

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA  
38B BANJAREJO**

**Oleh:**

**NANDA KURNIA AYU  
NPM. 1903010047**



**Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2023 M**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO

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

OLEH:

NANDA KURNIA AYU  
NPM: 1903010047

Dosen Pembimbing: Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I

Jurusan Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2023 M

## NOTA DINAS

Nomor : -  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk di Munaqosyahkan  
Saudari Nanda Kurnia Ayu**

Kepada Yth,  
Ketua Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Metro  
Di-  
Metro

*Assalamu 'alaikum, Wr. Wb*

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

Nama : Nanda Kurnia Ayu  
NPM : 1903010047  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA  
TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO

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

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu 'alaikum, Wr. Wb*

Metro, 28 Maret 2023  
Dosen Pembimbing,



**Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I**  
**NIP. 19800718 200801 1 012**

## **PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA  
38B BANJAREJO

Nama : NANDA KURNIA AYU

NPM : 1903010047

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## **MENYETUJUI**

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Metro, 28 Maret 2023  
Dosen Pembimbing



**Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I**  
**NIP. 19800718 200801 1 012**



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

Jalan Ki.Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: [www.metrouniv.ac.id](http://www.metrouniv.ac.id)  
E-mail: [iainmetro@gmail.com](mailto:iainmetro@gmail.com)

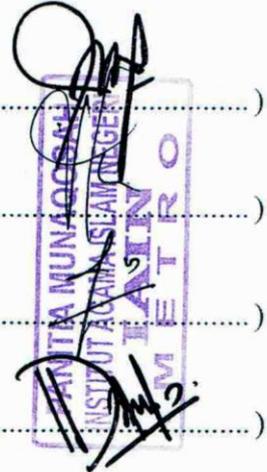
**PENGESAHAN SKRIPSI**

No. B-1456/In.28.3/D/PP.00.9/05/2023

Skrripsi dengan judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO, disusun oleh : NANDA KURNIA AYU, NPM. 1903010047, Jurusan Ekonomi Syariah yang telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal : Kamis/ 13 April 2023.

**TIM PENGUJI**

Ketua/ Moderator	: Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I	(.....)
Penguji I	: Rina El Maza, S.H., M.S.I	(.....)
Penguji II	: Yudhistira Ardana, M.Ek	(.....)
Sekretaris	: Primadatu Deswara, SKM., MPH	(.....)



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



**Dr. Siti Zulaikha, S.Ag, M.H**  
NIP. 19720611-199803 2 001

## ABSTRAK

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO

Oleh

**Nanda Kurnia Ayu**  
NPM 1903010047

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo. Sampel yang digunakan sebanyak 74 orang pelanggan Taqwa Mulya yang melakukan pembelian berulang yakni santri di Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an. Pengambilan data dilakukan menggunakan angket tertutup yang disebarakan pada santri dengan skala *likert*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 25. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,306. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 30,6% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE TAQWA MULYA 38B BANAJAREJO STORE**

By

**Nanda Kurnia Ayu**  
NPM 1903010047

*This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Taqwa Mulya 38B Banjarejo Store. The sample used was 74 taqwa mulya customers who made repeated purchases, namely students at the Hidayatul Qur'an Islamic Boarding School. Data collection was carried out using a closed questionnaire distributed to students with a likert scale. The analytical method used in this study is a simple regression analysis method with the SPSS 25 application. The results of the research (t test) show that service quality has a significant effect in customer satisfaction with a significant value of  $0,000 < 0,05$ . The test results for the coefficient of determination obtained R Square of 0,306. This indicates that the dependent variable of customer satisfaction is 30,6% influenced by the independent variable of service quality, while 69,4% is influenced by other variables that have not been studied in this study.*

**Keywords:** Influence, Service Quality, Customer Satisfaction

## ORISINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Kurnia Ayu

NPM : 1903010047

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, 27 Maret 2023  
Yang Menyatakan,



**Nanda Kurnia Ayu**  
**NPM.1903010047**

## **MOTTO**

*“Aku kira taat kepada Allah melelahkan,  
Ternyata jauh dari Allah lebih melelahkan”*

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur beriring doa dengan hati yang tulus saya persembahkan karya yang sangat sederhana ini yang telah diraih dengan suka, duka serta rasa terimakasih kepada:

1. Kedua orangtua saya tercinta Ayahanda Sudarsono dan Ibunda Kushayati yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, doa yang tulus demi keberhasilan saya dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat dibalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dan persembahan. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya, semoga keduanya selalu di berkahi oleh Allah SWT dalam setiap langkah yang dipijakkan.
2. Pembimbing saya Bapak Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I yang telah memberikan banyak waktu, arahan, bimbingan dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Seluruh dosen Fakultas FEBI IAIN Metro.
4. Sahabat-sahabat seperjuangan yang sudah seperti keluarga kedua bagi saya yaitu Ellandita Ika Agustia putri, Tri Arsi Lestari, Tria Nur Noverina, Annisa Aulia, Dina Ayu Cahyaningtyas yang telah mewarnai hari-hari saya selama 4 tahun di bangku perkuliahan dan menemani suka maupun duka. Terimakasih untuk setiap cerita yang pernah kita lalui bersama-sama. Semoga ilmu yang kita dapatkan di bangku perkuliahan bermanfaat dan berkah. Sukses dunia akhirat.
5. Sahabat-sahabat satu bimbingan Irma Dwi Pusparani, Maya Tiarani, Leni Levita Sari terimakasih untuk setiap cerita yang pernah kita lalui selama bimbingan.
6. Keluarga satu atap selama dua bulan yaitu KKN desa Enggal Rejo Kec. Adiluwih, Kab. Pringsewu tahun 2022.
7. Almamater tercinta IAIN Metro yang selalu memberikan bantuan moril maupun spiritual.
8. Terimakasih keluarga PPHQ dan teman teman santri yang telah senantiasa membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terimakasih kepada Bapak Nurhadi dan Ibu Siti Bariah pemilik Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, bersyukur peneliti haturkan kehadiran Allah SWT, atau taufik hidayahnya dan inayahnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro guna memperoleh gelar S.E.

Dalam upaya penyelesaian skripsi, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag, PIA selaku rektor IAIN Metro
2. Dr. Siti Zulaikha, S.Ag., M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Yudhistira Ardana, M.E.K selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I,M.S.I selaku pembimbing yang telah memberi bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi
5. Rasa sayang dan terimakasih peneliti haturkan kepada kedua orang tua tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan.

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

Metro, 27 Maret 2023  
Peneliti,



**Nanda Kurnia Ayu**  
**NPM. 1903010047**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ORSINALITAS PENELITIAN .....</b>	<b>viii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	4
C. Batasan Masalah .....	4
D. Rumusan Masalah .....	5
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
F. Penelitian Relevan .....	6
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori.....	10
1. Kepuasan Pelanggan.....	10
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	10
b. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam .....	13
c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	15
d. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	16
e. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	17

2. Kualitas Pelayanan.....	18
a. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	18
b. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	19
c. Indikator Kualitas Pelayanan .....	22
B. Kerangka Berpikir .....	23
C. Hipotesis Penelitian .....	24

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Rancang Penelitian .....	25
B. Definisi Operasional Variabel .....	25
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	26
D. Teknik Pengumpulan Data .....	28
E. Instrumen Penelitian .....	29
F. Teknik Analisis Data .....	31

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	35
1. Sejarah Berdirinya Toko Taqwa Mulya 38b Banjarejo.....	35
2. Visi, Misi Dan Tujuan .....	36
3. Struktur Organisasi Toko Taqwa Mulya .....	37
B. Hasil Penelitian.....	37
1. Pengujian Kualitas Data .....	37
a. Uji Validitas .....	37
b. Uji Reabilitas .....	39
2. Uji Asumsi Dasar.....	39
a. Uji Normalitas .....	39
b. Uji Linearitas .....	40
c. Uji Homogenitas.....	41
3. Pengujian Hipotesis .....	42
a. Model Regresi Sederhana.....	42
b. Uji t.....	43
c. Koefisien Determinasi .....	44

C. Pembahasan .....	45
---------------------	----

**BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	47
---------------------	----

B. Saran .....	48
----------------	----

**DAFTAR PUSTAKA  
LAMPIRAN-LAMPIRAN  
DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Nilai Butir Pertanyaan.....	29
Tabel 3. 2 Kisi Kisi Instrumen .....	29
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X) .....	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	38
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas .....	39
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas .....	40
Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas .....	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Homogenitas Data .....	422
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	422
Tabel 4.8 Hasil Uji t .....	43
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	444

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko .....	37

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. SK Pembimbing
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Tugas
5. Surat Izin Reserch
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Dokumentasi
10. Daftar Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia bisnis kini semakin dinamis seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produksi dan jasa untuk memenuhi segala kebutuhannya. Demi menjaga keberlangsungan usaha di tengah tengah persaingan bisnis yang kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan kepuasan pelanggannya.<sup>1</sup>

