudara, atau orang lain. Dengan demikian konsumen tersebut merupakan pengiklan yang baik bagi perusahaan, dan perusahaan tidak perlu membayarnya.
- b. Konsumen yang puas tidak segan-segan untuk membayar produk/jasa yang dikonsumsi dengan harga yang lebih tinggi. Logikanya, pelanggan tidak ingin berisiko mendapatkan pengalaman yang tidak memuaskan apabila pindah mengkonsumsi produk/jasa.
- c. Perusahaan yang mempunyai ranking kepuasan yang tinggi terlihat lebih mampu menahan tekanan kompetisi harga.
- d. Konsumen yang puas biasanya tidak segan-segan menawarkan ide-ide kreatif kepada perusahaan. Rasionalitasnya, ide tersebut kalau dilaksanakan oleh perusahaan, maka yang merasa paling beruntung adalah konsumen itu sendiri.

²¹ *Ibid.*

²² Danang Sunyoto, *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CAPS, 2014), 227.

- e. Konsumen yang puas akan melakukan pembelian ulang. Jadi, omset penjualan dari konsumen yang puas relatif bisa diperhitungkan.
- f. Konsumen yang puas menjadi lebih waspada terhadap iklan produk sejenis dari perusahaan yang berbeda. Konsumen yang puas tidak mudah tergoda untuk melakukan *switching* (perpindahan).²³

2. Konsep Kepuasan Konsumen

Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan konsumen adalah standart syariah. Kepuasan konsumen dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Menurut Yusuf Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan:

- a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut.

- b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi

²³ Ismerisa, "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)," *Skripsi Ilmu Komunikasi*, 2013.

hak orang lain, baik berupa barang ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikencam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah.²⁴

3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2011) adalah:

a. Produk

Layanan produk yang baik dan memenuhi selera serta harapan konsumen. Produk dapat menciptakan kepuasan konsumen.

b. Harga

Harga merupakan bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut.

c. Promosi

Dasar penelitian promosi yang mengenai informasi produk dan jasa perusahaan dalam usaha mengkomunikasikan manfaat produk dan jasa tersebut pada konsumen sasaran.

²⁴ Tri Ulfa Wardani, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara),” *Skripsi Ekonomi Islam*, 2017.

d. Lokasi

Tempat merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa lokasi perusahaan dan konsumen.

e. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan merupakan pelayanan yang diberikan karyawan dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam usaha memuaskan konsumen.

f. Fasilitas

Fasilitas merupakan bagian dari atribut perusahaan yang berupa perantara guna mendukung kelancaran operasional perusahaan yang berhubungan dengan konsumen.²⁵

Parkir merupakan salah satu fasilitas yang wajib ada dalam usaha kuliner. Kemudian, definisi parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara. Termasuk dalam pengertian parkir adalah setiap kendaraan yang berhenti pada tempat-tempat tertentu baik yang dinyatakan dengan rambu ataupun tidak, serta tidak semata-mata untuk menaikkan dan atau menurunkan barang dan atau orang. Parkir merupakan suatu kebutuhan bagi pemilik kendaraan dan menginginkan kendaraannya parkir ditempat. Dimana tempat tersebut mudah untuk dicapai. Kemudahan yang diinginkan tersebut salah satunya adalah parkir di badan jalan. Penyediaan tempat-tempat parkir di

²⁵ Muhammad Agung Firsada, *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 209-210.

pinggir jalan pada lokasi jalan tertentu baik di badan jalan maupun dengan menggunakan sebagian dari perkerasan jalan mengakibatkan turunnya kapasitas jalan, terhambatnya arus lalu lintas dan penggunaan jalan menjadi tidak efektif.²⁶

Menurut Yuniarti (2000) kebijakan perparkiran harus selalu dipertimbangkan dalam kaitannya terhadap tata guna tanah dan kebijakan perangkutan. Pengendalian perparkiran dibanyak kota merupakan kunci pengaturan lalu lintas yang tepat. Secara umum dapat dikatakan bahwa pengendalian atau pengelolaan perparkiran diperlukan untuk mencegah ataupun menghilangkan hambatan pada lalu lintas.²⁷

Jenis-jenis parkir:

- 1) Berdasarkan Jenis Moda Angkutan
 - a) Parkir kendaraan bermotor: kendaraan roda dua, kendaraan roda empat, bus/truk.
 - b) Parkir kendaraan tidak bermotor: becak.
- 2) Menurut Penempatannya
 - a) Parkir di badan jalan (*On Dstreet Parking*), yang dimaksud dengan parkir di badan jalan adalah parkir yang menggunakan badan jalan sebagai tempat parkir.

²⁶ Rinda Hesti Kusumaningtyas, "Evaluasi Dan Perancangan Sistem Informasi Lahan Parkir," *Jurnal Sistem Informasi*, 2016.

²⁷ Royadji Darma, Sasana Putra, dan Dwi Herianto, "Analisis Karakteristik Dan Kebutuhan Parkir Di Pasar Tugu Bandar Lampung," *Jurnal Teknik Sipil*, Vol. 7, No. 1/Maret 2019.

- b) Parkir di luar badan jalan (*Off Street Parking*), yang dimaksud dengan parkir di luar badan jalan adalah parkir yang tidak menggunakan badan jalan. Parkir di luar badan jalan menggunakan tempat seperti gedung parkir atau taman parkir untuk umum.
- 3) Menurut Statusnya
 - a) Parkir umum, biasanya dikelola oleh pemerintah daerah.
 - b) Parkir khusus, dikelola oleh swasta.
 - c) Parkir darurat, diselenggarakan karena adanya kegiatan incidental.
 - d) Taman parkir, dikelola oleh pemerintah daerah.
 - 4) Menurut Jenis Tujuan Parkir
 - a) Parkir penumpang: untuk kebutuhan menaikkan dan menurunkan penumpang.
 - b) Parkir barang: untuk kebutuhan bongkar muat barang.

Syarat tempat parkir:

- 1) Aman, mudah dicapai.
- 2) Tidak mengganggu kegiatan lain.
- 3) Dapat bersifat jangka pendek maupun jangka panjang.
- 4) Perlu diketahui tipe kendaraan dan klasifikasi.²⁸

²⁸ Noperiyadi, "Tata Ulang Lahan Parkir Pada Jalan Kalimantan Kota Lubuk Linggau," *Jurnal Teknik Sipil dan Lingkungan*, Vol. 3, No. 1/Maret 2015.

g. Suasana

Suasana merupakan faktor pendukung, karena apabila perusahaan mengesankan maka konsumen mendapatkan kepuasan tersendiri.

