

SKRIPSI

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU
DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)**

Oleh:

**ANITA SARI
NPM 1903010011**



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

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

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI
PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Oleh:

ANITA SARI

NPM 1903010011

Pembimbing : Lilis Renfiana, ME

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
Prihal : Pengajuan Munaqosyah

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

Assalamu'alaikum Wr.Wb

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

Nama : Anita Sari
Npm : 1903010011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU
DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha
Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)**

Telah kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk dimunaqosyahkan. Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, Mei 2023
Dosen Pembimbing



Lilis Renfiana, M.E
NIP. 199-40731202012203

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM
MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN
DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS
ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan
Metro Timur)**

Nama : Anita Sari

Npm : 1903010011

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syar'iah

MENYETUJUI

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

Metro, Mei 2023
Dosen Pembimbing



Lilis Renfiana, M.E
NIP. 19940731202012203



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

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 Alingmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507, Fax (0725) 47295 Website www.metro.univ.ac.id E-mail iainmetro@metro.univ.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No : B-2358 / In-28.3 / D / PP.00.9/06/2023

Skripsi dengan Judul: ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur), disusun oleh: ANITA SARI, NPM: 1903010011, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Senin/19 Juni 2023

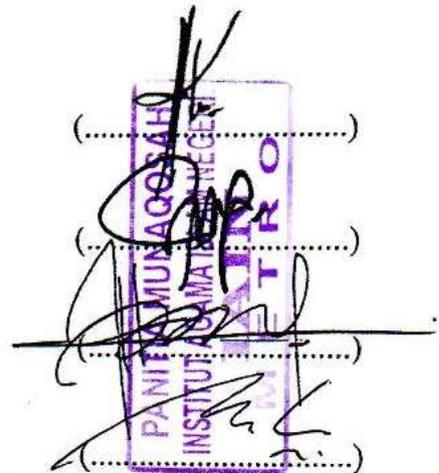
TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Lilis Renfiana, M.E

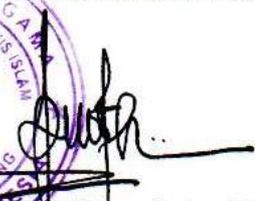
Penguji I : Muhammad Hanafi Zuardi, M.S.I

Penguji II : Hotman, M.E.Sy

Sekretaris : Nur Syamsiyah, M.E



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Sul Zulaikha, S.Ag, M.H
NIP. 19720611 199803 2 001

ABSTRAK

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)

**Oleh:
ANITA SARI
NPM. 1903010011**

Kualitas pelayanan merupakan strategi yang dapat dilakukan dalam mewujudkan keinginan dan harapan sehingga akan terciptanya kepuasan bagi konsumen. Jika kualitas pelayanan suatu unit usaha baik, maka minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut akan meningkat. Minat beli konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif bagi usaha bisnis untuk mencapai keberhasilan. Dalam berbisnis manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap tindakan bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan etika bisnis islam.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, dokumentasi dan observasi. Dalam hal ini wawancara dilakukan dengan pemilik Ayam Geprek, karyawan dan beberapa konsumen.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan dalam skripsi ini, maka dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan Ayam Geprek Agan 24 dalam meningkatkan minat beli konsumen sebanyak 100% untuk minat transaksional, 50% untuk minat refrensial, dan 0% untuk minat preferensial. Kemudian kualitas pelayanan yang dilakukan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P dalam meningkatkan minat beli konsumen sebanyak 100% untuk minat transaksional, 40% untuk minat refrensial, dan 0% untuk minat preferensial. Sementara kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif etika bisnis islam pada Ayam Geprek Agan 24 sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan/keadilan, kehendak bebas, tanggung jawab dan ihsan. Namun terdapat satu prinsip yang belum sesuai yaitu prinsip kesatuan/tauhid. Kemudian kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif etika bisnis islam pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P sudah sesuai dengan prinsip kehendak, tanggung jawab, dan ihsan. Namun pada prinsip keseimbangan/keadilan masih terdapat karyawan yang belum memenuhi seperti tidak melakukan senyum dan sapa kepada semua konsumen. Selain itu prinsip yang belum sesuai dengan etika bisnis islam yaitu kesatuan/tauhid.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Minat Beli, Etika Bisnis Islam*

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anita Sari
NPM : 1903010011
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, Mei 2023
Peneliti.



Anita Sari
NPM. 1903010011

MOTTO

لا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا ...

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”
(Q.S Al-Baqarah Ayat 286)

PERSEMBAHAN

Dengan hati yang tulus dan penuh rasa syukur yang tiada henti kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kemudahan dalam menyusun skripsi ini, dengan sepuh hati saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tuaku tercinta, Bapak Mardiono dan Ibu Katum yang selalu memberikan kasih sayangnya, terimakasih bapak ibu yang telah mendoakan, mendukung, serta berbagai bentuk pengorbanan dalam upaya penyelesaian studi.
2. Kakak dan keponakan yang ku sayangi, Yulia Afriani dan Shaka Arkan Wiratama yang telah memberi semangat dan doa selama penyelesaian skripsi ini.
3. Dosen pembimbing skripsiku, Ibu Lilis Renfiana, M.E yang berperan aktif dalam upaya penyelesaian penelitian ini dengan penuh tanggung jawab.
4. Sahabat-sahabatku yang telah memberikan doa dan semangat.
5. Almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi masukan bagi yang membacanya. Semoga Allah senantiasa melindungi dan memberi rahmat-Nya kepada kita, Aamiin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas nikmat dan ilmu yang dilimpahkan yakni berupa kesempatan untuk berkarya dalam sebuah penelitian. Proses ini dilakukan untuk penyusunan skripsi, sebagai syarat dalam upaya menyelesaikan pendidikan dengan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Tahapan ini dimaksudkan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Upaya penyelesaian skripsi ini, banyak pihak yang telah berkontribusi membantu dan membimbing. Sebagai salah satu rangkaian ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Siti Nurjanah, M.Ag, selaku Rektor IAIN Metro
2. Ibu Dr. Siti Zulaikha, S.Ag.M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Yudhistira Ardana, M.E.K, selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah
4. Lilis Renfiana, M.E, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, mengarahkan dan memberikan masukan untuk skripsi ini.
5. Seluruh bapak/ibu dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Namun peneliti menyadari, bahwa penyusunan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak untuk kesempurnaannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Metro, Mei 2023

Peneliti



Anita Sari

NPM. 1903010011

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pertanyaan Penelitian	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
1. Tujuan Penelitian	8
2. Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan	9
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. Kualitas Pelayanan	12
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
B. Minat Beli Konsumen	18
1. Pengertian Minat Beli	18

	2. Indikator Minat Beli	19
	3. Pengertian Konsumen	19
	4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Beli Konsumen	21
C.	Etika Bisnis Islam	23
	1. Pengertian Etika Bisnis Islam	23
	2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam	25
BAB III	METODE PENELITIAN	28
A.	Jenis dan Sifat Penelitian	28
B.	Sumber Data	29
C.	Teknik Pengumpulan Data	31
D.	Teknik Penjamin Keabsahan Data	34
E.	Teknik Analisis Data	35
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
A.	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
	1. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek Agan 24	39
	2. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	40
B.	Pelayanan di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	42
C.	Minat Beli Konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	70
D.	Penerapan Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	85
E.	Analisis Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	98
F.	Analisis Pelayanan diTinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P	103

BAB V	PENUTUP	107
	A. Kesimpulan	107
	B. Saran	109

BAGIAN AKHIR

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.4 Penelitian Relevan	10
Tabel 3.1 Purposive Sampling	29
Tabel 4.1 Profil Informan	40
Tabel 4.2 Minat Beli	98
Tabel 4.3 Minat Beli	101

DAFTAR LAMPIRAN

1. SK Pembimbing Skripsi
2. Surat Iizin Research
3. Surat Balasan Iizn Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Surat Uji Plagiasi Turnitin
7. APD
8. Outline
9. Formulir Kunsultasi Bimbingan Skripsi
10. Foto Dokumentasi
11. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era bisnis saat ini, persaingan bisnis berkembang begitu pesat, sehingga setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing dipasar. Kebutuhan manusia itu luas, kompleks, dan banyak.¹ Akhirnya timbul kebutuhan yang penting dan sangat spesifik yang disebut keinginan (*want*). Keinginan adalah bentuk asal dari kebutuhan manusia yang dibentuk oleh budaya dan pribadi seseorang.² Perusahaan yang ingin maju dan berkembang harus mampu menghadirkan produk yang baik dan berkualitas dengan nilai jual yang mampu bersaing dengan pasar, mengantarkan produk lebih cepat dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan strategi yang dapat dilakukan dalam mewujudkan keinginan dan harapan sehingga akan terciptanya kepuasan bagi konsumen. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang ada. Setelah konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diterima, konsumen akan membandingkan pelayanan yang ada, serta mereka akan membeli ulang di tempat yang sama atau bahkan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli ditempat yang