Dalam memasuki persaingan yang semakin kompetitif setiap perusahaan harus secara mutlak dapat memuaskan konsumen, dimana kepuasan konsumen akan tercipta manakala keinginan dan harapan dapat diwujudkan oleh perusahaan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis, Pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan.<sup>2</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari pelanggan setiap saat selalu berubah sehingga kualitas pelayanan yang diberikan juga harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan membandingkan dari perusahaan satu dengan perusahaan lain yang sejenis,

---

<sup>1</sup> Ari Prasetyo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Management Analysis Journal*, Vol.01 No.4, Agustus 2012,02

<sup>2</sup> AbduL Gofur, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.04 No.1, Februari 2019,38.

juga dengan membandingkan pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggannya.<sup>3</sup>

Pelayanan terhadap pelanggan merupakan faktor penting dalam usaha memperlancar penjualan dan pembelian. Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh pelanggan akan sangat berpengaruh besar terhadap penjualan dan pembelian. Oleh karena itu perusahaan harus memikirkan pentingnya pelayanan kepada pelanggan secara lebih matang.<sup>4</sup> Dengan besarnya pengaruh penjualan yang meningkat berdampak terhadap produk yang dijual sehingga pelanggan membeli barang lebih banyak.

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.<sup>5</sup> Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya.

Adapun kepuasan pelanggan itu bergantung dengan bagaimana perusahaan tersebut memberikan pelayanan. Pelayanan menurut bahasa adalah perbuatan, yaitu perbuatan untuk menyediakan segala yang diperlukan orang

---

<sup>3</sup> Wildan Sulaksana, "Wildan Sulaksana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta', (Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2017), 1.

<sup>4</sup>Roky Apriansyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat," Jurnal Manajemen Dan Bisnis, Vol.07 No.2, 2018,39.

<sup>5</sup> Freddy Rangkuti, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013, 7.

lain atau pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan sebaik-baiknya.<sup>6</sup>

Kualitas layanan yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Hal ini dijelaskan pada jurnal, Dwi Aryani dan Febrina Rosita, hasil penelitiannya yang mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan seseorang loyal terhadap perusahaan.<sup>7</sup>

Salah satu toko yang menyediakan segala macam produk dengan pelayanan yang baik adalah Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo merupakan salah satu toko yang menyediakan segala kebutuhan sehari-hari dimulai dari alat-alat rumah tangga, kecantikan, segala macam sabun, makanan, pakaian dan lainnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti dan wawancara dengan konsumen di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo ini, ditemukan konsumen yang membeli kebutuhannya lebih dari satu kali. Salah satunya konsumen yang membeli kebutuhannya lebih dari satu kali di Toko Taqwa Mulya ini adalah para santri di Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an. Wawancara awal dengan 3 santri yang mengatakan bahwa merasa puas dengan fasilitas yang tersedia di Toko Taqwa Mulya, tidak hanya dari fasilitas saja yang membuat santri merasa puas. Respon dan kesiapan karyawan dalam melayanipun menjadi salah satu hal yang membuat santri merasa puas, selain dari alasan tersebut 7 santri dalam

---

<sup>6</sup> Dewi Reni dan Sri Asmawati, "Kualitas Pelayanan Frontliner Dan Kepuasan Nasabah", sekolah tinggi ekonomi syariah, no.2, Agustus 2016, kolom 5, 5.

<sup>7</sup> Dwi Aryani Dan Febrina Rosita, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisas, Vol.17 No.2, 2010,123.

wawancara berikutnya mengatakan bahwa beberapa hal yang membuat santri membeli kebutuhannya di Taqwa Mulya yaitu jarak tempuh tidak jauh dan mudah dijangkau dengan berjalan kaki jadi bisa memudahkan santri untuk membeli kebutuhannya tidak hanya itu dari segi harga juga sesuai dengan kantong santri yang tidak terlalu mahal.<sup>8</sup> Dari jumlah santri yang sudah diwawancara peneliti melakukan wawancara selanjutnya untuk memperkuat penelitian dan hasil wawancara dengan 4 santri yang mengatakan bahwa alasan mereka belanja dan memenuhi kebutuhannya dengan kedua alasan diatas dan apakah hal ini disebabkan dengan pelayanan yang diberikan toko yang membuat para santri berbelanja dan mempercayai toko untuk memenuhi kebutuhannya atau dari alasan lain.

Maka dari itu peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat masalah yang dapat diidentifikasi yaitu belum diketahuinya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo kepada pelanggannya.

## **C. Batasan Masalah**

Pada penelitian ini peneliti membatasi permasalahan hanya pada pembeli yang melakukan pembelian ulang karena jika seseorang melakukan pembelian ulang berarti itu bisa dikategorikan sebagai pelanggan tetap. Salah

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Santri Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an Pada Tanggal 9 Februari 2023.

satunya yang membeli kebutuhannya lebih dari satu kali di Toko Taqwa Mulya ini adalah para santri di Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo?

#### **E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menguji hipotesis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo
- b. Untuk mengetahui besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo

##### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini di harapkan dapat digunakan sebagai sarana untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

- b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo, dapat digunakan sebagai referensi untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan keunggulan.

- 2) Bagi Peneliti, sebagai wadah untuk menerapkan ilmu yang telah dipelajari dibangku kuliah, untuk membandingkan teori dengan kenyataan dilapangan, dan menambah wawasan akan kasus nyata dalam dunia bisnis.

## **F. Penelitian Relevan**

Berdasarkan penelusuran penulis mengenai penelitian ini, penulis menemukan beberapa penelitian yang masih berkaitan namun memiliki perbedaan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rezki Febriani. Bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional/asosiatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap koran Harian Fajar di Kota Makassar, dalam menentukan sampel menggunakan pendapat Roscoe yang mengatakan ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30-500 responden, berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 responden. Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui angket secara langsung. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelanggan koran Harian Fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari perspektif ekonomi islam).<sup>9</sup>

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif, juga menggunakan angket secara langsung dan menggunakan analisis regresi sederhana. Adapun perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian penulis yaitu objek penelitian, teori yang digunakan dan sampel yang dipakai didalam penelitian ini adalah santri. Peneliti terdahulu objeknya yaitu koran Harian Fajar di Kota Makassar sedangkan penulis objek penelitiannya di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Abdur Rohman. Bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan korelasional, adapun data diperoleh dengan menggunakan angket dan merupakan penelitian kuantitatif. Mengingat populasi yang tak terhingga, maka umumnya besarnya sampel adalah empat atau lima kali jumlah variabel yang dianalisis, dalam penelitian ini ada 18 item pertanyaan yang mewakili variabel, jadi jumlah sampel yang dianggap representatif dan mencerminkan ciri dari populasi adalah 72 responden (184). Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil analisa yang dilakukan bahwa adanya pengaruh antara kualitas pelayanan

---

<sup>9</sup> Rezki Febriani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)." Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univeristas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017

terhadap kepuasan pelanggan bengkel Mr. Montir Citayam yang ditunjukkan melalui persamaan regresi  $Y = (-0,479) + 0,996 X$  dan nilai koefisien korelasi  $r_{y.1} = 0,835$  serta nilai koefisien determinasi  $r^2_{y.1} = 0,697$  atau 69,7%.<sup>10</sup>

Persamaan yang ada yaitu sama-sama menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan analisis regresi sederhana. Perbedaan dari penelitian ini yaitu objek penelitian, teori yang digunakan dan sampel yang dipakai didalam penelitian ini adalah santri. Peneliti terdahulu objeknya yaitu bengkel Mr. Montir Citayam sedangkan penulis objek penelitiannya di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Siti Kusmiati. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Koperasi “Koppi Maniez”. Penelitian ini adalah penelitian field research. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, observasi, wawancara dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri yang jumlahnya 350 santri. Jumlah sampel yaitu 52 santri dengan menggunakan teknik sampel yaitu purposive sampling. Dalam penelitian ini, kualitas pelayanan sebagai variabel terikat dan kepuasan konsumen sebagai variabel bebas. Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas, linieritas dan analisis regresi sederhana. Berdasarkan hasil data yang telah

---

<sup>10</sup> Abdur Rohman, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam.” Skripsi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2017

dianalisis dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan t hitung 62,7% yang didapat dari pengujian koefisien determinasi Adjusted R Square, dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Koperasi” KoppiManiez” Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta, sedangkan sisanya 37,3% dipengaruhi oleh faktor lain.<sup>11</sup>

Persamaan dari penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan regresi linier sederhana. Adapun perbedaan yaitu penelitian terdahulu menggunakan field research sementara penulis menggunakan angket dan terdapat pula perbedaan dari segi objek penelitian. Peneliti terdahulu objeknya yaitu Koperasi” Koppi Maniez” Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta sedangkan penulis objek penelitiannya di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