4. Pengukur Kepuasan Konsumen

Menurut Philip Kotler ada beberapa kriteria untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:

a. Kesetiaan

Kesetiaan seseorang terhadap suatu layanan adalah refleksi dari hasil pelayanan yang memuaskan. Ukuran kepuasan dapat diukur kesetiannya untuk selalu menggunakan produk/jasa tersebut.

b. Keluhan (*komplain*)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seseorang konsumen merasa tidak puas dengan keadaan yang diterima dari hasil sebuah produk atau jasa tertentu sehingga dapat menimbulkan larinya konsumen ketempat lain apabila keluhan ini tidak ditangani dengan segera.

c. Partisipasi

Pada dasarnya dapat diukur dari kesadarannya dalam memikul kewajiban menjalankan haknya sebagai konsumen yang dimiliki dengan rasa tanggung jawab.²⁹

²⁹ *Ibid.*

Selain itu ada juga dengan cara sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pada konsumen (*customer-centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggapan dan cepat mengatasi masalah.

b. Survei Kepuasan Konsumen

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan manaruh perhatian terhadap para konsumennya. Pengukuran konsumen melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara berikut: *Directly reported satisfaction*, *Derived dissatisfaction*, *Problem analysis*, *Importance-performance analysis*, *Ghost shopping*, dan *Last customer analysis*.³⁰

c. Analisis Masalah dalam Pemilihan Produk

Konsumen yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah yang mereka

³⁰ *Ibid.*

hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan analisis.

d. Risiko Kehilangan Konsumen

Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengkonsumsi produk yang ditawarkan.³¹

Indikator untuk mengukur kepuasan konsumen, menurut Yuliarmi dan Riyasa (2007) adalah:

1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan.
2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan yang sejenis.
3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang dilayangkan.³²

B. Usaha Kuliner Sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif

Sub-sektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Kuliner adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dalam tatanan kehidupan manusia, semua manusia membutuhkan makan dan minum. Dan setiap suku di Indonesia mempunyai masakan khas yang berbeda dengan cita rasa yang berbeda pula. Jika diolah secara profesional menjadi makanan khas dan

³¹ Yunetris Sarendaren, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Minyak Goreng Curah Di Pasar Pinasungkulan Karombasan," *Jurnal Sosial Ekonomi*, 2015.

³² Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung," *Jurnal Manajemen*, Vol. 11, No. 2/September 2016.

sajian kuliner yang lezat, kuliner Indonesia dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dan menjadi identitas bangsa.

Menurut Guerrero (2009), makanan tradisional atau kuliner lokal adalah produk makanan yang sering dikonsumsi oleh suatu kelompok masyarakat atau dihidangkan dalam perayaan dan waktu tertentu, diwariskan dari generasi ke generasi, dibuat sesuai dengan resep secara turun-temurun, dibuat tanpa atau dengan sedikit rekayasa, dan memiliki karakteristik tertentu yang membedakannya dengan kuliner daerah lain.³³

Kuliner menjadi sangat penting sebagai budaya bangsa. Indonesia memiliki banyak keanekaragaman makanan yang berbeda antar daerah, harus dijaga agar tidak diklaim oleh negara lain. Seperti halnya tarian, kuliner adalah bagian dari identitas Budaya Indonesia.

C. Marketing Syariah

1. Pengertian Marketing Syariah

Secara etimologi syariah berarti “jalan ketempat pengairan” atau “jalan yang harus diikuti”, atau “tempat lalu air sungai”, arti yang terakhir ini digunakan orang Arab. Sedangkan menurut para ahli, definisi *syariah* adalah setiap tindakan yang berhubungan dengan tingkah laku manusia diluar hal-hal yang berhubungan mengenai

³³ Agnes Siwi Purwaning Tyas, “Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris,” *Jurnal Pariwisata Terapan*, Vol. 1, No. 1/Maret 2017.

akhlak. Dengan demikian *syariah* itu adalah nama bagi hukum-hukum yang bersifat amaliah.³⁴

Kata *syariah* berasal dari kata *syara'a* yang berarti 'menerangkan' atau 'menjelaskan sesuatu'. Atau berasal dari kata *syi'ah* dan *syari'ah* yang berarti 'suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan bantuan alat lain'.³⁵

Pemasaran (marketing) adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada nasabah yang ada maupun nasabah potensial.³⁶

Menurut Sunarji Harahap, pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Menurut Kasmir, pemasaran adalah usaha yang memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumennya terhadap barang dan jasa.³⁷

Philip Kotler mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok

³⁴ Auliya UI Mardiah, "Marketing Syariah Perspektif Muhammad Syakir Sula," *Skripsi Ekonomi Islam*, 2018.

³⁵ H. Syahrul, "Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Hukum Diktum*, Vol.10, No.2/Juli 2012.

³⁶ Ahmad Miftah, "Mengenal Marketing dan Marketers Syariah," *Jurnal Ekonomi Islami*, Vol.6, No.2/Juli – Desember 2015.

³⁷ Auliya UI Mardiah, *Marketing Syariah*.

mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk-produk atau *value* dengan pihak lainnya.³⁸

Marketing syariah atau pemasaran syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.³⁹

2. Karakteristik Marketing Syariah

a. Teistis (*al-Rabbaniyah*)

Salah satu ciri khas syariah marketing yang tidak dimiliki dalam pemasaran konvensional yang dikenal selama ini adalah sifatnya yang religious (diniyah). Kondisi seperti ini tercipta tidak karena keterpaksaan, tetapi berangkat dari kesadaran akan nilai-nilai religious, yang dipandang penting dan mewarnai aktivitas pemasaran agar tidak terperosok ke dalam perbuatan yang dapat merugikan orang lain.

Sifat rabbaniyah ini juga menunjukkan bahwa hukum Allah yang telah ditetapkan bagi semua hamba-Nya di muka bumi, merupakan aturan dan undang-undang yang paling adil. Karena Allah merupakan Dzat Yang Maha Tahu atas semua yang terbaik

³⁸ Dian Sari Annisa Rahmawati dan Syarif As'ad, "Implementasi Syariah Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk KPR Griya iB Hasanah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)."

³⁹ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 343.

(*al-aslah*) bagi seluruh ciptaan-Nya. Disamping itu Allah juga memiliki sifat Maha Adil, dimana Dia tidak mungkin atau mustahil memberikan hukuman bagi seseorang yang tidak melakukan perbuatan jahat, begitu juga sebaliknya.

b. Etis (*al-Akhlaqiyah*)

Berbagai kasus yang meruntuhkan bisnis-bisnis perusahaan ternama, baik itu yang dimiliki oleh pemerintah maupun swasta, rata-rata disebabkan oleh tidak dijadikannya etika dan moral sebagai pedoman dalam berbisnis. Segala cara dihalalkan asalkan bisa mendapatkan keuntungan financial yang sebesar-sebesarnya, tidak peduli kalau ada pihak yang dirugikan oleh perbuatannya.

Sifat etis (*akhlaqiyah*) ini sebenarnya merupakan turunan dari sifat teistis (*rabbaniyah*). Dalam artian, seseorang yang meyakini dan menyadari keberadaan Allah Swt beserta sifat-sifat yang terpuji bagi-Nya, maka ia akan menjadi pribadi yang muncul dari dirinya sifat dan sikap yang mulia (akhlak karimah). Dengan demikian, syariah marketing adalah konsep pemasaran yang sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika, tidak peduli apapun agamanya. Karena nilai-nilai moral dan etika adalah nilai yang bersifat universal, yang diajarkan oleh semua agama.

c. Realistis (*al-Waqi'iyah*)

Syariah marketing merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasan dan keluwesan syariah Islam yang

melandasinya. Ia selalu mengedepankan sikap profesionalisme, nilai-nilai religious, kesalehan, dan kejujuran dalam segala aktivitas sehari-hari.

d. Humanistis (*al-Insaniyah*)

Dengan memiliki nilai humanistis, manusia menjadi terkontrol dan seimbang, bukan sosok yang serakah, menghalalkan segala cara untuk meraih keuntungan yang sebesar-besarnya. Bukan pula menjadi manusia yang bahagia di atas penderitaan orang lain atau sosok yang hatinya kering dari kepedulian sosial.⁴⁰

⁴⁰ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: PT Pustaka Mizan, 2006), 38.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung terjun ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.⁴¹

Dari definisi diatas dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti ke lapangan untuk meneliti secara intensif, terperinci, dan mendalam. Dalam penelitian ini yaitu tentang bagaimana Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan menjelaskan atau menggambarkan variabel masa lalu dan sekarang (sedang terjadi).⁴² Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain. Data yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu data kualitatif.

⁴¹ Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), 26.