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

² *Ibid.*, 373.

sama pula. Oleh karena itu, perusahaan harus mulai mementingkan kualitas pelayanan yang ada didalamnya, karena kepuasan konsumen merupakan sesuatu yang berharga untuk keberlangsungan suatu perusahaan. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli, disamping harga, bentuk maupun kualitas produk.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh besar bagi kemajuan suatu perusahaan. Jika kualitas pelayanan suatu unit usaha baik, maka minat konsumen untuk datang ke tempat tersebut akan meningkat. Minat beli muncul karena adanya kesan positif dari diri konsumen atau calon konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan atau pengalaman dari yang sebelumnya.³ Minat beli konsumen yang tinggi akan membawa dampak positif bagi usaha bisnis untuk mencapai keberhasilan.⁴ Dalam berbisnis manusia diberi kebebasan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Namun manusia juga terikat dengan suatu etika sehingga tidak bebas mutlak dalam mengelola dan menggunakan sumber daya yang ada. Pembatasan ruang gerak yang ada yaitu dengan peraturan dan norma hendaknya dipahami sebagai sesuatu yang memelihara kebebasan yang telah dianugerahkan kepada manusia itu sebenarnya.⁵ Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan. Al-Qur'an sering kali

³ Masitha Adi Nirwana Putri, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen," *Penelitian Manajemen Terapan* Vol.3 No.2 (2018): 171.

⁴ Nuriman Amazihono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di UD. Elvin Kecamatan Lahusa", *Skripsi STIE Nias Selatan*, 2018.

⁵ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Fajar Interpratama, 2012), 12.

mengungkap bahwasannya pekerjaan dagang adalah sebuah pekerjaan yang paling menarik.⁶ Agama Islam mengajarkan kepada umatnya agar setiap tindakan bisnis yang dilakukan selalu berpedoman dengan kaidah-kaidah Islam. Hal ini dilakukan supaya masyarakat khususnya umat muslim tidak terjebak dalam hal yang dilarang oleh agama Islam.

Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an Surah surah Al-Isra ayat 84 yang berbunyi:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: “Katakanlah: Masing-masing bekerja menurut bentuknya (bakatnya), Maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya”. (QS. Al-Isra: 84)⁷

Pada ayat di atas dikemukakan bahwa setiap orang yang beramal dan berbuat sesuai kemampuannya. Artinya, seseorang harus bekerja dengan penuh ketekunan dan mencurahkan seluruh keahliannya. Jika seseorang bekerja sesuai dengan kemampuannya maka akan melahirkan hal-hal yang optimal. Melayani dengan sepenuh hati, tidak mengabaikan perintah serta aturan-aturan yang telah ditetapkan Allah SWT merupakan pelayanan yang Islami.

Kualitas pelayanan sendiri memiliki banyak dimensi, diantaranya adalah bukti fisik, kehandalan, keresponsifan, keyakinan, dan empati dalam

⁶ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005), 40.

⁷ Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Pentafsir Al Qur'an, *Al Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta, Maret 1971), QS. Al-Isra : 84

melayani.⁸ Sebagaimana pada penelitian Nila Sari Yunita, yang meneliti tentang analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan, yang terdiri dari aspek bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.⁹ Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pelayanan pembuatan SIM di Satlantas Medan sebagian besar mempunyai sikap Sangat Puas sebesar 22,9%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 20,0%, sikap Tidak Puas sebesar 20,0%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 20,0%. Kemudian pada penelitian yang dilakukan oleh Eka Marlana, yang meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen menggunakan jasa transportasi kereta api dalam perspektif ekonomi islam.¹⁰ Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen dalam menggunakan jasa transportasi kereta api di stasiun Tanjung Karang Bandar Lampung.

Senada dengan penelitian diatas, peneliti meneliti tentang Kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam pada usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P. Usaha yang pertama adalah Ayam geprek Agan 24, usaha ini didirikan oleh Almarhumah ibu Triana Rahayu Ningsih pada tanggal 14

⁸ Sehani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Rumah Makan di Warung Buk'de di Gomongmataram", *Skripsi UIN Mataram*, 2020.

⁹ Nila Sari Yunita, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)", *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018.

¹⁰ Eka Marlana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.

Agustus 2019. Kemudian usaha dilanjutkan oleh suami almarhumah yaitu bapak Romi Hasyim. Nama AGAN diambil dari nama chanel youtube bapak Romi Hasyim agar lebih bisa dikenal oleh masyarakat. Usaha ini sudah memiliki 2 cabang yang bertempat di 15A Iringmulyo Kec. Metro Timur di Jl. Ki Hajar Dewantara dan di Jl. Ahmad Yani. Ayam Geprek Agan 24 memiliki jumlah karyawan 4 orang. Usaha ini menyajikan menu nasi dan ayam geprek serta bonus es teh yang dibanderol dengan harga yang murah, yaitu dengan harga Rp 10.000 per bungkus ayam geprek.¹¹ Selain berjualan ditempat usaha ini juga berjualan online dengan jasa pelayanan GoFood dan MetroFood. Diperoleh sebuah data hasil wawancara singkat dengan pemilik Ayam Geprek Agan 24 bahwa jumlah konsumen yang membeli dalam satu hari lebih dari 70 konsumen, kemudian omset yang diperoleh adalah kurang lebih senilai Rp.180.000.000,- perbulan dengan rata-rata pendapatan perhari sekitar Rp.6.000.000,-.¹² Pelayanan pada Ayam Geprek Agan 24 sudah cukup baik, dibuktikan dari hasil wawancara kepada para konsumen yang banyak memberikan pendapat positif terhadap kualitas pelayanan. Namun masih terdapat konsumen yang memiliki persepsi berbeda mengenai keandalan dalam melayani konsumen yaitu karyawan masih kurang cepat jika sedang ramai pembeli. Seperti yang diungkapkan oleh konsumen yang bernama Maya, ia mengatakan:

Kalau untuk pelayanan mungkin karna ramai jadinya sedikit telat saat memberikan makanan. Pelayanannya kurang cepat, mungkin

¹¹ Romi Hasyim, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek Agan 24, 2 Februari 2023.

¹² *Ibid.*, 2023.

bisa ditambahkan karyawan. Waktu melayani nya itu sekitar 5-10 menitan jika sedang tidak ramai sekali.¹³

Usaha yang selanjutnya adalah Ayam geprek 3 saudara R.A.P. Usaha ini didirikan oleh tiga orang bersaudara yaitu Rina, Ani dan Pipit pada tanggal 20 Oktober 2021. Usaha ini menyajikan menu nasi dan ayam geprek serta bonus es teh yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong masyarakat. Usaha ini juga menerima pesanan nasi tumpeng, catering dan nasi kenduri. Selain berjualan di tempat, usaha ini juga berjualan menggunakan media sosial seperti instagram, GoFood dan GrabFood. Dalam proses penjualan usaha ini menentukan harga jual pada umumnya yaitu Rp 10.000 per bungkus ayam geprek.¹⁴ Dalam usaha ini memiliki karyawan 4 orang. Diperoleh sebuah data hasil wawancara singkat dengan pemilik Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P bahwa jumlah konsumen yang membeli dalam satu hari lebih dari 50 konsumen. Kemudian omset yang diperoleh kurang lebih Rp. 135.000.000,- perbulan dengan rata-rata pendapatan perhari Rp.4.500.000,-. Bahkan sampai menghabiskan ayam potong sebanyak 82,5 kg/hari.¹⁵ Namun nilai tersebut akan menjadi lebih besar ketika memasuki bulan-bulan tertentu, misalnya ketika tahun baru dan lain sebagainya. Pelayanan pada Ayam Geprek 3 Saudara sudah cukup baik, dibuktikan dari hasil wawancara kepada para konsumen yang banyak memberikan pendapat positif terhadap kualitas pelayanan. Meskipun terdapat konsumen yang memiliki persepsi berbeda pada dimensi bukti fisik yang menyatakan bahwa

¹³ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁴ Pipit Oktaviani, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 28 November 2022.