---

<sup>11</sup> Siti Kusmiat, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Koperasi ‘Koppi Maniez’ Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta).” Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kepuasan Pelanggan

###### a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan atau *satisfaction* dari bahasa latin "*satis*" (artinya cukup baik) dan "*facto*" (melakukan atau membuat) dengan demikian kepuasan dapat diartikan sebagai pemenuhan sesuatu yang memadai. Sedangkan, secara istilah Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.<sup>1</sup>

Menurut Irawan dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif penilaian pelanggan setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Sebagai mana yang disebutkan oleh Richard Oliver:

---

<sup>1</sup> (KBBI) Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan) Dikutip Dari <https://kbbi.web.id/layan>, Pada Hari Senin, Tanggal 07 November 2022, Pukul 13.40

“Kepuasan adalah respon dari pemenuhan dari pelanggan bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.<sup>2</sup>

Dalam kajian literature kepuasan pelanggan yang dilakukan Giese & Cote, mereka mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi (bahkan beberapa di antaranya saling tidak konsisten satu sama lain), kedua pakar dari Washington State University ini menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) respon tersebut menyangkut focus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri dari atas tiga komponen: respon menyangkut focus tertentu yang ditentukan pada waktu tertentu.<sup>3</sup>

Kotler menyatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya.

Mowen and Minor mengatakan kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh

---

<sup>2</sup> Ade Irma Suryani, S, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru” Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Unuversitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, 22

<sup>3</sup> Fandi Tjiptono Dan Gregorius Chandra, "*Service, Quality & Satisfaction*, Ed.III" Yogyakarta, Cv Andi Offset, 2011, 292

pelanggan atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.<sup>4</sup>

Kotler mengemukakan kepuasan pelanggan berkaitan dengan perasaan pelanggan setelah membeli barang atau jasa. Banyak pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan. Kotler mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Sedangkan Engel mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan.<sup>5</sup>

Ada 5 definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk (Cadotte, Woodruff & Jenkins).
- 2) Respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan (Tse & Wilton).

---

<sup>4</sup> Ivan Muttaqin, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang" Skripsi: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro 2013, 31

<sup>5</sup> Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis Dan Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu Tahun 2007, Bandung: Alfabeta, 2006, 157

- 3) Evaluasi purnabeli keseluruhan yang membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dengan ekspektasi pra-pembelian (Fornell).
- 4) Ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (customer requirement) (Hill, Brierley & MacDougall).
- 5) Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dipersepsikan dibandingkan dengan harapannya (Kotler).<sup>6</sup>

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidaknya seseorang yang muncul setelah apa yang didapatkan sesuai dengan harapannya.

#### **b. Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qana'ah. Kepuasan dalam Islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:<sup>7</sup>

- 1) Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal

---

<sup>6</sup> Fandi Tjiptono Dan Gregorius Chandra, "*Service, Quality & Satisfaction*, Ed.III" Yogyakarta, Cv Andi Offset, 2011, .169

<sup>7</sup> Fitriah Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand kalmias di Surabaya", JESSTT Vol. 2 No.4, April 2015, kolom 11, 327

- 2) Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
- 3) Tidak mengandung riba

Dalam menilai kepuasan dalam Islam perbandingan harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan syariah dengan kenyataan yang diterima. Maka sebuah perusahaan barang atau jasa harus melihat kinerja yang berkaitan dengan:

- 1) Sifat Qana'ah

Sifat qana'ah adalah salah satu ciri yang menunjukkan kesempurnaan iman, karena sifat ini menunjukkan keridhaan terhadap ketentuan pembagian rezeki.

- 2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa harga ataupun yang lainnya.

- 3) Benar (Lurus)

Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian dari pada orang munafik. Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh sebab itu,

salah satu pedagang yang terpenting dan diridhai Allah SWT ialah kebenaran.<sup>8</sup>

### c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan cara untuk koneksi dengan pelanggan, mempelajari tentang apa yang mereka inginkan, dan bagaimana hasil penilaian atau perasaan pelanggan terhadap perusahaan. Perasaan yang senang dapat memberi kemungkinan besar akan menjadi pelanggan setia. Berikut beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan:

1) *Complaint and suggestion system* (Sistem keluhan dan Saran).

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan system ini biasanya perusahaan membuka kotak saran dan menerimanya. Selain itu ada perusahaan yang memberi amplop yang ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik.

2) *Customer satisfaction surveys* (survey kepuasan pelanggan), dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.

3) *Ghost shopping* (pembeli bayangan), adalah salah satu cara memperoleh kepuasan pelanggan dengan cara mempekerjakan

---

<sup>8</sup> Asnawi Dan Masyhuri “*Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*”, Malang: UIN MALIKI PRESS 2011, 43.

beberapa orang untuk menjadi atau bersikap sebagai pembeli atau pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing perusahaan.

- 4) *Lost Customer Analysis* (Analisa Pelanggan Yang Lari), langganan yang hilang diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti dan pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bisa diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan merek.<sup>9</sup>

#### **d. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui.<sup>10</sup> Berikut ada 5 faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila nilai mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas

2) Kualitas pelayanan atau jasa

Pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan

---

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2014, 285

<sup>10</sup> Rosnaini Daga, Citra, *Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, Sulawesi Selatan: Global Research Institute, 2017, 78.

### 3) Emosi

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan merasa puas terhadap merek tertentu

### 4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan

### 5) Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

## e. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang diberikan dibanding dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan di bawah harapan maka hasilnya mereka tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang

diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Adapun indikatornya yaitu:<sup>11</sup>

- 1) Kesesuaian harapan
- 2) Minat untuk membeli produk
- 3) Merekomendasikan untuk membeli produk

## 2. Kualitas Pelayanan

### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.<sup>12</sup>

Layanan Prima adalah pelayanan yang memiliki ciri khas kualitas (*quality nice*). Ciri khas kualitas yang baik meliputi kemudahan, kecepatan, ketepatan, kehandalan dan empathy dari petugas pelayanan dalam pemberian dan penyampaian pelayanan kepada pelanggan yang berkesan kuat yang dapat langsung dirasakan pelanggan waktu itu dan saat itu juga.<sup>13</sup>

Definisi pelayanan menurut Gronroos, yaitu:

“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan

---

<sup>11</sup> Ririn Marisca Hasibuan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan”*Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS) Vol. 4 No. 3, Agustus 2021, 177.*

<sup>12</sup>(KBBI) Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan) Dikutip Dari <https://kbbi.web.id/layan>, Pada Hari Senin, Tanggal 07 November 2022, Pukul 13.40

<sup>13</sup> Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013,18

karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan pelanggan”<sup>14</sup>

Menurut Kotler, Hendro dan Syamswana definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan amstrong kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>15</sup>

Jadi, kualitas pelayanan adalah interaksi antara pelanggan dengan karyawan yang hasilnya dapat langsung dirasakan oleh pelanggan saat itu juga.

#### **b. Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam**

Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan. Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al- Qur'an dan Hadis.

Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami

---

<sup>14</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, cet.VII, Yogyakarta, Pustaka Belajar, 2010, 2.

<sup>15</sup> Meithiana Indrasari, *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019, 58-61.

perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.<sup>16</sup> Sebagaimana dijelaskan dalam Al Qur'an Surat At-Takaatsur ayat 1-5 yakni

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ كَلَّا لَوْ  
تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ

Artinya: “(1) Bermegah-megahan Telah melalaikan kamu (2) Sampai kamu masuk ke dalam kubur (3) Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) (4) Dan janganlah begitu, kelak kamu akan Mengetahui (5) Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang Yakin”. (QS. At-Takaatsur: 1-5).

Surat diatas menjelaskan tentang orang-orang yang lalai dari beribadah kepada Allah. Padahal ibadah itulah tujuan diciptakannya manusia. Yang dimaksud di sini adalah beribadah kepada Allah semata dan meninggalkan ibadah kepada selain Allah, mengenal-Nya dan mendahulukan cinta Allah dari lainnya.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah

---

<sup>16</sup> Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005, 601.

ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an Surat An-Nahl ayat 91, yaitu:<sup>17</sup>

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

Artinya: *“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu Telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”*. (QS. An-Nahl: 91)

Ayat yang menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janjijanji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan pelanggan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yang selalu menepati janji daripada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan. Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat menunjukkan pelaku bisnis yang profesional.

---

<sup>17</sup> Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005, 601.