⁴² Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), 11.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa deksriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai situasi-situasi kejadian-kejadian yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini akan mendeskripsikan tentang Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

B. Sumber Data

Sumber data menjadi sesuatu yang sangat penting dalam suatu penelitian, kesalahan-kesalahan dalam menggunakan atau memahami sumber data, maka data yang diperoleh juga akan mleset dari orang yang diharapkan.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan.⁴³ Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk menentukan sumber data primer. *Purposive Sampling* merupakan teknik *Nonprobability Sampling* yang memilih orang-orang terseleksi oleh peneliti berpengalaman berdasarkan ciri-ciri khusus yang dimiliki sampel tersebut yang dipandang mempunyai

⁴³ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 129.

sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.⁴⁴

Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer adalah penjual, konsumen, dan masyarakat sekitar pada usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16c. Kriteria untuk konsumen yaitu yang memiliki kendaraan pribadi dan dalam sebulan sudah belanja minimal dua kali.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.⁴⁵ Data ini digunakan untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek yang ada secara langsung dalam praktek di lapangan atau ada di lapangan karena penerapan suatu teori.⁴⁶ Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, majalah ilmiah, hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, koran, makalah, artikel dari internet, dan lain-lain.⁴⁷

Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari buku dan hasil penelitian orang lain yang berkaitan tentang judul penelitian peneliti

⁴⁴ Muhamad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), 175.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 137.

⁴⁶ Joko Subagyo, *Metodelogi Penelitian Dalam Teori & Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 88.

⁴⁷ Moh. Kasmir, *Metodelogi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Malik Pers, 2010), 178.

yaitu Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini peneliti menggunakan:

1. Wawancara (*Interview*)

Wawancara adalah bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan bola media yang melengkapi kata-kata secara verbal. Karena itu, wawancara tidak hanya menangkap pemahaman atau ide, tetapi juga dapat menangkap perasaan, pengalaman, emosi, motif yang dimiliki oleh responden yang bersangkutan.⁴⁸

Penelitian ini untuk dapat mencapai apa yang diharapkan, maka peneliti menggunakan metode wawancara tidak terstruktur atau terbuka yaitu wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.⁴⁹ Dengan menyiapkan garis besar mengenai hal-hal yang akan ditanyakan terkait Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha

⁴⁸ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002), 81.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 228.

Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

2. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, *lengger*, agenda, dan sebagainya.⁵⁰

Dokumentasi dalam penelitian ini yaitu dengan mengumpulkan buku-buku yang relevan dengan permasalahan yang dibahas.

D. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵¹

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data secara kualitatif, karena data yang diperoleh merupakan data kualitatif yaitu berupa keterangan-keterangan dalam bentuk uraian-uraian dan bukan berbentuk angka-angka.

Adapun tujuan analisis data kualitatif adalah mencari makna dibalik data yang melalui pengakuan subyek pelakunya. Peneliti dihadapkan kepada berbagai objek penelitian yang semuanya menghasilkan data yang

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

⁵¹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 280.

membutuhkan analisis. Data yang didapati dari obyek penelitian memiliki kaitan yang masih belum jelas. Oleh karenanya, analisis menjadi pemahaman umum.

Setelah data terkumpul, dipilah-pilah dan disajikan, maka langkah selanjutnya adalah peneliti menarik kesimpulan dengan metode berfikir induktif.

Berdasarkan keterangan tersebut, maka dalam menganalisis data, peneliti menggunakan data yang telah diperoleh kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan cara berfikir induktif yang berangkat dari informasi mengenai Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16c Dalam Perspektif Marketing Syariah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Gambaran Umum Tenda ABC

Usaha Kuliner Tenda ABC berdiri sejak tahun 2010. Pemilik Tenda ABC ialah Bapak Edi Susanto dan Ibu Ida. Yang memiliki dua putri dan satu putra. Tenda ABC buka dari jam 17.00 sampai dengan tutup. Walaupun hanya di depan ruko, tapi lokasinya sangat strategis yaitu di perempatan. Lebih tepatnya ada di depan pemakaman umum Mulyojati 16c. Tenda ABC ini tidak permanen, melainkan bongkar pasang. Meja yang disediakan tidak banyak, karena mengingat tempatnya yang tidak begitu besar. Tempatnya juga hanya menyewa, dan harga sewa untuk per tahun sebesar Rp 10.000.000,-. Hanya ada tiga menu di Tenda ABC ini, yaitu: bebek goreng, ayam goreng, pecel lele. Harganya mulai dari Rp 15.000 sampai dengan Rp 30.000 /porsi. Omzet satu malam di Tenda ABC kurang lebih Rp 5.000.000,-. Tenda ABC memiliki lima pegawai laki-laki di warung. Banyaknya konsumen yang datang per hari kurang lebih sebanyak 100 orang.

Sejarah berdirinya Tenda ABC ini karena Bapak Edi dan Ibu Ida melihat saudaranya berjualan di Bandar Jaya memiliki banyak pembeli. Sehingga Bapak Edi dan Ibu Ida berpikir untuk ikut berjualan seperti saudaranya. Dan modal awal yang dikeluarkan kurang lebih sebesar Rp 5.000.000,-. Setelah buka Tenda ABC tidak langsung

memiliki banyak pembeli. Satu tahun lamanya Tenda ABC merintis dan tidak memiliki pegawai. Semuanya dikerjakan berdua saja, karena belum sanggup untuk membayar gaji pegawai. Tenda ABC tidak memiliki strategi promosi, oleh karena itu hanya mengandalkan orang yang lewat saja. Pemilik Tenda ABC tidak terganggu dengan banyaknya saingan, karena pemilik sangat menjaga kualitas sambalnya. Karena sambal adalah kunci utama untuk menjaga pelanggan agar setia.⁵²

2. Gambaran Umum Lesehan Nasrohun

Usaha kuliner Lesehan Nasrohun berdiri sejak tahun 2010. Pemilik Lesehan Nasrohun ialah Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Siti Nasroka. Mereka memiliki dua orang putri. Lesehan Nasrohun buka dari jam 17.00 sampai dengan tutup. Lokasi dari Lesehan Nasrohun ini sangat strategis, karena terletak dipinggir jalan raya perlintasan arah Bandar Lampung dan tidak jauh dari perempatan. Untuk tempatnya cukup luas dan sangat nyaman. Tempatnya hanya menyewa, dan harga sewa untuk per tahun sebesar Rp 6.000.000,-. Menu makanan di Lesehan Nasrohun ini bervariasi yaitu: burung dara bakar/goreng, bebek bakar/goreng, ayam bakar/goreng, pecel lele, nasi goreng tiwul, nasi goreng. Harganya mulai dari Rp 11.000 sampai dengan Rp 32.000 /porsi. Omzet satu malam di Lesehan Nasrohun kurang lebih Rp 4.500.000,-. Lesehan Nasrohun hanya memiliki satu pegawai, karena

⁵² Wawancara dengan Ibu Ida, selaku pemilik Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

kedua putri mereka setiap hari selalu membantu. Banyaknya konsumen yang datang per hari kurang lebih sebanyak 120 orang. Parkir yang disediakan sesuai dengan ramainya pelanggan.

Sejarah berdirinya Lesehan Nasrohun ini dikarenakan biaya hidup yang semakin meningkat dan pendapatan dari usaha yang sebelumnya tidak mencukupi. Usaha yang dijalani Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Siti Nasroka sebelum Lesehan Nasrohun yaitu dagang nasi uduk dan lontong sayur tepat di perempatan 16c. Buka dari jam 05.30 – 10.00. Tapi biasanya jam 09.00 sudah habis karena ramai pembeli. Kurang lebih enam tahun mereka menjalani usaha tersebut. Sebenarnya mereka sudah banyak pelanggan tetap pada usaha nasi uduk dan lontong sayur tersebut.