¹⁵ *Ibid.*, 2022.

penampilan karyawan sederhana dan kurang rapi dalam melayani konsumen. Selain itu dari tempat makannya masih kurang menarik. Seperti yang diungkapkann konsumen yang bernama Ayu, ia mengatakan:

Kalo saya sih melihat ya mbak..yang karyawan nya itu pakaian nya cuman sederhana, kurang rapi sih kalau misalkan dalam melayani pembeli. Tempat nya juga lumayan luas, tapi kalau bisa sih lebih dihias lagi atau gimana ya soalnya terlalu kaya ruko banget. Kurang menarik lah”.¹⁶

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian lebih dalam mengenai kualitas pelayanan pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara, pelayanan seperti apa yang dilakukan sehingga usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P memiliki omset dan jumlah konsumen yang tinggi dibandingkan usaha Ayam Geprek yang lain. Padahal kedua usaha Ayam Geprek tersebut belum lama berdiri. Dalam hal ini, maka peneliti akan mencoba untuk membahas lebih lanjut dengan judul **“ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)”**.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, yang menjadi pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen?

¹⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

2. Bagaimana Kualitas Pelayanan Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P Ditinjau Dari Perspektif Etika Binis Islam?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah pernyataan atau penegasan tentang segala hal yang ingin dicari atau ditentukan. Berdasarkan pertanyaan dan menganalisis penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.
- b. Mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P ditinjau dari Perspektif Etika Binis Islam.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan harapan memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis, tetapi juga bagi pihak-pihak lain. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan pada umumnya, civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya, terkait Kualitas Pelayanan Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3

Saudara R.A.P dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Etika Binis Islam.

b. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat di jadikan bahan bacaan tentang penerapan Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen.

Selain itu diharapkan dapat berguna bagi masyarakat dalam menentukan kualitas pelayanan untuk menarik minat beli konsumen dalam berbisnis, dan semoga dapat menjadi sumbangan pemikiran yang membangun bagi pihak usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P dalam menentukan kualitas pelayanan.

D. Penelitian Relevan

Peneliti memaparkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik yang dipilih, tujuannya untuk mengungkap perbedaan dan persamaan bidang penelitian, agar hal yang sama tidak terulang kembali. Adapun penelitian relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nila Sari Yunita¹⁷, Bangsa Herlambang¹⁸ dan Arif Rusdianto¹⁹, akan diuraikan sebagai berikut:

¹⁷ Nila Sari Yunita, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)”, *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018.

¹⁸ Bangsa Herlambang, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Latansa Futsal di Pekanbaru, *Skripsi Universitas Islam Riau*, 2021.

Tabel 1.1
Penelitian Relevan

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Nila Sari Yunita	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)	Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembuatan SIM di Satlantas Medan adalah Sangat Puas sebesar 22,9%, sikap Puas sebesar 17,1%, sikap Cukup Puas sebesar 20,0%, sikap Tidak Puas sebesar 20,0%, sikap Sangat Tidak Puas sebesar 20,0%..	Kualitas pelayanan	Pada penelitian peneliti membahas tentang : - Minat beli konsumen dan kajian etika bisnis islam. - Bersifat kualitatif
2.	Bangga Herlambang	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Latansa Futsal di Pekanbaru	Kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa lapangan di Latansa Futsal Pekanbaru.	Kualitas pelayanan	Pada penelitian peneliti membahas tentang : - Minat beli konsumen dan kajian etika bisnis islam. - Bersifat kualitatif

¹⁹ Arif Rusdianto, "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Komperatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)", *Skripsi IAIN Metro*, 2020.

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
3.	Arif Rusdianto	Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Komperatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)	Harga yang ada di Indomaret dan Alfamart itu cenderung tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sementara, pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	Kualitas pelayanan dan bersifat kualitatif	Pada penelitian peneliti membahas tentang minat beli konsumen dan kajian etika bisnis islam.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Maka untuk mengetahui sesuatu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya. Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosa kata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Istilah kualitas sendiri mengandung berbagai penafsiran, karena kualitas memiliki sejumlah level: *universal* (sama di manapun), *kultural* (tergantung sistem nilai budaya, sosial (dibentuk oleh kelas sosial ekonomi, kelompok etnis, keluarga, teman sepergaulan), dan *personal* (tergantung preferensi atau selera setiap individu.¹ Secara sederhana, kualitas bisa diartikan sebagai produk yang bebas cacat.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung. Pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku

¹ Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), 74.

anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.² Kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan.

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.³ Kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan. Kualitas pelayanan tidak dipandang berdasarkan sudut pandang produsen melainkan dari persepsi orang yang menerima pelayanan.

Keberhasilan pemasaran produk sangat ditentukan pula baik tidaknya pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produknya.⁴ Misalnya dengan memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lainnya.⁵ Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan juga memiliki hubungan yang erat dengan omset penjualan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk

² Hessel Nogi S, *Manajemen Publik* (Jakarta: Grasindo, 2005), 208.

³ Tjiptono and Chandra, *Pemasaran Strategik*, 77.

⁴ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012),

⁵ Kasmir, *Etika Customer Service* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), 2.

menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan omset penjualan disebabkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Pada akhirnya kualitas pelayanan dapat menciptakan kesetiaan pelanggan kepada perusahaan serta mendorong peningkatan omset penjualan.⁶ Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan:⁷

- a. Memiliki karyawan yang profesional khususnya yang berhadapan langsung dengan pelanggan.
- b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik yang dapat menunjang kelancaran penjualan produk ke pelanggan secara cepat dan tepat waktu.
- c. Tersedianya ragam produk yang diinginkan, artinya nasabah sekali berhenti dapat membeli beragam produk dengan kualitas produk dan pelayanan yang mereka inginkan.
- d. Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Dalam hal ini karyawan melayani pelanggan sampai tuntas.
- e. Mampu melayani secara cepat dan tepat, tentunya jika dibandingkan dengan pihak pesaing.

⁶ M. Rizki Sudirman, "Pengaruh Persepsi Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan D'Jombang Café", *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.

⁷ *Ibid.*, 3.

- f. Mampu berkomunikasi secara jelas, menyenangkan dan mampu menangkap keinginan dan kebutuhan pelanggan.
- g. Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi
- h. Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik tentang produk yang dijual dan pengetahuan umum lainnya.
- i. Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin dengan apa yang telah dilakukan perusahaan.

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

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

2. Dimensi Kualitas pelayanan

Kualitas suatu layanan dapat dinilai melalui dimensi-dimensinya. Karena jika kualitas layanan memiliki mutu yang tinggi maka dapat

memenuhi harapan para konsumen. Dimensi kualitas jasa menurut Kolter dan Keller dalam Donni Juni Priansa terdiri dari:⁸

a. Bukti fisik (*tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik, peralatan staf, dan fasilitas komunikasi. Bukti fisik yang dimaksud adalah benda berwujud dari suatu pelayanan dapat dilihat secara nyata oleh konsumen, misalnya saja dari penampilan dari seorang karyawan atau pedagang. Penampilan yang rapi dan bersih akan memberikan kesan yang baik serta diharapkan dapat menarik perhatian para konsumen.

b. Keandalan (*reliability*)

Reliability merupakan kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Sedangkan menurut Fandy Tjipjono keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.⁹ Berdasarkan teori tersebut, bahwa keandalan sebuah layanan yang diberikan oleh karyawan atau pedagang harus sesuai janji. Dengan memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji diharapkan pelayan atau pedagang tersebut bisa mendapatkan simpati dari konsumen atas ketepatan pelayanan yang diterima konsumen.

⁸ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2017), 56.

⁹ *Ibid.*, 70.

c. Keresponsifan (*responsiveness*)

Keresponsifan Merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. suatu pelayanan yang baik diharapkan terwujud apabila seorang pedagang atau karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat dalam membantu memenuhi keinginan konsumen. Semakin cepat seorang pedagang atau karyawan memberikan respon terhadap permintaan konsumen, maka semakin baik penilaian konsumen terhadap pelayanan yang diterima.

d. Keyakinan (*Confidence*)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "*assurance*". keyakinan dibutuhkan oleh konsumen untuk menciptakan rasa aman atas pelayanan yang diberikan. Jaminan atas pelayanan dapat diwujudkan dengan sikap atau tingkah laku yang baik dan keterampilan dari seorang pedagang atau karyawan dalam melayani konsumen yang nantinya diharapkan bisa menarik minat konsumen.

e. Empaty (*Empathy*)

Empaty berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan personilnya untuk merasakan apa yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Berry dan Parasuraman dalam Donni Juni Priansa, empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang

baik, perhatian dan memahami kebutuhan para kosumen.¹⁰ empati dapat dijadikan sebagai cara untuk memberikan pelayanan yang diharapkan dapat menarik hati konsumen. Pelayanan tersebut berupa tindakan yang diberikan oleh karyawan atau pedagang dalam memperhatikan dan memahami apa saja kebutuhan konsumen.