### c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry terdapat lima dimensi utama yang disusun sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya sebagai berikut:

- 1) Keandalan (*Reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
- 3) Jaminan (*Assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- 4) Empati (*Empathy*), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

- 5) Bukti Fisik (*Tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.<sup>18</sup>

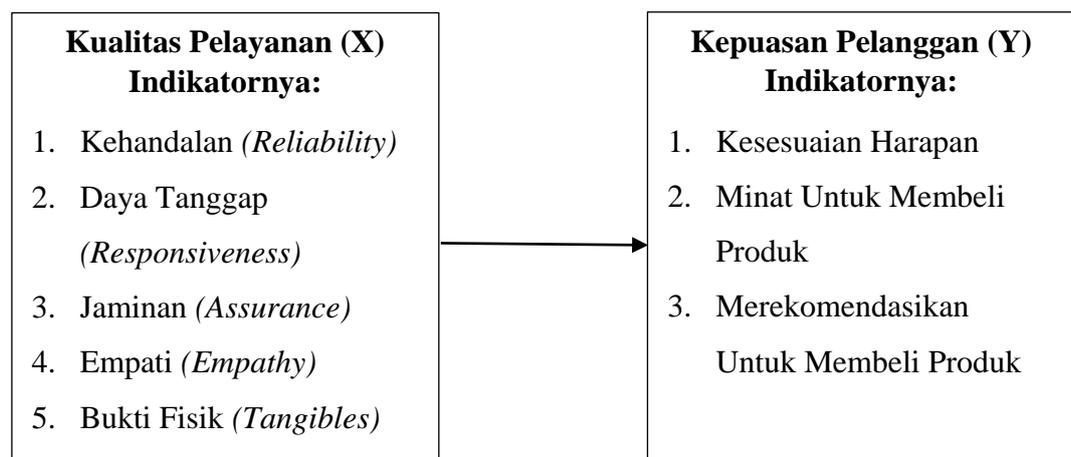
## B. Kerangka Berpikir

Kualitas pelayanan mempunyai lima indikator yaitu : Kehandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), Bukti Fisik (*Tangibles*) yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

Ketika kualitas pelayanan baik maka pelanggan akan puas, tetapi sebaliknya jika kualitas pelayanan tidak baik maka pelanggan tidak akan puas.

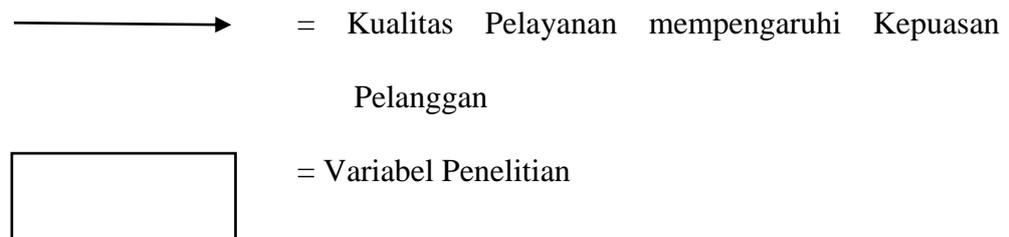
Dari penjelasan diatas maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut:

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo**



<sup>18</sup> Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu tahun 2007, Bandung: Alfabeta, 2006, 198.

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun keterangan kerangka berpikir pada gambar 2.1 adalah sebagai berikut:



### C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih. Pada penelitian kuantitatif, hipotesis lazim dituliskan dalam sub-sub tersendiri yaitu ada di Bab 2. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya pada Bab I, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

Ho : kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo

Ha : kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo. Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang berusaha memberikan pembuktian kebenaran fakta di lapangan dan dinilai secara ilmiah berdasarkan kerangka teoritis yang berkenaan dengan permasalahan yang di angkat dengan menggunakan angka dan hitungan.

#### **B. Definisi Oprasional Variabel**

Variable dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarrejo Batanghari Lampung Timur dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya.

Variable bebas (independent variabel) adalah kualitas pelayanan (X) dengan indikator sebagai berikut:<sup>1</sup>

1. Keandalan (*Reliability*)
2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
3. Jaminan (*Assurance*)

---

<sup>1</sup> Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis dari Jurnal *Strategic, Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu tahun 2007, Bandung: Alfabeta, 2006, 198.

4. Empati (*Empathy*)
5. Bukti fisik (*Tangibles*)

Variable terikat (dependent variable) adalah kepuasan pelanggan (Y) dengan indikator sebagai berikut:<sup>2</sup>

1. Kesesuaian harapan
2. Minat untuk membeli produk
3. Merekomendasikan untuk membeli produk

### **C. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling**

#### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>3</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah santri putri di Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an yang menjadi pelanggan di Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo Batanghari Lampung Timur. Adapun jumlah santri putri di Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an berjumlah 290.

---

<sup>2</sup> Ririn Marisca Hasibuan, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan" *Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS)* Vol. 4 No. 3, Agustus 2021, 177.

<sup>3</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B*, Alfabeta Bandung, Oktober 2013, 80.

## 2. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Arikunto sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>4</sup>

Untuk menentukan ukuran sampel dapat menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Dimana:

$n$  = Ukuran Sampel

$N$  = Populasi

$e$  = presentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilam sampel yang masih diinginkan (10%)

Diketahui jumlah populasi sebanyak 290 santri putri, maka perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\ &= \frac{290}{1 + (290 \times 10\% ^2)} \\ &= 74,35 \text{ diambil } 74 \end{aligned}$$

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang di ambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 74 reponden dengan taraf kesalahan 10%.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling*, yaitu suatu teknik penentuan sampel

---

<sup>4</sup> Suharsimi Arikunto, *Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017, 173.

berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dipakai sebagai sampel, jika dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sebagai sumber data.<sup>5</sup>

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode survey dan teknik pengumpulan data menggunakan angket yang diwujudkan dalam bentuk pernyataan.

Teknik mengumpulkan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengungkap atau menjangkir informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitian. Teknik mengumpulkan data dalam penelitian ini menggunakan angket tertutup yang berupa pernyataan tertulis, diberikan kepada responden untuk diisi sesuai dengan keadaan sebenarnya. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu. Pada skala Likert ini, responden menjawab pertanyaan-pernyataan peneliti dengan memberikan tanda silang (x) atau tanda ceklis (√), pada alternatif jawaban responden kemudian diberikan skor bilai, maka dapat diolah data kuantitatifnya. Pemberian bobot skor disusun dengan bertingkat yang konsisten. Jawaban yang tersedia tersebut dibuat skala dalam tingkatan:

---

<sup>5</sup> Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1 Yogyakarta, Literasi Media Publishing, Juni 2015, 74.

**Tabel 3.1**  
**Nilai Butir Pertanyaan**

Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasil yang lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga mudah diolah.<sup>6</sup> Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket tertutup yang harus diisi oleh santri Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an. Adapun kisi-kisi pernyataan yang akan digunakan dalam membuat angket dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3. 2**  
**Kisi Kisi Instrumen**

Variable X	Indikator	Butir Pertanyaan	Referensi
	1. Kehandalan ( <i>Reliability</i> )	a. Toko Taqwa Mulya Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan b. Toko Taqwa Mulya menyediakan barang lengkap c. Toko Taqwa Mulya memberikan pelayanan secara tepat sejak awal	Fandy Tjiptono, <i>Pemasaran Jasa</i> , ANDI Yogyakarta : 2014, 332
	2. Daya tanggap ( <i>Responsiveness</i> )	a. Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan	

<sup>6</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Administrasi Suatu Pendekatan Prektek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, 101.

Kualitas Pelayanan		<p>b. Karyawan yang tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat</p> <p>c. Layanan yang segera atau cepat dari karyawan toko</p>	Fandy Tjiptono, <i>Perspektif Manajemen &amp; Pemasaran Kontemporer</i> , ANDI Yogyakarta : 2000, 58
	3. Jaminan ( <i>Assurance</i> )	<p>a. Karyawan yang terpercaya</p> <p>b. Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap pelanggan</p> <p>c. Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan</p>	
	4. Empati ( <i>Empathy</i> )	<p>a. Waktu beroperasi yang cocok/nyaman bagi para pelanggan</p> <p>b. Karyawan yang memberikan perhatian personal</p> <p>c. Memperhatikan kepentingan setiap pelanggan</p>	
	5. Bukti fisik ( <i>Tangibles</i> )	<p>a. Ketersediaan barang yang dibutuhkan selalu ada</p> <p>b. Fasilitas fisik yang berdaya tarik</p> <p>c. Layout toko memudahkan pelanggan untuk bergerak didalam toko</p>	
Variable Y	Indikator	Butir Pernyataan/Pertanyaan	Referensi
Kepuasan Pelanggan	1. Kesesuaian harapan	Berdasarkan pengalaman anda seberapa puas anda dengan peralatan dan perlengkapan di Toko Taqwa Mulya	Ririn Marisca Hasibuan, " <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap</i>
	2. Minat untuk membeli produk	Kesediaan anda untuk berkunjung kembali	