Tahun 2010 di Mulyojati 16c masih sedikit yang buka usaha lesehan, tapi ternyata peminatnya cukup banyak. Dengan pertimbangan yang matang dan keberanian yang kuat, maka mereka beralih ke usaha Lesehan Nasrohun ini. Modal awal yang dikeluarkan yaitu kurang lebih Rp 10.000.000,-. Strategi promosi untuk pembukaan sangat menarik, yaitu dengan menyebarkan brosur dengan diskon 50% selama dua hari. Brosur tersebut disebar di pasar dan disekolah putrinya. Dan saat pembukaan, Lesehan Nasrohun diramaikan pembeli

yang mendapat brosur ataupun tidak. Karena promosi itulah sampai saat ini Lesehan Nasrohun memiliki cukup banyak pelanggan tetap.⁵³

B. Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16C

Untuk Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun di Mulyojati 16C dapat dilihat dari beberapa konsumen yang menjadi narasumber dalam penelitian dari peneliti. Narasumber yang dipilih yaitu pemilik dari usaha kuliner, konsumen dari usaha kuliner, dan masyarakat sekitar usaha kuliner yang akan diteliti. Berikut hasil wawancara dari narasumber dari Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun.

Menurut wawancara dengan pemilik Tenda ABC yaitu Ibu Ida, beliau mengatakan bahwa sudah memberikan pelayanan yang baik dan menyediakan fasilitas yang cukup terutama tempat parkir. Sejauh ini tidak ada keluhan dari konsumen yang datang untuk pelayanan dan tempat parkir.⁵⁴

Menurut wawancara dengan bapak Anto selaku konsumen Tenda ABC, beliau tau usaha kuliner ini karena sering lewat. Setelah mencoba sekali, Pak Anto merasa cocok dengan makanan di Tenda ABC. Selain dari makanannya yang enak, harga nya pun murah meriah. Beliau sudah langganan di Tenda ABC hampir sepuluh tahun lamanya. Kalau dari

⁵³ Wawancara dengan Bapak Hadi Prayitno, selaku pemilik Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

⁵⁴ Wawancara dengan Ibu Ida, selaku pemilik Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

pelayanan tidak pernah kecewa. Untuk lahan parkirnya sudah sesuai kalau tidak ramai pelanggan, kalau saat ramai pasti kurang sesuai.⁵⁵

Menurut wawancara dengan Ibu Eva selaku konsumen Tenda ABC, beliau tau usaha kuliner ini dari temannya. Beliau sudah berlangganan di Tenda ABC kurang lebih tiga tahun. Dari pelayanan tidak ada yang membuat kecewa, makanannya enak, hanya saja kalau ramai pembeli tempat parkir untuk mobil kurang memadai. Dan meja yang disediakan tidak banyak sehingga sering kali digabung dengan orang lain saat makan ditempat. Hal itu membuat konsumen kurang nyaman.⁵⁶

Menurut wawancara dengan Bapak Poyo selaku konsumen di Tenda ABC, beliau sudah berlangganan kurang lebih tujuh tahun lamanya. Awal mula beliau tahu usaha kuliner ini karena sering lewat. Setelah mencoba, akhirnya menjadi pelanggan tetap. Makanannya sesuai dengan selera dengan Bapak Poyo. Kalau untuk pelayanan sangat puas karena cepat, tetapi kalau untuk lahan parkir kurang puas. Karena dari lahan parkirnya yang tidak sesuai dengan ramainya konsumen yang mengendarai mobil.⁵⁷

Menurut wawancara dengan Ibu Dewi selaku konsumen di Tenda ABC, beliau tau usaha kuliner ini dari temannya yang sudah berlangganan lama. Ibu Dewi berlangganan di Tenda ABC belum lama. Beliau kalau beli selalu dibungkus, karena mejanya selalu penuh dan parkirnya penuh

⁵⁵ Wawancara dengan Anto, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

⁵⁶ Wawancara dengan Ibu Eva, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

⁵⁷ Wawancara dengan Bapak Poyo, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

mobil. Tidak pernah kecewa dengan pelayanan dari Tenda ABC. Tempat parkirnya yang tidak sesuai dengan ramainya pembeli.⁵⁸

Menurut wawancara dengan Ibu Wati selaku konsumen di Tenda ABC, beliau sudah lumayan lama berlangganan di Tenda ABC. Awal mulanya melihat Tenda ABC ini ramai sekali, akhirnya beliau mencoba dan merasa cocok dengan makanannya. Akan tetapi selalu bingung kalau mau parkir mobil dimana, karena hanya tersedia sedikit sekali tempat parkir untuk mobil. Kalau parkir dipinggir jalan takut mengganggu pengendara yang lain, karena kondisi jalan yang ramai dan tepat di perempatan. Untuk pelayanan tidak ada yang membuat kecewa, hanya saja tempat parkir yang kurang.⁵⁹

Menurut wawancara dengan Bapak Nopri selaku konsumen di Tenda ABC, beliau sudah cukup lama tahu usaha kuliner ini. Akan tetapi hanya beberapa kali makan ditempat. Alasannya karena tempat parkir tidak sesuai kalau sedang ramai pembeli. Kalau masih ada tempat parkir barulah beliau makan ditempat.⁶⁰

Menurut wawancara dengan Ibu Sukma selaku konsumen di Tenda ABC, beliau tahu usaha kuliner ini dari temannya. Kalau beli makan di Tenda ABC sering dibungkus saja. Karena beliau mengendarai mobil dan

⁵⁸ Wawancara dengan Ibu Dewi, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

⁵⁹ Wawancara dengan Ibu Wati, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 20 November 2020.

⁶⁰ Wawancara dengan Bapak Nopri, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 20 November 2020.

melihat parkirnya tidak memadai sehingga yang ditakutkan malah mengganggu lalu lintas dan membuat kemacetan.⁶¹

Menurut wawancara dengan Ibu Desti selaku konsumen di Tenda ABC, beliau sudah cukup lama berlangganan di Tenda ABC. Awal mulanya beliau tahu usaha kuliner ini karena sering lewat dan melihat kalau Tenda ABC selalu ramai pembeli. Untuk pelayanan sudah baik, hanya saja kalau sedang ramai beliau bingung mau parkir dimana padahal membawa motor.⁶²

Menurut wawancara dengan Bapak Erwin selaku masyarakat sekitar usaha kuliner Tenda ABC, beliau mengatakan bahwa usaha kuliner harus mengutamakan tempat parkir yang luas mengingat bahwa konsumen dari Tenda ABC lebih banyak yang menggunakan kendaraan roda empat. Ramainya konsumen dan tempat parkirnya yang kurang akan menghambat lalu lintas sehingga jalanan menjadi tidak beraturan. Beliau merasa bahwa ini sangat mengganggu dan harus diperhatikan untuk kenyamanan bersama.⁶³

Menurut wawancara dengan Ibu Yana selaku masyarakat di sekitar Tenda ABC mengatakan bahwa, beliau tidak nyaman setiap kali lewat jalanan di depan Tenda ABC. Karena jalanan yang ramai dan banyak mobil yang parkir depinggir jalan sehingga mengganggu kenyamanan

⁶¹ Wawancara dengan Ibu Sukma, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 20 November 2020.

⁶² Wawancara dengan Ibu Desti, selaku konsumen di Tenda ABC, pada tanggal 20 November 2020.