B. Minat Beli Konsumen

1. Pengertian Minat Beli

Minat beli merupakan rasa ketertarikan yang dialami oleh konsumen terhadap suatu produk (barang atau jasa) yang dipengaruhi oleh sikap diluar konsumen dan di dalamnya konsumen itu.¹¹ Minat beli sebagai suatu proses pengambilan keputusan yang dilakukan oleh konsumen atas produk yang ditawarkan atau yang dibutuhkan oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Keller, *Customer buying decision-all their experience in learning, choosing , using even disposing of a product.* Yang kurang lebih memiliki arti minat beli konsumen adalah sebuah perilaku konsumen dimana konsumen mempunyai keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk, berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan dan mengkonsumsi atau bahkan menginginkan

¹⁰ *Ibid.*, 57.

¹¹ Mahrum Ahmad Yani Harahap, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produksi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Masyarakat di Muhsin Distro Kota Lubuk Pakam", *Skripsi UIN Sumatera Utara*, 2019.

suatu produk.¹² Minat beli yaitu tahapan kecenderungan responden untuk bertindak sebelum kepuasan membeli benar-benar dilakukan.

Dari pengertian diatas, peneliti dapat menjelaskan bahwa minat beli merupakan suatu kecenderungan seseorang untuk bertindak dalam membeli atau memilih suatu produk. Sikap seorang konsumen terhadap minat beli merupakan suatu sikap tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan batinnya.

2. Indikator Minat Beli

Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:¹³

- a. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b. Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

3. Pengertian Konsumen

Istilah konsumen ini berasal dari alih bahasa dari kata *consumer* (Inggris-Amerika), atau *consumenten/konsument* (Belanda). Pengertian

¹² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Indeks, 2006), 181.

¹³ Gogi Kurniawan, *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*, Cet ke 1 (Mitra Abisatya, 2020), 50.

consumer dan *consument* ini hanya bergantung di mana posisi ia berada. Secara harfiah arti kata *consumer* itu adalah (lawan dari produsen), setiap orang yang menggunakan barang dan jasa. Tujuan penggunaan barang dan jasa itu nanti menentukan ternasuk konsumen kelompok mana pengguna tersebut, begitu pula *Kamus Besar Bahasa Indonesia* memberi arti kata *consumer* sebagai pemakai atau konsumen.

Konsumen umumnya diartikan sebagai pemakai terakhir dari produk yang diserahkan pada mereka, yaitu setiap orang yang mendapatkan barang untuk dipakai dan tidak untuk diperdagangkan atau diperjual belikan lagi.¹⁴ Pengertian konsumen menurut Philip Kotler dalam bukunya *Principles of Marketing* adalah semua individu dan rumah tangga yang membeli atau memperoleh barang atau Jasa untuk dikonsumsi pribadi. Konsumen itu sendiri dibedakan menjadi dua:

- a. Konsumen akhir adalah konsumen yang mengonsumsi secara langsung produk yang diperolehnya.
- b. Konsumen antara adalah konsumen yang memperoleh produk untuk memproduksi produk lainnya. Contoh: distributor, agen, dan pengecer.¹⁵

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan, bahwa konsumen adalah setiap individu atau kelompok yang menjadi pembeli atau pemakai akhir dari kepemilikan khusus, produk, atau pelayanan dan kegiatan, tanpa memperhatikan apabila ia berasal dari pedagang, pemasok, produsen

¹⁴ Rosmawati, *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Pertama (Depok: Prenadamedia Group, 2018), 2.

¹⁵ *Ibid.*, 3.

pribadi atau publik, atau apakah ia berbuat sendiri atautkah secara kolektif.

4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Beli Konsumen

Swasta dan irawan mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi minat membeli berhubungan dengan perasaan dan emosi, bila seseorang merasa senang dan puas dalam membeli barang, atau jasa maka hal itu akan memperkuat minat beli, ketidakpuasan biasanya menghilangkan minat.¹⁶ Ada tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya minat beli yaitu sebagai berikut:¹⁷

- a. Kualitas Pelayanan sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dalam rangka menciptakan minat beli pelanggan, pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan harus berkualitas.
- b. Kualitas Produk, dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Gaman dan Sherrington secara garis besar faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas makanan adalah sebagai berikut: Warna (kombinasi warna sangat membantu dalam selera makan konsumen), Penampilan (ungkapan *"looks good enough to eat"* bukanlah suatu ungkapan yang

¹⁶ Nurfaisah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjau Utara Kabupaten Sinjai", *Skripsi Universitas Negeri Makassa*, 2018

¹⁷ Abdul Rahman Shaleh, *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Prenada Media, 2004), 264.

berlebihan), Porsi (dalam setiap penyajian makanan sudah ditentukan porsi standarnya yang disebut *standard portion size*), Bentuk (bentuk makanan memainkan peranan penting dalam daya tarik mata), Temperatur (konsumen menyukai variasi temperatur yang didapatkan dari makanan satu dengan lainnya), Tekstur (tingkat tipis dan halus serta bentuk makanan dapat dirasakan lewat tekanan dan gerakan dari reseptor di mulut), Aroma (aroma adalah reaksi dari makanan yang akan mempengaruhi konsumen sebelum konsumen menikmati makanan, konsumen dapat mencium makanan tersebut), Tingkat kematangan (tingkat kematangan makanan akan mempengaruhi tekstur dari makanan), Rasa (titik perasa dari lidah adalah kemampuan mendeteksi dasar yaitu manis, asam, asin dan pahit).¹⁸

- c. Lokasi tempat berdirinya suatu usaha akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk konsumen untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Faktor lain yang mampu mempengaruhi perilaku konsumen atau munculnya minat beli konsumen, menurut Jin dan Kim adalah atribut dari suatu toko. Atribut toko menurut Jin dan Kim dapat diukur berdasarkan enam elemen berikut:¹⁹

¹⁸ Joko Bagio Santoso, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Konsumen Geprek Benua Rawamangun", *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol.16 No.01 (2019): 130

¹⁹ Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Dan Praktik* (Bandung: Pustaka Setia, 2015), 90.

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

C. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Etika berasal dari kata Yunani *ethos*, yang dalam bentuk jamaknya (*taetha*) berarti “adat istiadat” atau “kebiasaan”. Ada banyak definisi etika yang dikemukakan oleh para ahli, namun semuanya mengacu pada moralitas.²⁰ Sehingga etika dapat diterjemahkan sebagai

²⁰ Irham Fahmi, *Etika Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2013), 112.

bentuk tindakan dengan mendasarkan moral sebagai ukurannya. Moral dan ukurannya dapat dilihat dari berbagai segi, seperti segi agama, hati nurani, dan aturan-aturan yang tertulis maupun tidak tertulis. Dimana semua itu dijadikan pandangan dalam memahami lebih dalam tentang etika. Bisnis ialah suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan dan menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

Secara logika arti dari etika bisnis adalah penerapan etika dalam menjalankan kegiatan suatu bisnis. Tujuan bisnis yakni memperoleh keuntungan tetapi harus berdasarkan norma-norma hukum yang berlaku. Etika bisnis adalah aturan-aturan yang menegaskan suatu bisnis boleh bertindak dan tidak boleh bertindak, dimana aturan-aturan tersebut dapat bersumber dari aturan tertulis maupun aturan yang tidak tertulis.²¹ Etika bisnis sangat penting untuk mempertahankan loyalitas *stakeholders* dalam membuat keputusan-keputusan perusahaan dan dalam memecahkan persoalan perusahaan.

Berbisnis adalah bagian dari muamalah. Bisnis tidak terlepas dari hukum-hukum yang mengatur masalah muamalah karenanya, persaingan bebas yang menghalalkan segala cara merupakan praktik yang harus dihilangkan karena bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah islami.²² Etika bisnis dalam syari'at Islam adalah akhlak dalam menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, sehingga

²¹ *Ibid.*, 3.

²² Widjajakusuma Yusanto, *Menggagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), 93.

dalam melaksanakan bisnisnya tidak perlu ada kekhawatiran, sebab sudah diyakini sebagai sesuatu yang baik dan benar.²³ Etika bisnis Islam merupakan nilai-nilai etika Islam dalam aktifitas bisnis yang telah disajikan dari perspektif Al Qur'an dan hadist.

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

2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

Sejumlah aksioma dasar (hal yang sudah menjadi umum dan jelas kebenarannya) sudah dirumuskan dan dikembangkan oleh para sarjana muslim. Aksioma-aksioma ini merupakan turunan dari hasil penerjemahan kontemporer akan konsep-konsep fundamental dari nilai moral Islami.²⁴ Aksioma-aksioma tersebut adalah sebagai berikut:

a. *Unity* (Kesatuan/Tauhid)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya.²⁵ Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan yang maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai

²³ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 171.