	3. Merekomendasikan untuk membeli produk	Kesediaan anda untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Taqwa Mulya	<i>Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan"</i> Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS) Vol. 4 No. 3, Agustus 2021, 177
--	--	--	--

## F. Teknik Analisis Data

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:<sup>7</sup>

- 1) Berdasarkan signifikasi
  - a) Jika nilai signifikasi  $> 0,05$  maka item dinyatakan tidak valid
  - b) Jika nilai signifikasi  $< 0,05$  maka item dinyatakan valid
- 2) Berdasarkan nilai korelasi
  - a) Jika nilai  $r$  hitung  $< r$  tabel, maka item dinyatakan tidak valid

<sup>7</sup> Duwi Priyatno, *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 2016, 143-150.

b) Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka item dinyatakan valid

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji realibilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha. Metode pengambilan keputusan untuk uji realibilitas menggunakan batasan 0,6.<sup>8</sup>

**2. Uji Asumsi Dasar**

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis paramerik seperti korelasi Pearson mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas yang banyak digunakan yaitu dengan metode Uji Liliefors dengan Kolmogorov-Smirnov. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikasi (Asympg.sig)  $>$  0,05 maka data berdistribusi normal dan jika Signifikasi (Asympg.sig)  $<$  0,05 maka data tidak berdistribusi normal.<sup>9</sup>

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak. Apakah fungsi yang sudah

---

<sup>8</sup> *Ibid.*, 154-158

<sup>9</sup> *Ibid.*, 154-158

digunakan dalam suatu studi berbentuk linear. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris linear. Uji linearitas dilakukan dengan *Test For Linearity*. Metode pengambilan keputusan untuk uji linearitas yaitu jika nilai Sig.Deviation From Linearity  $> 0,05$ , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai Sig. Deviation From Linearity  $< 0,05$ , maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menguji apakah rata-rata antara tiga atau lebih kelompok data yang independen memiliki varian yang sama atau tidak. Uji ini biasanya sebagai prasyarat uji Independent Samples T Test dan One Way ANOVA. Metode pengambilan keputusan untuk uji homogenitas yaitu jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (varian sama) dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (varian berbeda).<sup>10</sup>

### 3. Pengujian Hipotesis

a. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Tujuan untuk menguji satu variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>11</sup> Untuk uji regresi linear sederhana memerlukan syarat yaitu untuk setiap item

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, 109-115

<sup>11</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013, 284.

item yang dimiliki itu harus valid dan reliabel kemudian normal dan linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linear sederhana dapat mengacu pada dua hal yaitu: jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , artinya variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , artinya variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

b. Uji t

Menurut wiratma uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Langkah-langkah menggunakan uji t, yaitu:<sup>12</sup>

1) Menentukan  $\alpha$

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$

2) Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

a) Jika probability value (sig)  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima

b) Jika probability value (sig)  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel-variabel independen. Semakin besar koefisien determinasinya, maka

---

<sup>12</sup> Teresia, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Industri Salon di Area Tajem Yogyakarta)", Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018, 43-44

semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dengan demikian regresi yang dihasilkan baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Sejarah Berdirinya Toko Tqwa Mulya 38B Banjarejo**

Awal mula berdirinya Toko Taqwa Mulya pada tanggal 05 Februari 2012 yang bertempat di jalan KH. Dewantara kompleks pertigaan 38B Lampung Timur dan memiliki cabang dilantai atas Blok e 1 no. 3 shopping center Metro dan lantai atas Blok f 1 no. 3 shopping center Metro. TokoTtaqwa Mulya menyediakan berbagai macam kebutuhan diantaranya oleh-oleh haji, perlengkapan haji, perlengkapan sholat, buku-buku pelajaran, buku agama, obat-obat herbal, busana anak-anak, busana muslim, sandal, sepatu dan lain-lain.

Sejarah berdirinya Toko Taqwa Mulya adalah ketika Bapak Nurhadi (pemilik toko) melihat kawasan 38B ini adalah tempat yang strategis. Kawasan ini dikelilingi oleh berbagai sekolah jenjang SD, SMP, dan SMA. Kawasan ini juga terdapat universitas dan institut yang cukup terkenal di Kota Metro. Kawasan yang terletak diperbatasan Kota Metro dan Lampung Timur ini cukup menarik perhatian masyarakat setempat sehinggal banyak masyarakat yang mendirikan usaha diwilayah ini. Bapak Nurhadi yang merupakan penduduk asli kawasan 38B ini juga tertarik untuk mendirikan usaha dikawasan tersebut.

Bapak Nurhadi ini mendirikan toko yang menjual berbagai macam kebutuhan masyarakat sekitar seperti: perlengkapan sekolah, alat rumah

tangga, sayur mayur, sandal, baju, mainan, dan lain lain. Toko ini dinamakan Toko Taqwa Mulya yang biasa disebut “TM”. Seiring berjalannya waktu, toko TM ini sangat eksis dan digandrungi oleh masyarakat sekitar. Harga yang terjangkau, tempat yang strategis, dan lengkapnya segala macam kebutuhan inilah yang menarik perhatian masyarakat untuk datang ke toko ini. Pembelinya pun dari berbagai macam kalangan usia, dari anak anak, remaja, sampai orang tua.

Tujuan Bapak Nurhadi mendirikan toko taqwa mulya adalah untuk membantu masyarakat, pelajar serta mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka.

## **2. Visi, Misi dan Tujuan**

### **a. Visi**

Menjadi perusahaan perdagangan yang aman dan percaya.

### **b. Misi**

Memberikan produk berkualitas dengan harga kompetitif dan bermanfaat demi memastikan kepuasan pelanggan menuju ridho Allah.

### **c. Tujuan**

- 1) Bermuamalah dengan cara yang halal untuk menggapai kebahagiaan dunia dan akhirat
- 2) Memberikan lapangan pekerjaan

### 3. Struktur Organisasi Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo

**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi Toko**



## B. Hasil Penelitian

### 1. Pengujian Kualitas Data

#### a. Uji Validitas

Uji validasi digunakan untuk mengetahui seberapa sermat suatu instrumen atau item-item dalam mengukur apa yang ingin diuku. Item angket yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya. Keseluruhan item variable penelitian mempunyai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel yaitu pada taraf signifikan 5% atau ( $\alpha = 0,05$ ) dan ( $n = 74-2 = 72$ ) diperoleh  $r$  tabel = 0,2287 maka dapat diperoleh  $r$  hitung tiap-tiap item  $>$  0,2287. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada tabel-tabel berikut:

## Kualitas Pelayanan (X)

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)**

Variable	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X01	0,544	0,2287	Valid
	X02	0,446	0,2287	Valid
	X03	0,438	0,2287	Valid
	X04	0,649	0,2287	Valid
	X05	0,643	0,2287	Valid
	X06	0,622	0,2287	Valid
	X07	0,527	0,2287	Valid
	X08	0,747	0,2287	Valid
	X09	0,631	0,2287	Valid
	X10	0,428	0,2287	Valid
	X11	0,565	0,2287	Valid
	X12	0,623	0,2287	Valid
	X13	0,599	0,2287	Valid
	X14	0,312	0,2287	Valid
	X15	0,540	0,2287	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

## Kepuasan Pelanggan (Y)

**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)**

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y01	0,734	0,2287	Valid
	Y02	0,778	0,2287	Valid
	Y03	0,798	0,2287	Valid

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel. Hal ini berarti bahwa semua item pertanyaan dapat digunakan pada keseluruhan model pengujian.

## b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejumlah mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Alpha Cronbach yang dimana suatu instrument penelitian dikatakan reliable, bila koefisien menggunakan batasan 0,6. Hasil uji realibilitas direkap pada tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Reabilitas**

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan	0,841	Reliable
2.	Kepuasan Pelanggan	0,653	Reliable

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan reliabel.

## 2. Uji Asumsi Dasar

### a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dengan tujuan melihat apakah suatu data terdistribusi dengan normal atau tidak. Uji normalitas data yang digunakan dalam bentuk penelitian ini adalah menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov Test. Dan dikatakan terdistribusi normal apabila

nilai signifikansi dari pengujian Kolmogorov-Smirnov Test  $> 0,05$  (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25070225
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.040
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Dari tabel 4.4 di atas dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test hanya dengan melihat nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada output SPSS 25. Dapat terlihat bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar  $0,200 > 0,05$  (5%), sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal. Maksudnya terdistribusi normal disini adalah data yang memiliki pola distribusi berbentuk lonceng dan simetris.