⁶³ Wawancara dengan Bapak Erwin, selaku masyarakat di sekitar Tenda ABC, pada tanggal 27 November 2020.

pengguna jalan. Seharusnya kalau usaha tersebut ramai konsumen, pemilik menyediakan tempat parkir yang luas dan aman bagi kendaraan dari konsumennya.⁶⁴

Menurut wawancara dengan Bapak Hadi Prayitno selaku Pemilik Lesehan Nasrohun, beliau sangat mengutamakan pelayanan dan fasilitas pada usahanya. Keamanan pada kendaraan dari konsumennya sangat diperhatikan sehingga pemilik Lesehan Nasrohun memperluas lahan parkirnya. Saat keadaan ramaipun para konsumen tidak kesulitan mencari tempat parkir untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Semua itu dilakukan agar konsumen selalu puas dengan Lesehan Nasrohun.⁶⁵

Menurut wawancara dengan Bapak Supri selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau tahu usaha kuliner ini dari brosur yang disebar saat pembukaan. Saat itulah beliau merasa cocok dengan makanan di Lesehan Nasrohun. Cukup puas dengan pelayanannya, dan tempat parkirnya cukup luas jadi tidak perlu risau.⁶⁶

Menurut wawancara dengan Ibu Arni selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah lama sekali tahu usaha kuliner ini. Saat pembukaan yang memberi diskon 50% beliau datang dan melihat bagaimana ramainya antrian pembeli yang makan ditempat maupun yang dibungkus. Akan tetapi dulu tempat parkirnya kurang luas sehingga kalau

⁶⁴ Wawancara dengan Ibu Yana, selaku masyarakat di sekitar Tenda ABC, pada tanggal 27 November 2020.

⁶⁵ Wawancara dengan Bapak Hadi Prayitno, selaku Pemilik Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

⁶⁶ Wawancara dengan Bapak Supri, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

pembelinya banyak yang membawa mobil tidak ada tempat lagi. Kalau sekarang sudah lebih luas dan sesuai dengan ramainya pembeli.⁶⁷

Menurut wawancara dengan Bapak Udin selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan kurang lebih lima tahun. Tidak pernah kecewa dengan pelayanan dan makanannya. Tempat parkirnya juga tidak masalah karena cukup luas bahkan untuk parkir mobil muatan.⁶⁸

Menurut wawancara dengan Bapak Dedi Suarto selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan kurang lebih sembilan tahun. Awal mulanya karena beliau suka menjajaki warung makan, akhirnya merasa pas dan cocok di Lesehan Nasrohun. Nasinya banyak dan sambalnya enak. Dalam hal pelayanan perlu ditingkatkan kembali. Untuk tempat parkirnya juga cukup luas dan tidak mengganggu pengguna jalan raya.⁶⁹

Menurut wawancara dengan Ibu Yeni selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan kurang lebih lima tahun lamanya. Awal mulanya karena beliau sering lewat dan penasaran dengan makanan di Lesehan Nasrohun. Pelayanannya sedikit lama mungkin karena semuanya serba dibuat dadakan dan ramai pembeli. Walaupun ramai

⁶⁷ Wawancara dengan Ibu Arni, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

⁶⁸ Wawancara dengan Bapak Udin, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

⁶⁹ Wawancara dengan Bapak Dedi Suarto, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 24 November 2020.

pembeli, parkirnya tidak masalah. Karena untuk putar balik mobil tidak akan mengganggu pengguna jalan raya.⁷⁰

Menurut wawancara dengan Ibu Sherly selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan di Lesehan Nasrohun sudah sangat lama. Tidak pernah kecewa dengan pelayanan di Lesehan Nasrohun. Kalau ramai tidak pusing dengan tempat parkirnya, dan mejanya yang disediakan cukup banyak sehingga nyaman jika makan ditempat.⁷¹

Menurut wawancara dengan Ibu Aprilia selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan kurang lebih tiga tahun. Awal mula tahu Lesehan Nasrohun dari teman yang sering makan disini. Pelayanan di Lesehan Nasrohun baik sekali, penjualnya ramah, makanannya enak dan nasinya banyak. Parkirnya luas dan tidak mengganggu lalu lintas.⁷²

Menurut wawancara dengan Bapak Mujiono selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, beliau sudah berlangganan kurang lebih sepuluh tahun. Beliau tahu dari brosur yang disebar saat pembukaan Lesehan Nasrohun. tidak hanya pelayanan yang baik, akan tetapi fasilitas nya memadai dengan ramainya pembeli seperti meja dan tempat parkir. Jadi kalau mau

⁷⁰ Wawancara dengan Ibu Yeni, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 24 November 2020.

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Sherly, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 25 November 2020.

⁷² Wawancara dengan Ibu Aprilia, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 25 November 2020.

makan membawa rombongan tidak bingung parkir dan meja, karna tersedia cukup banyak.⁷³

Menurut wawancara dengan Bapak Dyan selaku masyarakat disekitar Lesehan Nasrohun, beliau tidak merasa terganggu dengan tempat parkirnya. Karena penempatannya sangat teratur dan cukup luas, sudah sesuai dengan banyaknya konsumen yang datang. Selama ini mobil yang parkir juga tidak pernah menghalangi jalan masuk ke rumah beliau.⁷⁴

Menurut wawancara dengan Bapak Hafiz selaku masyarakat di sekitar Lesehan Nasrohun, beliau mengatakan bahwa kendaraan yang parkir tidak mengganggu jalan. Karena tempat parkirnya luas dan kendaraannya parkir dengan teratur. Walaupun Lesehan Nasrohun letaknya di pinggir jalan, namun tidak mengganggu pengendara yang lewat.⁷⁵

C. Tinjauan Marketing Syariah Terhadap Ketersediaan Lahan Parkir Dan Kepuasan Konsumen Pada Usaha Kuliner Tenda ABC Dan Lesehan Nasrohun Di Mulyojati 16C

Parkir adalah keadaan tidak bergerak suatu kendaraan yang tidak bersifat sementara. Penyediaan tempat-tempat parkir di pinggir jalan pada lokasi jalan tertentu baik di badan jalan maupun dengan menggunakan

⁷³ Wawancara dengan Bapak Mujiono, selaku konsumen di Lesehan Nasrohun, pada tanggal 25 November 2020.

⁷⁴ Wawancara dengan Bapak Dyan, selaku masyarakat di sekitar Lesehan Nasrohun, pada tanggal 27 November 2020.

⁷⁵ Wawancara dengan Bapak Hafiz, selaku masyarakat di sekitar Lesehan Nasrohun, pada tanggal 27 November 2020.

sebagian dari perkerasan jalan mengakibatkan turunnya kapasitas jalan, terhambatnya arus lalu lintas dan penggunaan jalan menjadi tidak efektif.⁷⁶

Menurut pemilik Tenda ABC, tempat parkir yang disediakan sudah cukup untuk kendaraan para konsumennya. Jenis kendaraan dari konsumennya kebanyakan kendaraan roda empat. Yang menggunakan kendaraan roda dua juga ada, tapi tidak banyak. Jadi tempat parkir segini saja sudah cukup.⁷⁷

Nemun pada faktanya, konsumen yang peneliti jadikan narasumber mengatakan bahwa tempat parkir yang luas sangat diperlukan guna kenyamanan dan keamanan konsumen itu sendiri maupun pengguna jalan raya di depan Tenda ABC. Dan di dalam teori yang terpapar di atas bahwa penyediaan tempat parkir di pinggir jalan pada lokasi jalan tertentu dapat mengakibatkan terhambatnya arus lalu lintas dan penggunaan jalan menjadi tidak efektif adalah benar. Karena usaha kuliner di pinggir jalan harus memikirkan tempat parkir yang memadai agar konsumennya merasa nyaman dan aman untuk kendaraan yang konsumen pakai.