²⁴ Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2012), 89.

²⁵ Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam," *El-Faqih* 5 (April 2019): 103.

khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan titah Allah.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan/Keadilan)

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

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

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

d. *Responsibility* (Tanggung Jawab)

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditas bisnis dalam islam, adalah amanah

Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan.²⁶ Kebebasan apapun yang terjadi tanpa batasan, pasti menuntut adanya pertanggungjawaban dan akuntabilitas.

e. *Benevolence (Ihsan)*

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

²⁶ *Ibid.*, 105.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah Penelitian Lapangan (*Field Research*). Penelitian lapangan yaitu peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.¹ Penelitian lapangan merupakan penelitian yang ditujukan langsung ke lokasi penelitian yang akan diteliti, yaitu di dalam suatu masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini menggambarkan secara jelas dan rinci kondisi yang ada yaitu dengan mencari dan mengklarifikasi informasi bahwa peneliti melihat fokus dari masalah yang telah ditentukan, dalam hal ini yaitu analisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam pada usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metodologi kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang

¹ Lexy J Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cett. I s.d. 38 (Bandung, 2018), 26.

dapat diamati.² Berdasarkan uraian diatas maka peneliti mengungkap Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Tinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam dan keadaan yang ada di tempat usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P.

B. Sumber Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak di ungkapkan, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data yang biasanya didapat melalui wawancara dan pengamatan oleh peneliti.³ Dalam penelitian ini sumber data primer diambil dengan menggunakan *Purposive Sampling* dan *Sampling Insidental*. *Purposive Sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu.⁴ Yaitu dengan cara pemilihan sample di mana peneliti mengambil subjek yang dianggap cukup mewakili, bukan berdasarkan strata tetapi didasarkan pada tujuan tertentu. Teknik sampling melalui *purposive sampling* 16 tempat usaha Ayam Geprek, namun hanya 2 tempat yang paling banyak omsetnya dari ke 16 tempat tersebut.

² *Ibid.*, 4.

³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, Cet ke 1 (Bandung: Alfabeta, 2013), 223.

⁴ Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi* (Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2019), 88.

Berdasarkan survey peneliti, kriteria-kriteria yang digunakan untuk menentukan 2 tempat tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Purposive Sampling

No	Kriteria	Nama
1.	Usaha khusus ayam geprek di Metro Timur	1. Agan 24 2. 3 Saudara R.A.P 3. Pawon Mamika 4. CIPA 5. Ojo lali 6. Bungsu 7. Warung Pojok 8. Rasya Gemoy 9. 46 10. ADKEYAZ 11. Simpang Tiga 12. M2M 13. 2R 14. Aisyah 15. Suka-Suka 16. KAIA
2.	Banyak omset perhari minimal Rp. 4.000.000,-. (Berdasarkan UU No 20 Tahun 2008 pasal 6)	1. Agan 24 (Rp. 6.000.000,-) 2. 3 Saudara R.A.P (Rp. 4.500.000,-)

Sumber: data diolah

Kemudian teknik *Sampling Insidental* merupakan teknik penentuan sampel yang berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁵ Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian langsung di Ayam Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P untuk mendapatkan

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 156.

data mengenai Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Tinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya. Data yang diperoleh dari data sekunder ini tidak perlu diolah lagi.⁶ Sumber yang tidak langsung memberikan data pada pengumpul data.

Adapun yang menjadi acuan sumber data sekunder dalam penelitian adalah buku-buku tentang *Manajemen Pemasaran* karya Sofyan Assauri, *Pemasaran Strategik* karya Fandy Tjiptono and Gregorius Chandra, *Etika Customer Service* karya Kasmir, *Manajemen Pemasaran Jasa* karya Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Metodologi Penelitian Kualitatif* karya Lexy J Moleong, dan lain sebagainya untuk mendukung penelitian ini.

C. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban

⁶ *Ibid.*, 89.

atas pertanyaan itu.⁷ Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian agar mendapatkan data yang valid dan detail.⁸ Ada beberapa macam wawancara, yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan tidak terstruktur.

Berdasarkan uraian di atas peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur adalah jenis wawancara yang sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*, di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.⁹ Tujuan wawancara ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan idenya.

Dalam hal ini wawancara semistruktur digunakan agar mengetahui lebih dalam tentang kualitas pelayanan yang diterapkan pada usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P di Kecamatan Metro Timur untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen di Tinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam. Kemudian peneliti akan melakukan wawancara kepada bapak Romi Hasyim dan ibu Pipit Oktaviani selaku pemilik Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3

⁷ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 186.

⁸ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 31.

⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017), 233.

Saudara R.A.P, Yoana Arista, Ria, ibu Rohana dan Rindi selaku karyawan dan konsumen di kedua usaha tersebut.

2. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen biasanya berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung ke data sekunder.

Dokumentasi ini digunakan untuk memperoleh keterangan dan informasi tentang pelayanan dari Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P. Dokumentasi yang dilakukan dalam penelitian ini berupa foto banner pemesanan produk melalui GoFood dan GrabFood serta harga produk.

3. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua di antara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.¹⁰ Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Observasi sendiri dibedakan menjadi observasi partisipan dan observasi nonpartisipan. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan

¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 235.

observasi nonpartisipan. Observasi nonpartisipan yaitu peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.¹¹

Dalam hal ini peneliti melakukan pengamatan ke tempat usaha ayam geprek 3 saudara dan ayam geprek agan 24 sebagai konsumen saat melakukan pembelian ditempat tersebut dengan bertujuan untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber.¹² Dengan demikian terdapat triangulasi sumber dan triangulasi teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.¹³ Dalam hal ini untuk menguji kredibilitas data tentang kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari

¹¹ *Ibid.*, 236.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 397.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 274.

perspektif etika bisnis islam pada usaha ayam geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, maka pengumpulan dan pengujian data yang diperoleh dilakukan ke pemilik usaha, karyawan dan konsumen.

2. Triangulasi Teknik

Triangulasi teknik untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.¹⁴ Dalam hal ini peneliti akan menggabungkan dan sekaligus menguji kredibilitas data yang telah diperoleh dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi dari kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam pada usaha ayam geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

E. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan bekerja dengan data, mengorganisir data, memilahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan dapat dipelajari, dan memutuskan apa yang akan diceritakan kepada orang lain.¹⁵ Data yang didapatkan tersebut dianalisis dengan cara berpikir induktif. Berpikir induktif adalah suatu cara berpikir dimulai dari fakta-fakta yang khusus dan konkret kemudian dari fakta tersebut ditarik kesimpulan. Berpikir induktif biasanya mengambil kesimpulan secara logis

¹⁴ *Ibid.*, 274.

¹⁵ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 248.

berdasarkan premis yang ditemukan. Premis adalah pemikiran dan landasan kesimpulan yang dianggap benar.

Dalam penelitian ini, peneliti membahas secara khusus tentang analisis kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam. Berdasarkan permasalahan yang ada kemudian ditarik kesimpulan-kesimpulan tentang bagaimana kualitas pelayanan usaha Ayam Geprek dalam meningkatkan minat beli konsumen.

Teknik analisis data yang digunakan dalam analisis kualitatif memiliki tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Tahapan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.¹⁶ Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan mereduksi data terkait kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

2. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan

¹⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, 405.

sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.¹⁷ Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan menyajikan data terkait dengan kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

3. Penarikan Kesimpulan

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi data dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara.¹⁸ Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan menyimpulkan tentang penelitian kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen ditinjau dari perspektif etika bisnis islam.

¹⁷ *Ibid.*, 408.

¹⁸ Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, 34.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kecamatan Metro Timur merupakan pemekaran dari Kecamatan Metro Raya berdasarkan Perda Kota Metro No. 25 Tahun 2000 Tentang Pemekaran Kelurahan dan Kecamatan di Kota Metro menjadi 5 Kecamatan yang meliputi 5 Kelurahan. Luas wilayah Kecamatan Metro Timur adalah 11,78 km². Letak Kecamatan Metro Timur berada di Kelurahan Iringmulyo. Jarak dari Kecamatan dengan pusat pemerintahan yaitu 2 km², jarak dari Kecamatan dengan pemerintahan Kota yaitu 2 km² dan jarak dari Kecamatan dengan Ibu Kota Propinsi yaitu 48 km².

Kecamatan Metro Timur secara administrasi terdiri dari 5 (lima) kelurahan yaitu: Kelurahan Tejosari, Kelurahan Tejoagung, Kelurahan Iring Mulyo, Kelurahan Yosodadi, dan Kelurahan Yosorejo.