#### b. Uji Linearitas

Pengujian linearitas berfungsi untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Metode

pengambilan keputusan untuk uji linearitas yaitu jika nilai Sig.Deviation From Linearity  $> 0,05$ , maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika nilai Sig. Deviation From Linearity  $< 0,05$ , maka tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * KUALITAS PELAYANAN	Between Groups	(Combined)	87.941	22	3.997	2.665	.002
		Linearity	50.255	1	50.255	33.501	.000
		Deviation from Linearity	37.686	21	1.795	1.196	.294
	Within Groups		76.505	51	1.500		
	Total		164.446	73			

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikansi *deviation from linearity* sebesar  $0,294 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menguji apakah rata-rata antara tiga atau lebih kelompok data yang independen memiliki varian yang sama atau tidak. Metode pengambilan keputusan untuk uji homogenitas yaitu jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima (varian

sama) dan jika signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak (varian berbeda). Berikut ini disajikan hasil uji homogenitas data dari penelitian yang telah dilakukan:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Homogenitas Data**  
**Test of Homogeneity of Variances**  
Kualitas Pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.834	6	67	.548

Berdasarkan hasil output Test Of Homogeneity Of Variances diperoleh hasil Signifikansi sebesar 0,548. Oleh karena itu hasil Signifikansi lebih besar dari 0,05 maka distribusi data adalah homogen. Artinya sampel yang diambil dari populasi yang sama dapat mewakili dari jumlah populasi yang ada.

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Model Regresi Linier Sederhana

Pada penelitian ini, uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah dengan menggunakan model regresi linier sederhana. Hal ini dikarenakan pada penelitian ini peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Berikut disajikan hasil dari analisis regresi linier sederhana.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.255	1	50.255	31.687	.000 <sup>b</sup>
	Residual	114.191	72	1.586		
	Total	164.446	73			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Dari tabel diatas diketahui bahwa jumlah F hitung sebesar 31,687 dengan tingkat tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksikan variabel partisipasi atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Y), dengan ketentuan apabila tingkat signifikansi  $< \alpha$  (0, 05). Berikut tabel hasil uji t:

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.926	1.525		2.574	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.147	.026	.553	5.629	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan hasil Uji t di atas, dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima

atau ditolak didasarkan pada besarnya nilai signifikansi. Jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 maka hipotesis diterima. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo, diterima.

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinan (R) adalah sebuah koefisien yang menunjukkan seberapa besar persentase variabel–variabel independen. Hasil dari pengujian koefisien determinasi ini dapat dilihat pada bagian Adjusted R Square tabel model Summary. Berikut ini disajikan hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.296	1.259

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, dapat diketahui bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0, 553 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Nilai R Square sebesar 0, 306 yang berarti 30,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas

pelayanan. Sisanya sebesar 69,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

### **C. Pembahasan**

#### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B banjarejo**

Hasil perhitungan regresi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo. Dalam hal ini membuktikan bahwa salah satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan pelanggan. Setelah pelanggan merasa puas dengan produk dan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila pelanggan benar-benar telah merasa puas, pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan pelanggan akan bercerita kepada banyak orang bahwa perusahaan tersebut bagus dan akan bersedia untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di tempat yang sama. Maka dari itu, perusahaan dari sekarang harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan.

#### **2. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo**

Sesuai dengan hasil uji Koefisien Determinasi yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,553 yang artinya terdapat hubungan

yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Nilai R Square sebesar 0,306 yang berarti bahwa 30,6% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) yang dirasakan pelanggan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo. Akan tetapi pengaruh dari kualitas pelayanan tidak cukup kuat hanya sebesar 30,6% berarti untuk kepuasan pelanggan itu tidak banyak dipengaruhi dari kualitas pelayanan tetapi dari hal lainnya seperti dari harga atau dari jarak tempuh dari pondok pesantren sehingga santri dapat berbelanja di toko taqwa mulya ini.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan beberapa hal mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Taqwa Mulya 38B Banjarejo. Hasil penelitian diperoleh nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo, diterima.
2. Besar pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Taqwa Mulya 38B Banjarejo dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi bahwa koefisien korelasi (R) sebesar 0,553 yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen karena nilai R mendekati angka 1. Hal itu menunjukkan semakin besar nilai X maka semakin besar pula nilai Y. Nilai R Square sebesar 0,306 yang berarti 30,6% kepuasan pelanggan dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dirasakan mempunyai pengaruh yang kurang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

## **B. Saran**

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis yang diperoleh, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sehubungan telah dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Taqwa Mulya, maka diharapkan dapat dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo menjadi lebih baik.
2. Pelayanan yang diberikan selama ini kepada pelanggan agar selalu ditingkatkan agar pelanggan semakin puas dan percaya kepada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Apriansyah, Roky. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Volume Penjualan Pada PT.Prioritas Rengat," *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol.07 No.2, 2018.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Administrasi Suatu Pendekatan Prektek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Arikunto, Suharsimi. *Pengembangan Instrumen Penelitian Dan Penilaian Program*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2017.
- Aryani, Dwi dan Rosita, Febrina. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan," *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisas*, Vol.17 No.2, 2010.
- Asnawi Dan Masyhuri "*Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*", Malang: UIN MALIKI PRESS 2011.
- Daga, Citra, Rosnaini. *Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan*, Sulawesi Selatan: Global Research Institute, 2017.
- Febriani, Rezki. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)." Skripsi: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univeristas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017
- Gofur, Abdul. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol.04 No.1, Februari 2019.
- Indrasari, Meithiana. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Irma Suryani, S, Ade. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Pada PT. Asuransi Takaful Umum Cabang Pekanbaru" Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Unuversitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau
- KBBI Kamus Versi Online/Daring (Dalam Jaringan) Dikutip Dari <https://kbbi.web.id/layan>, Pada Hari Senin, Tanggal 07 November 2022, Pukul 13.40

- Kumpulan Artikel Hasil Penelitian Bisnis Dan Jurnal Strategic, *Manajemen Bisnis (Berbasis Hasil Penelitian)*, Cetakan Satu Tahun 2007, Bandung: Alfabeta, 2006
- Kusmiat, Siti. “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Koperasi ‘Koppi Maniez’ Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta).” Skripsi: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2015
- Marisca Hasibuan, Ririn. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cafe Vanilla Panyabungan”*Jurnal Misi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan (IPTS) Vol. 4 No. 3 Agustus 2021.*
- Muttaqin, Ivan. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang” Skripsi: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Unuversitas Diponegoro 2013
- Prasetio, Ari. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Management Analysis Journal*, Vol.01 No.4, Agustus 2012
- Priyatno, Duwi. *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 2016
- Rahmayanti, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013
- Rangkuti, Freddy. *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013.
- Ratminto dan Septi Winarsih, Atik. *Manajemen Pelayanan: Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen’s Charter dan Standar Pelayanan Minimal*, cet.VII, Yogyakarta, Pustaka Belajar, 2010.
- Reni, Dewi dan Asmawati, Sri. “Kualitas Pelayanan Frontliner Dan Kepuasan Nasabah”, *Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah*, No.2, Agustus 2016, kolom 5.
- Rohman, Abdur. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel Mr. Montir Citayam.” Skripsi: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2017
- Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Siyoto, Sandu dan Sodik, Ali, *Dasar Metodologi Penelitian*, Cetakan 1 Yogyakarta: Literasi Media Publishing, Juni 2015.

- Solahika Salma, Fitriah dan Tri Ratnasari, Ririn. "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand kalmias di Surabaya", JESSTT Vol. 2 No.4, April 2015 kolom 11
- Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&B, Alfabetta Bandung, Oktober 2013.
- Sulaksana, Wildan. "Wildan Sulaksana, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Yogyakarta', Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2017.
- Teresia, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen Industri Salon di Area Tajem Yogyakarta)", Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma, 2018
- Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005.
- Tjiptono, Fandi Dan Chandra, Gregorius. "*Service, Quality & Satisfaction*, Ed.III" Yogyakarta, CV Andi Offset, 2011
- Wawancara dengan Santri Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an Pada Tanggal 9 Februari 2023.

# 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; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iaim@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0391/In.28.1/J/TL.00/02/2023  
Lampiran :-  
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,  
Muhammad Hanafi Zuardi (Pembimbing 1)  
Muhammad Hanafi Zuardi (Pembimbing 2)  
di-

Tempat  
*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **NANDA KURNIA AYU**  
NPM : 1903010047  
Semester : 8 (Delapan)  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
  - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
  - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 22 Februari 2023  
Ketua Jurusan,



**Yudhistira Ardana**  
NIP 198906022020121011



**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 : B-0098/In.28/J/TL.01/01/2023  
Lampiran :-  
Perihal : **IZIN PRASURVEY**

Kepada Yth.,  
Pemilik Usaha Toko Taqwa Mulya  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dalam rangka penyelesaian Tugas Akhir/Skripsi, mohon kiranya Saudara berkenan memberikan izin kepada mahasiswa kami, atas nama :

Nama : **NANDA KURNIA AYU**  
NPM : 1903010047  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA  
38B BANJAREJO**

untuk melakukan prasurvey di Toko Taqwa Mulya, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi.