Berbeda dengan pendapat dari pemilik Lesehan Nasrohun, beliau mengatakan bahwa usaha kuliner harus menyediakan tempat parkir yang luas apalagi kalau konsumennya banyak yang menggunakan kendaraan roda empat bahkan truk. Fasilitas ini adalah salah satu yang mempengaruhi konsumen. Karena kendaraan yang digunakan konsumen

⁷⁶ Rinda Hesti Kusumaningtyas, "Evaluasi Dan Perancangan Sistem Informasi Lahan Parkir," *Jurnal Sistem Informasi*, 2016.

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Ida, selaku pemilik Tenda ABC, pada tanggal 19 November 2020.

di Lesehan Nasrohun tidak hanya kendaraan roda dua dan roda empat saja, namun ada beberapa yang menggunakan truk.⁷⁸

Menurut Philip Kotler ada beberapa kriteria untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:⁷⁹

1. Kesetiaan

Untuk konsumen pada Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun selalu setia karena bisa dilihat dari berapa lama para konsumen sudah berlangganan. Bahkan beberapa konsumen dari Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun sudah berlangganan lebih dari dua tahun. Itu bisa menunjukkan bahwa konsumennya setia.

2. Keluhan

Tenda ABC mendapatkan keluhan lebih banyak daripada Lesehan Nasrohun perihal tempat parkirnya. Karena Lesehan Nasrohun lebih memperhatikan kebutuhan tempat parkir untuk konsumennya, sehingga tidak pernah mendapat keluhan. Sedangkan Tenda ABC tidak memperhatikan kebutuhan tempat parkir dengan ramainya konsumen yang datang dan kendaraan yang digunakan. Jika hal tersebut tidak ditangani, bisa saja konsumennya pindah ke tempat makan yang lain.

⁷⁸ Wawancara dengan Bapak Hadi Prayitno, selaku pemilik Lesehan Nasrohun, pada tanggal 18 November 2020.

⁷⁹ Muhammad Agung Firsada, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), 209-210.

3. Partisipasi

Beberapa konsumen dari Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun merekomendasikan kepada temannya untuk makan di tempat tersebut. Itu menandakan bahwa konsumen dari kedua usaha kuliner merasa puas.

Marketing syariah adalah strategi bisnis, yang harus memayungi seluruh aktivitas dalam sebuah perusahaan, meliputi seluruh proses, menciptakan, menawarkan, pertukaran nilai, dari seorang produsen, atau satu perusahaan, atau perorangan, yang sesuai dengan ajaran Islam.⁸⁰

Karakteristik dari marketing syariah ada empat, yang akan dijelaskan sebagai berikut:⁸¹

1. Teistis (*al-Rabbaniyah*)

Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun tidak pernah memaksa agar konsumennya selalu setia. Kesetiaan yang diberikan konsumen merupakan kesadaran diri sendiri. Sehingga hal tersebut tidak merugikan kedua belah pihak, yaitu konsumen dan pemilik usaha kuliner.

2. Etis (*al-Akhlaqiyah*)

Di dalam marketing syariah sangat mengedepankan nilai-nilai moral dan etika. Segala cara dihalalkan asalkan bisa mendapatkan keuntungan financial yang sebesar-besarnya, tidak peduli kalau ada

⁸⁰ Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 343.

⁸¹ Hermawan Kertajaya dan Muhammad Sula, *Syariah Marketing*, (Jakarta: PT Pustaka Mizan, 2006), 38.

pihak yang dirugikan oleh perbuatannya. Tenda ABC bisa merugikan orang lain karena lahan parkirnya yang tidak mencukupi untuk konsumen. Tidak hanya konsumen, melainkan lalu lintas yang dapat terhambat dikarenakan kendaraan yang parkir sampai masuk ke badan jalan. Lesehan Nasrohun memiliki etika dan moral yang baik untuk tempat parkirnya. Demi membuat konsumennya merasa puas, fasilitasnya sangat diperhatikan agar merasa nyaman saat makan di Lesehan Nasrohun.

3. Realistis (*al-Waqi'iyah*)

Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun selalu mengedepankan kejujuran agar usaha yang dijalankan bisa bertahan lama. Kejujuran yang bisa dilihat yaitu seperti harga dari setiap makanan yang ditawarkan. Tidak membeda bedakan harga untuk setiap konsumen. Dan dari bahan yang digunakan merupakan bahan yang berkualitas baik, agar tidak ada konsumen yang kecewa dengan bahan yang digunakan.

4. Humanistis (*al-Insaniyah*)

Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun selalu bersaing secara sehat dalam berbisnis. Keduanya tidak saling menjatuhkan sehingga pihak lain dapat mengalami kegagalan. Menjaga kualitas makanan dan mengutamakan kepuasan konsumen adalah tindakan yang dilakukan untuk menghadapi persaingan.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa lahan parkir sangat penting dalam usaha kuliner, terlebih lagi kalau sudah banyak pelanggan. Karena

keamanan dari kendaraan yang digunakan para konsumen bisa membuat nyaman saat makan ditempat. Yang terpenting tidak menimbulkan kemacetan bahkan kecelakaan di jalan karena parkir kendaraan yang sembarangan. Fasilitas dari usaha kuliner dapat membuat konsumen puas. Kepuasan konsumen juga ditunjang dengan rasa dari makanan dan pelayanan. Dengan begitu konsumen akan tetap setia bahkan bisa merekomendasikan kepada orang lain untuk makan ditempat pilihannya.

Walaupun Tenda ABC tidak memiliki lahan parkir yang luas, tetap saja konsumennya ramai. Karena dari makanannya yang enak dan pelayanannya cepat. Kemudian, bisnis yang akan bertahan lama adalah bisnis yang berpedoman etika dan moral. Tidak hanya Islam yang mengajarkan itu, semua agama pasti sangat mengutamakan etika dan moral.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan terkait penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa ketersediaan lahan parkir dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Seperti pada usaha kuliner Lesehan Nasrohun, konsumen merasa puas dengan lahan parkir yang disediakan cukup luas sehingga tidak kesulitan dan mengganggu lalu lintas. Masyarakat yang tinggal di sekitar Lesehan Nasrohun juga tidak merasa terganggu dengan ramainya kendaraan yang parkir. Karena parkirnya dianggap cukup baik dan mobil tetap bisa masuk dengan bebas.

Berbeda dengan Tenda ABC, tujuh dari delapan narasumber merasa bahwa kurang puas dengan lahan parkir yang ada. Tenda ABC banyak mendapat keluhan dari konsumennya karena tidak memperhatikan lahan parkir dengan baik. Karena lokasinya tepat di perempatan dan kondisi jalan selalu ramai, maka kendaraan yang parkir dapat mengganggu lalu lintas. Tidak hanya mengganggu lalu lintas saja, bahkan masyarakat yang tinggal di sekitar Tenda ABC merasa terganggu dengan keadaan tersebut. Kunci dari usaha kuliner adalah lahan parkir agar konsumen yang datang tidak merisaukan kendaraannya. Dalam karakteristik marketing syariah, Tenda ABC tidak memenuhi etika dan moral dalam berbisnis. Sedangkan Lesehan Nasrohun sudah sesuai dengan karakteristik marketing syariah.

Walaupun Tenda ABC mendapat banyak keluhan, tetap saja banyak konsumen yang datang. Hal ini dikarenakan kepuasan konsumen yang utama yaitu rasa dari makanan dan pelayanan yang diberikan. Tenda ABC memiliki banyak pegawai, maka pelayanan menjadi cepat dan baik. Dengan lahan parkir yang sedikit, konsumen tidak mengurungkan niat untuk makan di Tenda ABC.