Letak geografis dan wilayah administrasi Kecamatan Metro Timur memiliki batas-batas wilayah sebagai berikut :

1. Sebelah Utara yang berbatasan dengan Kecamatan Metro Pusat (Pool Damri Metro)
2. Sebelah Selatan yang berbatasan dengan Kecamatan Metro Selatan (Jembatan/Dam 26b)
3. Sebelah Timur yang berbatasan dengan Kabupaten Lampung Timur (Taman Ki Hajar Dewantara)

4. Sebelah Barat yang berbatasan dengan Kecamatan Metro Barat (Toko IndoMetro).

1. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek Agan 24

Ayam Geprek Agan 24 merupakan usaha yang didirikan oleh Almarhumah ibu Triana Rahayu Ningsih pada tanggal 14 Agustus 2019. Awal mula berdirinya Ayam Geprek Agan 24 adalah dalam upaya mengembangkan usaha online milik ibu Triana yang menjual seperti nasi goreng, ayam bakar dan lain-lain dengan menggunakan jasa kirim *deliveree*. Kemudian beliau mempunyai keinginan untuk membuka usaha toko didepan rumah, dimana toko tersebut merupakan milik ibu triana sendiri. Lokasi tersebut dipilih karena memang cukup strategis, dalam hal ini lokasi usaha tersebut terletak di jalan raya stadion tepatnya di Kecamatan Metro Timur Kelurahan Tejosari. Seiring berjalannya waktu usaha ini mulai berkembang dan hingga saat ini membuka cabang di Kota Metro. Setelah ibu Triana Rahayu Ningsih meninggal dunia pada tanggal 19 Januari 2023, usaha dilanjutkan oleh suami almarhumah yaitu bapak Romi Hasyim.

Nama AGAN sendiri diambil dari nama chanel youtube bapak Romi Hasyim agar lebih bisa dikenal oleh masyarakat. Ayam Geprek Agan memiliki 2 cabang yang bertempat di 15A Iringmulyo Kecamatan Metro Timur di Jl. Ki Hajar Dewantara dan di Jl. Ahmad Yani. Ayam Geprek Agan buka pada pukul 08.00 – 22.00 wib dan memiliki jumlah

karyawan 4 orang. Usaha ini menyajikan menu nasi dan ayam geprek serta bonus es teh yang dibanderol dengan harga yang murah, yaitu dengan harga Rp 10.000 per bungkus ayam geprek.¹ Selain berjualan ditempat usaha ini juga berjualan online dengan jasa pelayanan GoFood.

2. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

Ayam geprek 3 saudara R.A.P didirikan oleh tiga orang bersaudara yaitu Rina, Ani dan Pipit pada tanggal 20 Oktober 2021 yang pada saat ini di pimpin oleh ibu Pipit Oktaviani. Pada awal berdiri Ayam Geprek 3 Saudara mengalami banyak kendala seperti bahan pokok yang naik, masih sedikitnya konsumen dan hanya mampu membayar 1 orang karyawan. Seiring berjalannya waktu pada bulan April tahun 2022 Ayam Geprek 3 Saudara mulai berkembang hingga dikenal oleh banyak konsumen dan menambah 3 orang karyawan.

Ayam Geprek 3 Saudara merupakan usaha milik bersama, dimana toko tersebut bertempat di lahan pribadi salah satu pemilik yaitu di dipinggir jalan raya stadion tepatnya di dekat tugu bola Tejosari. Usaha ini buka pada pukul 09.00 - 22.00 wib. Ayam Geprek 3 Saudara menyajikan menu nasi dan ayam geprek serta bonus es teh yang dibanderol dengan harga yang murah dan bersahabat dengan kantong masyarakat. Selain itu terdapat minuman seperti kopi, nutrisari, goodday, dan es jeruk. Usaha ini juga menerima pesanan nasi tumpeng, catering dan nasi kenduri. Selain berjualan di tempat, usaha ini juga berjualan menggunakan media sosial

¹ Hasyim, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek Agan 24, 7 Februari 2023.

seperti instagram, GoFood dan GrabFood. Dalam proses penjualan usaha ini menentukan harga jual pada umumnya yaitu Rp 10.000 per bungkus ayam geprek.²

3. Profil Informan

Table 4.1
Profil Informan

No	Nama	Usia	Status
1.	Bapak Romi Hasyim	41 tahun	Pemilik Ayam Geprek Agan 24
2.	Ibu Pipit Oktaviani	35 tahun	Pemilik Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
3.	Yoana Arista	18 tahun	Karyawan Geprek Agan 24
4.	Ria	23 tahun	Karyawan Geprek Agan 24
5.	Rindi	23 tahun	Karyawan Geprek 3 Saudara
6.	Ibu Rohana	48 tahun	Karyawan Geprek 3 Saudara
7.	Henita	23 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
8.	Marisa	28 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
9.	Diah	23 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
10.	Maya	22 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
11.	Anisa Haniyah	18 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
12.	Susi	30 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
13.	Vina	24 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
14.	Rika	23 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
15.	Reza	20 tahun	Konsumen Geprek Agan 24
16.	Adit	20 tahun	Konsumen Geprek Agan

² Oktaviani, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 28 November 2022.

			24
17.	Yulia	27 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
18.	Anisa	25 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
19.	Ayu	18 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
20.	Eka Apriyani	26 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
21.	Putri Meli	20 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
22.	Ibu Mira	32 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
23.	Nia	22 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
24.	Sera	17 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
25.	Dini	17 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara
25.	Bapak Dedik	50 tahun	Konsumen Geprek 3 Saudara

Sumber: data diolah

B. Pelayanan di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

1. Ayam Geprek Agan 24

a. Bukti fisik (*Tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik dan peralatan staf. Bukti fisik yang dimaksud adalah benda berwujud dari suatu pelayanan dapat dilihat secara nyata oleh konsumen, misalnya saja penampilan dari seorang karyawan atau pedagang.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa tempat makan di usaha ini cukup luas, sejuk, bersih dan berada di *outdor*. Selain itu disediakan kran untuk cuci tangan beserta sabunya, banyaknya

meja dan kursi untuk konsumen, tempat parkir motor luas dan berada didalam area sehingga konsumen tidak merasa khawatir karena tidak adanya tukang parkir yang menjaga, namun belum adanya atap sehingga motor-motor konsumen masih kepanasan dan kehujanan. Kemudian dari penampilan karyawan cukup rapi, walaupun tidak berseragam namun pakaiannya bersih dan semua memakai hijab.

Hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Henita mengatakan bahwa:

Kalau untuk tempat memasak nya sih menurut aku, kalau dibilang menarik sih ya menarik sih. Cuman kalau dibilang terlalu bersih juga ga terlalu bersih banget, ya cuman kurang rapi aja. Nah kan ini terbuka kan ya..diliat sama yang beli kan jadi kelihatan banget cara masaknya segala macam, jadi menurut aku kalau emang untuk dapur sih kalau bisa lebih tertutup aja sih kan itu urusan belakang.³

Dalam hal ini berarti untuk tempat masak standar tidak terlalu bersih juga tidak terlalu kotor, namun kurang rapi dan tempat masaknya juga terbuka. Akan lebih baik jika urusan dapur lebih tertutup dan berada dibelakang. Wawancara selanjutnya disampaikan oleh konsumen yang bernama Marisa, ia mengatakan bahwa “Kalau menurut saya penampilan karyawan cukup rapi ya mbak. Kalau untuk tempat makannya sendiri enak ya nyaman lah, bisa milih mau pakai kursi apa lesehan juga ada”.⁴ Dalam hal ini berarti tempat makan di Ayam Geprek Agan 24 terasa nyaman dan untuk penampilan

³ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁴ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

karyawan juga rapi. Kemudian hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Diah, ia mengatakan:

Untuk tempat makannya sudah bersih dan cukup rapi. Terus untuk tempat makannya sendiri ya sudah menarik dan nyaman soalnya kan konsepnya di *outdor* jadi enak. Selain itu meja dan kursi nya juga lumayan banyak jadi bisa milih.⁵

Dalam hal ini berarti tempat makan rapi, bersih dan nyaman. Selain itu tempat makannya yang menarik dan memiliki konsep di luar ruangan, serta meja dan kursi juga lumayan banyak. Selanjutnya yaitu dengan Maya, ia mengatakan bahwa “Untuk penampilan karyawannya menurut saya sih rapi, bersih dan sopan. Terus fasilitas tempatnya dirumah makan ini nyaman, bersih dan sejuk. Selain itu tempatnya juga luas”.⁶ Dalam hal ini berarti untuk penampilan karyawan rapi, bersih dan sopan. Kemudian untuk fasilitas tempatnya bersih, sejuk, luas dan nyaman. Kemudian hasil wawancara dengan konsumen yang bernama Anisa Haniyah, ia mengatakan:

Menurut saya kalau dari tempat makan disini bersih dan nyaman. Terus ada kran tempat cuci tangannya juga dan tempat parkirnya aman lah ada didalam walaupun belum ada yang menjaga jadi gratis gak bayar mbak. Tapi sayangnya belum ada atap jadi motor masih kepanasan.⁷

Dalam hal ini berarti untuk tempat makan bersih dan nyaman. Selain itu juga terdapat kran tempat cuci tangan dan tempat parkir aman ada didalam walaupun belum ada yang menjaga. Namun tempat parkir belum adanya atap jadi motor konsumen masih kepanasan dan

⁵ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁶ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁷ Anisa Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 3 Mei 2023.

kehujanan. Kemudian menurut Susi, ia mengatakan bahwa “Menurut saya tempat disini nyaman dan bersih, terus penampilan karyawan juga rapi dan bersih”.⁸ Hal serupa dikatakan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Tempat makan disini bersih dan rapi juga. Terus berada diluar jadi nyaman. Selain itu karyawan nya juga berpaikan rapi”.⁹ Berikutnya menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Untuk tempat makan nyaman dan bersih, terus penampilan karyawan juga rapi kok”.¹⁰ Selanjutnya menurut konsumen yang bernama Reza, ia mengatakan bahwa “Tempatnya nyaman terus meja dan kursinya juga banyak. Kalau penampilan karyawan rapi dan bersih juga”.¹¹ Kemudian wawancara terakhir dengan konsumen yang bernama Adit, ia mengatakan bahwa “Tempat makannya luas dan nyaman mbak, terus karyawannya juga rapi kok pada pakai hijab semua”.¹² Dalam hal ini berarti tempat makan di Ayam Geprek Agan 24 dalam keadaan bersih, luas dan nyaman. Dari penampilan karyawan, karyawan berpenampilan rapi dan bersih.

b. Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Sedangkan menurut Fandy Tjipjono keandalan yaitu kemampuan

⁸ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

⁹ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁰ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

¹¹ Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹² Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa kehandalan pada Ayam Geprek Agan 24 sudah cukup cepat dalam melayani konsumen. Namun terkadang lama saat ramai-ramainya konsumen yang datang.

Hasil wawancara kepada konsumen Ayam Geprek Agan 24 yaitu Henita, ia mengatakan bahwa “Kalau untuk kecepatan lumayan sih, maksudnya enggak yang kita menunggu lama banget itu enggak. Cepet sih, enggak lama kok”.¹³ Dalam hal ini berarti untuk kecepatan melayani konsumen lumayan, tidak harus menunggu lama. Hal serupa disampaikan oleh Marisa yang mengatakan bahwa “Sama sih ya mbak dengan pendapat Henita tadi, enggak lama juga enggak cepet. Intinya ya cepet kalau enggak rame”.¹⁴ Wawancara selanjutnya disampaikan oleh Diah, yang mengatakan bahwa “Menurut aku untuk kecepatan nya lumayan cepat, kaya ini tadi cepat karna mungkin sedang sepi cuman ada berapa ini yang beli. Tapi kalau sedang rame mungkin beda lagi”.¹⁵ Dalam hal ini berarti untuk kecepatan karyawan dalam melayani konsumen lumayan cepat, namun berbeda jika konsumen sedang ramai. Selanjutnya wawancara dengan Maya, ia mengatakan:

Kalau untuk pelayanan mungkin karna ramai jadinya sedikit telat saat memberikan makanan. Pelayanannya kurang cepat,

¹³ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁴ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁵ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

mungkin bisa ditambahkan karyawan. Waktu melayani nya itu sekitar 5-10 menitan jika sedang tidak ramai sekali.¹⁶

Dalam hal ini berarti untuk pelayanan nya lumayan lama jika sedang ramai. Waktu untuk pemesanan sekitar 5-10 menitan.

Kemudian hasil wawancara dengan Anisa Haniyah, yang mengatakan:

Untuk pelayanan lumayan cepat yaa..tapi aku pernah pas beli untuk dibawa pulang itu lumayan lama, kata karyawan nya ayam geprek nya habis masih goreng jadi aku harus nunggu dulu. Tapi ya puas kok aku mbak.¹⁷

Dalam hal ini berarti untuk pelayanan atau mengantarkan ayam geprek ke konsumen lumayan cepat. Namun ia pernah saat membeli untuk dibawa pulang, lumayan lama karena pas kehabisan ayam yang sudah digoreng. Jadi harus menunggu sampai ayam gepreknya matang, namun ia menuturkan bahwa membeli ayam geprek di Agan 24 puas. Berikutnya hasil wawancara dengan Susi, ia mengatakan bahwa “Kecepatan karyawan dalam melayani lumayan cepat kok mbak”.¹⁸ Hal serupa juga disampaikan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Pelayanan lumayan cepat mbak, tidak lama-sekali”.¹⁹ Berikutnya menurut konsumen yang bernama Rika, ia mengatakan bahwa “Pelayanan lumayan lama sih, kadang sampai 10 menit lebih kalo ramai”.²⁰ Selanjutnya menurut Reza, ia mengatakan bahwa “Soal kecepatan kadang lama kadang juga cepat mbak, tidak

¹⁶ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁷ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹⁸ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹⁹ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

²⁰ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

mentu”.²¹ Kemudian wawancara terakhir kepada Adit, ia mengatakan bahwa “Kecepatan melayani lumayan lama mbak, paling ya sekitar 10 menitan”.²² Dalam hal ini berarti, kecepatan dalam melayani lumayan lama, dengan waktu sekitar 10 menit.

c. Keresponsifan (*responsiveness*)

Keresponsifan merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. suatu pelayanan yang baik diharapkan terwujud apabila seorang pedagang atau karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat dalam membantu memenuhi keinginan konsumen.

Dari hasil pengamatan peneliti bahwa karyawan pada Ayam Geprek Agan 24 sudah memberikan respon yang baik kepada konsumen-konsumennya. Seperti halnya menerima permintaan dari konsumen dengan baik, saat ada konsumen yang meminta sambal lebih banyak.

Dari hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Henita, ia mengatakan bahwa “Untuk responnya baik mbak..kalau kita pesan gitu langsung dijawab iyaa dibuatkan tunggu dulu sebentar”.²³

Hal serupa dikatakan oleh Marisa, ia mengatakan:

Responnya baik sih mbak..kalo kita pesen gitu lewat WA ya langsung dijawab iyaa nanti diantar. Gitu mbak karna kan kalau lagi males kesini kita lebih milih pesan online, terus udh punya nomer karyawan nya juga sih.²⁴

²¹ Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

²² Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

²³ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

²⁴ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

Kemudian hasil wawancara dengan Diah, ia mengatakan bahwa “Menurut aku respon karyawan baik mbak, eem karyawan langsung menerima pesanan kita dengan baik. Kaya kita tadi minta sambel yang lumayan banyak ya dikasih banyak. Jadi karyawan juga enggak pelit mbak hehe”.²⁵

Dalam hal ini berarti karyawan memiliki respon dan ketanggapan yang baik. Seperti menerima permintaan konsumen saat meminta sambal yang lebih banyak, karyawan memberikan permintaan tersebut. Selanjutnya menurut Maya yang mengatakan bahwa “Kalau menurut saya sih tanggap juga mereka..langsung gercep kalau pas saya pesan gitu. Responnya baik dengan memberikan senyuman gitu kadang ya ngajak ngobrol mbak-mbaknya itu hehe”.²⁶ Kemudian hasil wawancara dengan Anisa Haniyah, Ia mengatakan:

Responnya baik untuk karyawan yang disini. Kadang kalau lagi nunggu gitu kan aku ngajak ngobrol karyawannya dan dijawab dengan baik. Biasanya kan ada karyawan yang enggak ngerespon dengan baik gitu terus kalau diajak ngomong juga nyambung, tanggap orangnya.²⁷

Dalam hal ini berarti karyawan memiliki respon yang baik terhadap konsumen. Bahkan saat konsumen mengajak ngobrol saat menunggu pesanan jadi, karyawan merespon dengan baik dan juga tanggap jika diajak komunikasi. Kemudian hasil wawancara dengan

²⁵ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

²⁶ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

²⁷ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 3 Mei 2023.