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 24 Januari 2023  
Ketua Jurusan,



**Dharma Setyawan MA**  
NIP 19880529 201503 1 005

# *Toko Taqwa Mulia*

Jln. Ki. Hajar Dewantara 38 B Banjarrejo  
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

Nomor : -  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Prsurvey

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan  
Di  
Tempat

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb*

Menanggapi surat *Izin Prsurvey* yang dikeluarkan oleh Ketua Jurusan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan surat nomor B-0098/In.28/J/TL.01/01/2023 tentang melaksanakan Prsurvey. Maka dengan ini kami berkenan memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan berikut ini :

Nama : NANDA KURNIA AYU  
NPM : 1903010047  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38b Banjarejo

Demikian surat ini kami sampaikan, agar digunakan sebagai mana mestinya.

*Wassalamualikum , Wr.Wb*





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

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

**SURAT TUGAS**

Nomor: B-0560/In.28/D.1/TL.01/03/2023

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

Nama : **NANDA KURNIA AYU**  
NPM : 1903010047  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO".
  2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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



Mengetahui,  
Pejabat Setempat

Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 07 Maret 2023

Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001



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

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

Nomor : B-0561/In.28/D.1/TL.00/03/2023  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
PEMILIK TOKO TAQWA MULYA  
38B BANJAREJO  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0560/In.28/D.1/TL.01/03/2023, tanggal 07 Maret 2023 atas nama saudara:

Nama : **NANDA KURNIA AYU**  
NPM : 1903010047  
Semester : 8 (Delapan)  
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO".

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

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 07 Maret 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Putri Swastika SE, M.IF**  
NIP 19861030 201801 2 001

# Toko Taqwa Mulia

Jln. Ki. Hajar Dewantara 38 B Banjarrejo  
Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur

Nomor : -  
Lampiran : -  
Perihal : Balasan Research

Kepada Yth.  
Ketua Jurusan  
Di  
Tempat

*Assalamu'alaikum, Wr.Wb*

Menanggapi surat *Izin Research* yang dikeluarkan oleh Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro dengan surat nomor B-0561/In.28/D.1/TL.00/03/2023 tentang melaksanakan *Research*. Maka dengan ini kami berkenan memberikan izin kepada mahasiswa yang bersangkutan berikut ini :

Nama : NANDA KURNIA AYU  
NPM : 1903010047  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38b Banjarejo

Demikian surat ini kami sampaikan, agar digunakan sebagai mana mestinya.

*Wassalamualikum , Wr.Wb*

Metro, 15 Maret 2023  
Pemilik,  
  
SITI BARIAH Ss



## **OUTLINE**

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

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

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **A. Kajian Teori**

1. Kepuasan Pelanggan
  - a. Pengertian Kepuasan Pelanggan
  - b. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam
  - c. Pengukuran Kepuasan Pelanggan
  - d. Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan
  - e. Indikator Kepuasan Pelanggan
2. Kualitas Pelayanan
  - a. Pengertian Kualitas Pelayanan
  - b. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam
  - c. Indikator Kualitas Pelayanan

### **B. Kerangka Berpikir**

### **C. Hipotesis Penelitian**

## **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Oprasional Variabel
- C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Instrumen Penelitian
- F. Teknik Analisis Data

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

1. Sejarah Berdirinya Toko Taqwa Mulya 38b Banjarejo
2. Visi, Misi Dan Tujuan
3. Struktur Organisasi Toko Taqwa Mulya

### **B. Hasil Penelitian**

1. Pengujian Kualitas Data
  - a. Uji Validitas
  - b. Uji Reabilitas

2. Uji Asumsi Dasar
  - a. Uji Normalitas
  - b. Uji Homogenitas
3. Pengujian Hipotesis
  - a. Model Regresi Sederhana
  - b. Uji t
- C. Pembahasan

## **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Dosen Pembimbing



**Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I**

**NIP. 19800718 200801 1 012**

Metro, 06 Maret 2023

Peneliti



**Nanda Kurnia Ayu**

**NPM. 1903010047**

## ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

### PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA TOKO TAQWA MULYA 38B BANJAREJO

#### A. Identitas Mahasiswa

1. Nama Santri:
2. Kelas:

#### B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pertanyaan dengan seksama
2. Berilah tanda ceklis (√) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan anda pada kolom yang disediakan

Keterangan:

Alternatif Jawaban	Skor Butir Soal
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

- C. Jawaban Anda sangat dijaga kerahasiaannya, hanya untuk kepentingan ilmiah saja bagi saya sebagai peneliti untuk menyelesaikan skripsi saya.

Contoh:

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternative Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk halal adalah pilihan saya	√				

Pertanyaan/Pernyataan Angket tentang Kualitas Pelayanan:

No	Pertanyaan/Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
<b>Indikator: Keandalan (<i>Reability</i>)</b>						
1	Toko Taqwa Mulya Memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan					
2	Toko Taqwa Mulya menyediakan barang lengkap					
3	Toko Taqwa Mulya memberikan pelayanan secara tepat sejak awal					
<b>Indikator: Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>						
1	Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan					
2	Karyawan yang tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat					
3	Layanan yang segera atau cepat dari karyawan toko					
<b>Indikator: Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
1	Karyawan yang terpercaya					
2	Karyawan yang selalu bersikap sopan terhadap pelanggan					
3	Karyawan yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan					
<b>Indikator: Empati (<i>Empathy</i>)</b>						
1	Waktu beroperasi yang cocok/nyaman bagi para pelanggan					
2	Karyawan yang memberikan					

	perhatian personal					
3	Memperhatikan kepentingan setiap pelanggan					
<b>Indikator: Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)</b>						
1	Ketersediaan barang yang dibutuhkan selalu ada					
2	Fasilitas fisik yang berdaya tarik					
3	Layout toko memudahkan pelanggan untuk bergerak didalam toko					

Pertanyaan/Pernyataan Angket tentang Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan/Pernyataan	Alternative Jawaban				
	SS	S	KS	TS	STS
<b>Indikator: Kesesuaian Harapan</b>					
Berdasarkan pengalaman anda seberapa puas anda dengan peralatan dan perlengkapan di Toko Taqwa Mulya					
<b>Indikator: Minat Untuk Membeli Produk</b>					
Kesediaan anda untuk berkunjung kembali					
<b>Indikator: Merekomendasikan Untuk Membeli Produk</b>					
Kesediaan anda untuk merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Toko Taqwa Mulya					

Dosen Pembimbing



Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I  
NIP. 19800718 200801 1 012

Metro, 06 Maret 2023  
Peneliti



Nanda Kurnia Ayu  
NPM. 1903010047



**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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nanda Kurnia Ayu  
NPM : 1903010047

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Selanj 28-03-23	- Ace / di mana saja - persiapkan semua persyaratan yang diajukan	

Dosen Pembimbing,

  
**Muhammad Hanaf Zuardi, S.H.I, M.S.I**  
NIP. 19800718 200801 1 012

Mahasiswa Ybs,

  
**Nanda Kurnia Ayu**  
NPM. 1903010047



**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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nanda Kurnia Ayu

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 1903010047

Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin/ 27-03-2023	- Perbaiki lagi redaksi kalimat pada point kesimpulan. Ekuivalen dengan pertanyaaan peneliti serta hasil analisis pembahasan.	

Dosen Pembimbing,

**Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I, M.S.I**

NIP. 19800718 200801 1 012

Mahasiswa Ybs,

**Nanda Kurnia Ayu**

NPM. 1903010047



**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](http://www.metrouniv.ac.id) E-mail: [iaimetro@metrouniv.ac.id](mailto:iaimetro@metrouniv.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Nanda Kurnia Ayu  
NPM : 1903010047

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI  
Semester / T A : VIII / 2023

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin 27-2-2023	- Buat referensi acuan terkait Rencana indikator yg sudah dibuat.	
2.	Senin 06-03-2023	- Ace 7 APD. an outline	

Dosen Pembimbing,

**Muhammad Hanafi Zuardi, S.H.I., M.S.I**  
NIP. 19800718 200801 1 012

Mahasiswa Ybs,

**Nanda Kurnia Ayu**  
NPM. 1903010047



**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.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-160/In.28/S/U.1/OT.01/03/2023**

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

Nama : NANDA KURNIA AYU  
NPM : 1903010047  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2022 / 2023 dengan nomor anggota 1903010047

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.