B. Saran

Untuk pemilik Tenda ABC, diharapkan dapat menyediakan lahan parkir yang luas sesuai dengan banyaknya konsumen serta berpedoman kepada etika dan moral dalam berbisnis agar usaha dapat bertahan lama. Jangan sampai kendaraan yang parkir mengganggu lalu lintas dan masyarakat yang tinggal sekitar Tenda ABC.

Untuk pemilik Lesehan Nasrohun, diharapkan bisa mempertahankan serta meningkatkan etika dan moral dalam berbisnis. Menjaga fasilitas yang ada dan memberikan pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryano, Yuyus dan Kartib Bayu. *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Alma, Bukhari. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2008.
- Hartono dan Deny Dwi Hartono. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan UMKM di Surakarta." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. Vol.14, No.1 (2014).
- Mirasaputri, Mega dkk. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Usaha Kecil Sektor Industri Pengolahan Di Kota Malang." *Jurnal Jibeka*. Vol.11, No.2 (2017).
- Rahmawati Toisuta, Fadhila. "Strategi Promosi Kedai Kopi Espresso Bar (KEIKO) melalui Media Sosial." *Skripsi Ilmu Komunikasi*. (2014).
- Isma Iva, Wida. "Analisis Implementasi Syariah Marketing (Studi Kasus Di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Syariah Semarang)." *Skripsi Ekonomi Syariah*. (2015).
- Imran Dani, Syafaruddin As, dan Sumiyattinah. "Penataan Lahan Parkir Di Pasar Melati Purung Parit Baru Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya."
- Syarifuddin, Fauziah. "Kebutuhan Ruang Parkir Pada Rumah Sakit Bhayangkara Di Kota Makassar." *Skripsi Teknik Perencanaan Wilayah Dan Kota*. (2017).
- Aliyyah Apriyani, Dwi dan Sunarti. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop Sidoarjo*)." *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51, No. 2 (2017).
- Aryani, Dwi dan Febrina Rosinta. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan." *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17, No 2 (2010).
- Gulam Sholihin, Bagus. "Analisis Kualitas Pelayanan Parkir Terhadap Kepuasan Pengunjung Di Satlantas Sukoharjo." *Jurusan Manajemen Administrasi*. 2017.
- Lintang Sistiyo Andari, Clara. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pengunjung." *Jurusan Manajemen*. 2017.

- Prasetyowati, Ayu. "Identifikasi Atribut Kepuasan Konsumen Dan Pelayanan Rumah Makan Olahan Ayam Di Kota Bandar Lampung." *Jurusan Agribisnis*. 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran* Edisi Kedua Belas Jilid I. Jakarta: Indeks, 2007.
- Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sunyoto, Danang. *Konsep Dasar Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, 2014.
- Ismerisa. "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)." *Skripsi Ilmu Komunikasi*. (2013).
- Ulfa Wardani, Tri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara)." *Skripsi Ekonomi Islam*. (2017).
- Sarendaren, Yunetris. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Konsumsi Minyak Goreng Curah Di Pasar Pinasungkulan Karombasan." *Jurnal Sosial Ekonomi*. (2015).
- Iqbal Krisdayanto, Andi Tri Haryono, dan Edward Gagah PT. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di I Cafe LINA PUTRA NET Bandungan."
- Hesti Kusumaningtyas, Rinda. "Evaluasi Dan Perancangan Sistem Informasi Lahan Parkir." *Jurnal Sistem Informasi*. (2016).
- Royadji Darma, Sasana Putra, dan Dwi Herianto. "Analisis Karakteristik Dan Kebutuhan Parkir Di Pasar Tugu Bandar Lampung." *Jurnal Teknik Sipil*. Vol. 7, No. 1 (2019).
- Noperiyadi. "Tata Ulang Lahan Parkir Pada Jalan Kalimantan Kota Lubuk Linggau." *Jurnal Teknik Sipil dan Lingkungan*. Vol. 3, No. 1 (2015).
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005.
- Efendi Panjaitan, Januar dan Ai Lili Yuliati. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung." *Jurnal Manajemen*. Vol. 11, No. 2 (2016).

- Bagus Arjana, I Gusti. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2016.
- Elka Pangestu, Mari. *Perkembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Rini, Puspa dan Siti Czafrani. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Oleh Pemuda Dalam Rangka Menjawab Tantangan Ekonomi Global." *Jurnal UI Untuk Bangsa Seri Sosial Dan Humaniora*. Vol. 1 (2010).
- Moelyono, Mauled. *Menggerakkan Ekonomi Kreatif antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010.
- Siwi Purwaning Tyas, Agnes. "Identifikasi Kuliner Lokal Indonesia dalam Pembelajaran Bahasa Inggris." *Jurnal Pariwisata Terapan*. Vol. 1, No. 1 (2017).
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. Jakarta, 2015.
- Ul Mardiah, Auliya. "Marketing Syariah Perspektif Muhammad Syakir Sula." *Skripsi Ekonomi Islam*. (2018).
- H. Syahrul. "Marketing Dalam Perspektif Hukum Islam." *Jurnal Hukum Diktum*. Vol.10, No.2 (2012).
- Miftah, Ahmad. "Mengenal Marketing dan Marketers Syariah." *Jurnal Ekonomi Islami*. Vol.6, No.2 (2015).
- Sari Annisa Rahmawati, Dian dan Syarif As'ad. "Implementasi Syariah Marketing Dalam Meningkatkan Kualitas Produk KPR Griya iB Hasanah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Yogyakarta)." (2018).
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Sula. *Syariah Marketing*. Jakarta: PT Pustaka Mizan, 2006.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Lexy J, Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014.

- Sandu Siyoto, Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Muhamad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kualitatif*. Depok: Rajawali Pers, 2017.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Subagyo, Joko. *Metodologi Penelitian Dalam Teori & Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Kasmir, Moh. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN Malik Pers, 2010.
- Gulo, W. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia, 2002.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.
- Agung Firsada, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.

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 : 2573/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019
Lampiran : -
Perihal : Pembimbing Skripsi

14 Oktober 2019

Kepada Yth:

1. Zumaroh, M.E.Sy.
 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 : Mei Riastuti
NPM : 1602040197
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Ketersediaan Lahan Parkir dan Kepuasan Konsumen Pada Warung Makan Tenda ABC di Mulyojati 16C Dalam Perspektif Marketing Syariah

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
Ketembagaan



MUHAMMAD SALEH

ALAT PENGUMPUL DATA

KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH

A. Wawancara (*Interview*)

1. Wawancara diajukan kepada Narasumber (Pemilik usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun)

- a. Sudah berapa lama usaha kuliner ini berdiri?
- b. Apa yang melatar belakangi berdirinya usaha kuliner ini?
- c. Berapa modal awal untuk mendirikan usaha kuliner ini?
- d. Apakah ada kendala dalam merintis usaha kuliner ini?
- e. Apa saja menu yang dijual disini?
- f. Tempat ini milik bapak sendiri atau nyewa?
- g. Berapa biaya sewa untuk satu tahunnya pak?
- h. Berapa banyak pegawai disini?
- i. Berapa penghasilan rata-rata yang di dapat dalam sebulan?
- j. Berapa banyak meja yang disediakan untuk konsumen untuk yang makan ditempat?
- k. Apakah setiap hari ramai pembeli?
- l. Lebih banyak konsumen yang makan di tempat atau di bungkus?
- m. Jenis kendaraan apa yang sering digunakan konsumen saat membeli makan disini?

- n. Apakah lahan parkir yang disediakan sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen?
- o. Apakah bapak pernah mendapatkan komplain dari pelanggan?
- p. Bagaimana cara bapak memasarkan usaha kuliner ini?
- q. Bagaimana bapak menyikapi persaingan dalam usaha kuliner ini?
- r. Bagaimana cara bapak mempertahankan pelanggan?
- s. Adakah cara khusus yang digunakan agar pelanggan tetap setia?