Metro, 30 Maret 2023  
Kepala Perpustakaan

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



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

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111  
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

---

**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Nanda Kurnia Ayu  
NPM : 1903010047  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Taqwa Mulya 38B Banjarejo** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 8%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro,  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



**Yudhistira Ardana, M.E.K.**  
NIP. 198906022020121011



	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X06	Pearson Correlation	.245*	.015	.448**	.411**	.591**	1	.456**	.500**	.271*	-.030	.188	.401**	.210	.122	.180	.622**
	Sig. (2-tailed)	.035	.896	.000	.000	.000		.000	.000	.020	.800	.108	.000	.072	.301	.126	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X07	Pearson Correlation	.317**	.052	.295*	.485**	.360**	.456**	1	.479**	.163	.029	.181	.195	.143	.046	.232*	.527**
	Sig. (2-tailed)	.006	.663	.011	.000	.002	.000		.000	.166	.804	.124	.095	.224	.696	.046	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X08	Pearson Correlation	.371**	.194	.203	.518**	.487**	.500**	.479**	1	.490**	.290*	.297*	.518**	.342**	.179	.300**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.001	.097	.083	.000	.000	.000	.000		.000	.012	.010	.000	.003	.127	.010	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X09	Pearson Correlation	.154	.243*	.231*	.248*	.321**	.271*	.163	.490**	1	.280*	.227	.565**	.387**	.244*	.390**	.631**
	Sig. (2-tailed)	.189	.037	.047	.033	.005	.020	.166	.000		.016	.052	.000	.001	.037	.001	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X10	Pearson Correlation	.311**	.267*	.223	.200	.169	-.030	.029	.290*	.280*	1	.211	.051	.379**	.142	.194	.428**
	Sig. (2-tailed)	.007	.022	.056	.087	.151	.800	.804	.012	.016		.071	.667	.001	.226	.098	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X11	Pearson Correlation	.375**	.281*	.084	.388**	.315**	.188	.181	.297*	.227	.211	1	.470**	.338**	-.005	.405**	.565**

	Sig. (2-tailed)	.001	.015	.477	.001	.006	.108	.124	.010	.052	.071		.000	.003	.966	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X12	Pearson	.247*	.142	.013	.406**	.368**	.401**	.195	.518**	.565**	.051	.470**	1	.369**	.017	.291*	.623**
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.034	.227	.915	.000	.001	.000	.095	.000	.000	.667	.000		.001	.885	.012	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X13	Pearson	.240*	.364**	.090	.159	.191	.210	.143	.342**	.387**	.379**	.338**	.369**	1	.155	.511**	.599**
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.039	.001	.448	.177	.104	.072	.224	.003	.001	.001	.003	.001		.186	.000	.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X14	Pearson	.028	.090	.286*	.115	.042	.122	.046	.179	.244*	.142	-.005	.017	.155	1	.220	.312**
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.812	.446	.013	.331	.721	.301	.696	.127	.037	.226	.966	.885	.186		.060	.007
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
X15	Pearson	.223	.225	-.020	.115	.222	.180	.232*	.300**	.390**	.194	.405**	.291*	.511**	.220	1	.540**
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.057	.054	.868	.329	.057	.126	.046	.010	.001	.098	.000	.012	.000	.060		.000
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74
TOT AL	Pearson	.544**	.446**	.438**	.649**	.643**	.622**	.527**	.747**	.631**	.428**	.565**	.623**	.599**	.312**	.540**	1
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	
	N	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74	74

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan

#### Correlations

		Y01	Y02	Y03	TOTAL
Y01	Pearson Correlation	1	.352**	.322**	.734**
	Sig. (2-tailed)		.002	.005	.000
	N	74	74	74	74
Y02	Pearson Correlation	.352**	1	.499**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000
	N	74	74	74	74
Y03	Pearson Correlation	.322**	.499**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000
	N	74	74	74	74
TOTAL	Pearson Correlation	.734**	.778**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	74	74	74	74

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## UJI RELIABILITAS X (Kualitas Pelayanan)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	15

## UJI RELIABILITAS Y (Kepuasan Pelanggan)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.653	3

## UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		74
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25070225
Most Extreme Differences	Absolute	.047
	Positive	.047
	Negative	-.040
Test Statistic		.047
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## UJI LINEARITAS

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN *	Between Groups	(Combined)	87.941	22	3.997	2.665	.002
		Linearity	50.255	1	50.255	33.501	.000
		Deviation from Linearity	37.686	21	1.795	1.196	.294
	Within Groups		76.505	51	1.500		
	Total		164.446	73			

## UJI HOMOGENITAS DATA

### Test of Homogeneity of Variances

#### Kualitas Pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.834	6	67	.548

## UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.255	1	50.255	31.687	.000 <sup>b</sup>
	Residual	114.191	72	1.586		
	Total	164.446	73			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

## UJI t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	3.926	1.525		2.574	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.147	.026	.553	5.629	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

## UJI KOEFISIEN DETERMINASI

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.553 <sup>a</sup>	.306	.296	1.259

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

Tabel r untuk df = 1 - 50

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

**Tabel r untuk df = 151 - 200**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
151	0.1335	0.1587	0.1879	0.2077	0.2635
152	0.1330	0.1582	0.1873	0.2070	0.2626
153	0.1326	0.1577	0.1867	0.2063	0.2618
154	0.1322	0.1572	0.1861	0.2057	0.2610
155	0.1318	0.1567	0.1855	0.2050	0.2602
156	0.1313	0.1562	0.1849	0.2044	0.2593
157	0.1309	0.1557	0.1844	0.2037	0.2585
158	0.1305	0.1552	0.1838	0.2031	0.2578
159	0.1301	0.1547	0.1832	0.2025	0.2570
160	0.1297	0.1543	0.1826	0.2019	0.2562
161	0.1293	0.1538	0.1821	0.2012	0.2554
162	0.1289	0.1533	0.1815	0.2006	0.2546
163	0.1285	0.1528	0.1810	0.2000	0.2539
164	0.1281	0.1524	0.1804	0.1994	0.2531
165	0.1277	0.1519	0.1799	0.1988	0.2524
166	0.1273	0.1515	0.1794	0.1982	0.2517
167	0.1270	0.1510	0.1788	0.1976	0.2509
168	0.1266	0.1506	0.1783	0.1971	0.2502
169	0.1262	0.1501	0.1778	0.1965	0.2495
170	0.1258	0.1497	0.1773	0.1959	0.2488
171	0.1255	0.1493	0.1768	0.1954	0.2481
172	0.1251	0.1488	0.1762	0.1948	0.2473
173	0.1247	0.1484	0.1757	0.1942	0.2467
174	0.1244	0.1480	0.1752	0.1937	0.2460
175	0.1240	0.1476	0.1747	0.1932	0.2453
176	0.1237	0.1471	0.1743	0.1926	0.2446
177	0.1233	0.1467	0.1738	0.1921	0.2439
178	0.1230	0.1463	0.1733	0.1915	0.2433
179	0.1226	0.1459	0.1728	0.1910	0.2426
180	0.1223	0.1455	0.1723	0.1905	0.2419
181	0.1220	0.1451	0.1719	0.1900	0.2413
182	0.1216	0.1447	0.1714	0.1895	0.2406
183	0.1213	0.1443	0.1709	0.1890	0.2400
184	0.1210	0.1439	0.1705	0.1884	0.2394
185	0.1207	0.1435	0.1700	0.1879	0.2387
186	0.1203	0.1432	0.1696	0.1874	0.2381
187	0.1200	0.1428	0.1691	0.1869	0.2375
188	0.1197	0.1424	0.1687	0.1865	0.2369
189	0.1194	0.1420	0.1682	0.1860	0.2363
190	0.1191	0.1417	0.1678	0.1855	0.2357
191	0.1188	0.1413	0.1674	0.1850	0.2351
192	0.1184	0.1409	0.1669	0.1845	0.2345
193	0.1181	0.1406	0.1665	0.1841	0.2339
194	0.1178	0.1402	0.1661	0.1836	0.2333
195	0.1175	0.1398	0.1657	0.1831	0.2327
196	0.1172	0.1395	0.1652	0.1827	0.2321
197	0.1169	0.1391	0.1648	0.1822	0.2315
198	0.1166	0.1388	0.1644	0.1818	0.2310
199	0.1164	0.1384	0.1640	0.1813	0.2304
200	0.1161	0.1381	0.1636	0.1809	0.2298

## DOKUMENTASI

Penyebaran angket pada santri Pondok Pesantren Hidayatul Qur'an







## RIWAYAT HIDUP



Peneliti bernama lengkap Nanda Kurnia Ayu dilahirkan di Kotabumi pada tanggal 23 September 2002 merupakan anak tunggal dari pasangan Bapak Sudarsono dan Ibu Kushayati. Peneliti menyelesaikan pendidikan formal di MI Miftahul Huda pada tahun 2007-2013, kemudian melanjutkan di SMP negeri 11 Kotabumi pada tahun 2013-2016, dan SMA negeri 2 Kotabumi tahun 2016-2019. Pada tahun 2019 peneliti tercatat sebagai mahasiswa S1 jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Metro Lampung melalui seleksi penerimaan mahasiswa baru jalur SPAN-PTKIN dengan jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.