2. Wawancara diajukan kepada Narasumber (Konsumen)

- a. Sudah berapa lama Bapak/Ibu berlangganan disini?
- b. Awal mula Bapak/Ibu tahu usaha kuliner ini?
- c. Selama berlangganan disini apakah ada yang membuat kecewa?
- d. Bagaimana lahan parkir yang disediakan?
- e. Apakah Bapak/Ibu merasa puas dengan pelayanan dan fasilitas parkir yang sudah disediakan usaha kuliner ini?

3. Wawancara diajukan kepada Narasumber (Masyarakat sekitar usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun)

- a. Apakah Bapak/Ibu merasa terganggu dengan adanya usaha kuliner ini?
- b. Apakah Bapak/Ibu merasa terganggu dengan lahan parkir dari usaha kuliner ini?
- c. Sudahkah terpenuhi kebutuhan parkir pada usaha kuliner ini untuk ramainya konsumen yang datang?

B. Dokumentasi

1. Foto wawancara dengan pemilik usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun.
2. Foto wawancara dengan konsumen Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun.
3. Foto wawancara dengan masyarakat sekitar usaha kuliner Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun.
4. Foto lahan parkir dari Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun saat ramai konsumen yang datang.

Metro, 18 agustus 2020

Peneliti



Mei Riastuti
1602040197

Pembimbing I,



Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Pembimbing II,



Dharma Setyawan, M.A
NIP. 19880529 201503 1 005



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

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

Nomor : 3575/In.28/D.1/TL.00/12/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pemilik Warung Makan Tenda ABC
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 3574/In.28/D.1/TL.01/12/2019,
tanggal 12 Desember 2019 atas nama saudara:

Nama : **MEI RIASTUTI**
NPM : 1602040197
Semester : 7 (Tujuh)
Jurusan : Ekonomi Syaria'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Warung Makan Tenda ABC, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA WARUNG MAKAN TENDA ABC DI MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 12 Desember 2019
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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 415017; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouiniv.ac.id, e-mail: febi.ian@metrouiniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: 3574/In.28/D.1/TL.01/12/2020

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

Nama : MEI RIASTUTI
NPM : 1602040197
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Warung Makan Tenda ABC dan Lesehan Nasrohun, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH".
 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, terimakasih.

Mengetahui,
Pejabat Setempat

IDA MARDIYANI

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 12 Desember 2020

Wakil Dekan I,

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



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

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Mei Riastuti
NPM : 1602040197

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
Semester/ TA : VIII / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	05/2020 05		Papbar Isi Pengertian kuliner dan kaitan dan ekonomi kreatif → Kepuasan konsumen → Ekonomi kreatif → Marketing Syariah 15 jurnal 10 buku	

Pembimbing II,

Dharma Setyawan, MA
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL

Nama : Mei Riastuti Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
NPM : 1602040197 Semester/ TA : VIII / 2020

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	25/6/2020		acc bab I-III Langkah pembimbing I	

Pembimbing II,

Dharma Setyawan, MA
NIP. 198805292015031005

Mahasiswa Ybs,

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL


Nama : **Mei Riastuti**
NPM : 1602040197

Fakultas / Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VIII / 2019-2020

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	Acc proposal, siap diseminarkan	g

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.


Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002


Mei Riastuti
NPM. 1602040197



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

D. Kl. Haji Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.iainmetro.ac.id email: iainmetro@iainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO

Nama : Mei Riastuti
NPM : 1602040197

Jurusan/ Fakultas: FEBI/Ekonomi Syariah
Semester : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	31/8 /2020		acc outline acc bsd Lanjut pembimbing I	

Pembimbing II.

Dharma Setyawan, M.A
NIP.19880529 201503 1 005

Mahasiswa/bs.

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



**KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email: iainmetro@metrouniv.ac.id.

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO**

Nama : **Mei Riastuti**
: 1602040197

Jurusan/ Fakultas: FEBI/Ekonomi Syariah NPM
Semester : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25-10-20		ACC Outline	
	2-11-20		<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki LBM sesuai masukan pembahas saat seminar proposal- Teori disesuaikan perubahan judul- Metopen sebaiknya tidak hanya menguraikan definisi konsep tapi lebih pada bagaimana cara/metode yang dipilih itu diterapkan pada penelitian anda	
	5-11-20		ACC bab I-III, lanjutkan penyusunan APD	
	12-11-20		ACC APD, lanjutkan pengumpulan data ke lapangan	

Pembimbing I,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 website: www.metroainiv.ac.id Email: iaimetro@metroainiv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI!
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO

Nama : Mei Riastuti
NPM : 1602040197

Jurusan/ Fakultas: FEBI/Ekonomi Syariah
Semester : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	26/2020 /11		Papier proposal disetujui Tambah narasumber	

Pembimbing II.

Dharma Setyawan, M.A
NIP.19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO

Nama : Mei Riastuti
NPM : 1602040197

Jurusan/ Fakultas: FEBI/Ekonomi Syariah
Semester : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing II	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/02/2020		acc Muna Bas IV-V lengkap pembimbing I Siap di munaqashah	

Pembimbing II,

Dharma Setiawan, M.A
NIP.19880529 201503 1 005

Mahasiswa Ybs.

Mei Riastuti
NPM. 1602040197



KEMENTERIAN AGAMA
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 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
IAIN METRO

Nama : Mei Riastuti
: 1602040197

Jurusan/ Fakultas: FEBI/Ekonomi Syariah NPM
Semester : IX

No	Hari/ Tanggal	Pembimbing I	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	30-11-20		ACC bab IV-V, siap dimunaqsyahkan	

Pembimbing I,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa Ybs.

Mei Riastuti
NPM. 1602040197

LAMPIRAN GAMBAR



































KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
M E T R O Telp (0725) 41507, Faks (0725) 47296, Website: digilib.metrouniv.ac.id, pustaka.lain@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-968/In.28/SU.1/OT.01/12/2020

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

Nama : MEI RIASTUTI
NPM : 1602040197
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2019 / 2020 dengan nomor anggota 1602040197.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 04 Desember 2020
Kepala Perpustakaan



[Signature]
Drs. Mukhtarkil Sudin, M.Pd
NIP. 19580831/198103100157



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) 47298,
Website www.metroain.ac.id, email iaimetro@metroain.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : MEI RIASTUTI
NPM : 1602040197
Jurusan : S1 Ekonomi Syariah
Judul : KETERSEDIAAN LAHAN PARKIR DAN KEPUASAN KONSUMEN
PADA USAHA KULINER TENDA ABC DAN LESEHAN NASROHUN DI
MULYOJATI 16C DALAM PERSPEKTIF MARKETING SYARIAH
Status : LULUS

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dari "Naskah Skripsi" dengan menggunakan aplikasi *Turnitin Score 22%*.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 03 Desember 2020
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Dharm Setyawan, MA
NIP. 19880529 201503 1 005 /

RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama Mei Riastuti. Peneliti dilahirkan di desa Sumberjo, Belitang, Sumatera Selatan pada tanggal 26 Mei 1998 dari pasangan Bapak Hadi Prayitno dan Ibu Siti Nasrokah. Karir pendidikan peneliti dimulai dari SD Negeri 3 Metro Barat selesai pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan di SMP Negeri 3 Metro selesai pada tahun 2013. Lalu lanjut di SMA Negeri 4 Metro jurusan IPS selesai pada tahun 2016. Selanjutnya, di tahun yang sama, peneliti melanjutkan pendidikan di IAIN Metro dengan mengambil Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.