Susi, ia mengatakan bahwa “Respon karyawan dan ketanggapannya baik, datang langsung dibuatkan tanpa diabaikan”.²⁸ Dalam hal ini berarti karyawan memiliki respon dan ketanggapan yang baik, jika ada konsumen langsung dibuatkan tanpa diabaikan. Selanjutnya menurut Vina, ia mengatakan bahwa “Karyawan tanggap kok mbak, responnya juga baik kalau kita membeli”.²⁹ Hal serupa disampaikan oleh Rika, ia mengatakan bahwa respon karyawan baik juga tanggap”.³⁰ Menurut Reza, ia mengatakan bahwa “Karyawan memberikan respon yang baik dan tanggap juga, misal dalam menjual itu langsung mudeng apa yang konsumen sampaikan”.³¹ Kemudian terakhir menurut Adit, ia mengatakan bahwa “Respon karyawan baik dan cukup tanggap”.³² Dalam hal ini berarti, respon dan ketanggapan karyawan sudah baik dalam melayani konsumen. karyawan langsung paham apa yang disampaikan oleh konsumen saat memesan.

d. Keyakinan (*confidence*)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”. Jaminan atas pelayanan dapat diwujudkan dengan sikap atau tingkah laku yang baik dan keterampilan dari seorang pedagang atau karyawan dalam melayani konsumen yang nantinya diharapkan bisa menarik minat konsumen.

²⁸ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

²⁹ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023 .

³⁰ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

³¹ Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

³² Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek Agan 24, bahwa kualitas keyakinan atau tingkah laku dari karyawan sudah baik. Karyawan selalu bersikap ramah, sopan dan menyapa kepada konsumen yang datang.

Dari hasil wawancara kepada konsumen Ayam Geprek Agan 24 yaitu Henita, yang mengatakan bahwa “Sikapnya enak sih mbak, orang-orangnya juga enak dan ramah. Kita juga sama karyawan disini udh akrab, kaya temen sendiri”.³³ Hal serupa disampaikan oleh Marisa, yang mengatakan bahwa “Karyawan enak-enak mbak, kita juga udah akrab. Bahkan pas kita sampai disini langsung disapa sama mereka”.³⁴ Dalam hal ini berarti untuk karyawan bersikap baik dan ramah. Bahkan ia sudah mengenal baik dengan karyawan. Selanjutnya hasil wawancara dengan Diah, yang mengatakan bahwa Sikap dan tingkah laku karyawan baik, ramah juga. Intinya seneng lah mbak kalau karyawan nya ramah kita konsumen juga seneng”.³⁵ Dalam hal ini berarti karyawan memiliki sikap baik dan ramah. Sehingga konsumen akan senang apabila karyawan memiliki sikap yang baik dan ramah. Selanjutnya hasil wawancara dengan Maya, ia mengatakan bahwa “Sikapnya santun juga pelayanannya sopan dan ramah”.³⁶ Kemudian hasil wawancara dengan konsumen yang bernama Anisa Haniyah, ia mengatakan bahwa “Sikap karyawan lumayan sih mbak,

³³ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

³⁴ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

³⁵ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

³⁶ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

ramah-ramah dan sopan juga. Kalau aku datang gitu karyawan langsung senyum dan langsung ditanyain beli berapa”.³⁷ Dalam hal ini berarti untuk karyawan di Agan 24 bersikap baik dan ramah. Karyawan langsung menyapa dan senyum apabila ada konsumen yang baru saja datang.

Kemudian menurut konsumen yang bernama Susi, ia mengatakan bahwa “Sikap karyawannya semua ramah dan sopan”.³⁸ Hal serupa juga disampaikan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Karyawan ramah, sopan, dan juga senyum kalau kita baru aja datang mbak”.³⁹ Selanjutnya menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Menurut aku sikap karyawan baik, ramah, dan menyapa kalau kita datang gitu. Tidak cuman diem aja”.⁴⁰ Menurut Reza, ia mengatakan bahwa “Karyawannya baik-baik mbak, ramah terus intinya tidak sombong”.⁴¹ Kemudian terakhir menurut konsumen yang bernama Adit, ia mengatakan bahwa “Sikap dan tingkah laku karyawan semuanya baik, sopan dan enggak sombong sih menurut saya”.⁴² Dalam hal ini berarti, karyawan di Ayam geprek Agan 24 memiliki sikap dan tingkah laku yang ramah, sopan, senyum dan menyapa konsumen apabila baru saja datang untuk membeli ayam geprek.

³⁷ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

³⁸ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

³⁹ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁴⁰ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

⁴¹ Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

⁴² Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

e. Empaty (*Empathy*)

Empaty berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan personilnya untuk merasakan apa yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Berry dan Parasuraman dalam Donni Juni Priansa, empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan para kosumen.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek Agan 24, bahwa karyawan sudah memiliki rasa empaty yaitu dengan menawarkan Ayam Geprek bagian dada atau paha yang akan dipesan konsumen. Selain itu, karyawan mempersilahkan konsumen untuk duduk terlebih dahulu saat menunggu sampai pesanan jadi. Dengan begitu konsumen akan merasa diperhatikan dalam membeli Ayam Geprek.

Dari hasil wawancara oleh konsumen yang bernama Henita, ia mengatakan bahwa “Sebenarnya tidak ditawarkan soal ayamnya saat membeli disini, tapi kalau saya lagi sibuk terus pesan lewat whatsApp langsung diantarkan tanpa biaya ongkos kirim. Baik jauh ataupun dekat.⁴³ Dalam hal ini karyawan sudah perhatian dengan konsumen, yaitu dengan mengantarkan pesananan melalui whatsApp , bahkan tanpa ongkos baik dekat ataupun jauh. Selanjutnya menurut Marisa, ia mengatakan bahwa “Karyawan disini bersifat simpati dan bersahabat kok mbak dengan konsumen. Misal pas kita butuh sabun cuci tangan,

⁴³ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

langsung diambilkan malah dikasih lapnya sekalian”.⁴⁴ Dalam hal ini karyawan bersifat simpati dan bersahabat dengan konsumen. Seperti memberikan sabun cuci tangan dan lap untuk konsumen yang sudah selesai makan.

Kemudian menurut Anisa Haniyah, ia mengatakan bahwa “Perhatian karyawan cukup baik. Karyawan mengerti keinginan dan kebutuhan konsumen saat membeli disini. Kaya pas aku lagi pesen banyak dibantu membawa sampai keluar dimotor”.⁴⁵ Menurut Diah, ia mengatakan bahwa “Karyawan cukup peka dan perhatian kepada konsumen. Ditanyain mau pesen ayam paha, sayap atau dada. Terus tadi aku pilih bagian paha mbak”.⁴⁶ Dalam hal ini karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen seperti membantu konsumen saat membawa pesanana yang lumayan banyak dan menawarkan kepada konsumen bagian ayam paha, sayap atau dada. Wawancara selanjutnya dengan Maya yang mengatakan bahwa “Untuk perhatian karyawan baik. Setiap ada pembeli, mereka langsung melayani dengan baik. Terus juga kalau misalnya ada orang datang, mereka langsung tanya beli apa mbak beli berapa gitu.”⁴⁷ Hal serupa disampaikan oleh Susi, ia mengatakan bahwa “Karyawan udah perhatian mbak, kalau aku datang gitu ya ditanya mau beli apa dan

⁴⁴ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁴⁵ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

⁴⁶ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁴⁷ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

berapa”.⁴⁸ Dalam hal ini berarti untuk perhatian karyawan sudah baik. jika ada konsumen yang baru saja datang langsung ditanyakan soal pemesanan ayam geprek. Maka dari itu komunikasi antara karyawan dan konsumen sangat baik.

Selanjutnya menurut Vina, ia mengatakan bahwa “Karyawan baik kok perhatiannya mbak”.⁴⁹ Menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Menurut aku perhatian karyawan cukup baik, misal aja pas sabun cuci tangan habis langsung dikasih”.⁵⁰ Wawancara selanjutnya oleh Reza, ia mengatakan bahwa “Menurut ku perhatian biasa aja ya mbak”.⁵¹ Kemudian terakhir wawancara dengan Adit, ia mengatakan bahwa “Karyawan sudah perhatian mbak, kalau lagi pesan gitu ditanya mau paha atau dada. Jadi ya senang kalau beli disini”.⁵² Dalam hal ini berarti, karyawan sudah memperhatikan konsumen dengan baik, perhatian itu seperti memberikan sabun cuci tangan yang habis kepada konsumen.

Selain wawancara dengan konsumen, peneliti juga melakukan wawancara kepada pemilik di Ayam Geprek Agan, yaitu bapak Romi Hasyim selaku pemilik Ayam Geprek Agan 24, beliau mengatakan:

Upaya saya sebagai pemilik selalu berusaha mengingatkan karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk selalu ramah dan sopan. Kemudian

⁴⁸ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

⁴⁹ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

⁵⁰ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

⁵¹ Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

⁵² Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

memberikan fasilitas tempat makan yang nyaman, luas dan bersih. Dengan harapan usaha saya ini bisa disukai oleh masyarakat dan bisa mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya.⁵³

Dalam hal ini berarti pemilik sudah berupaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap konsumen. seperti mengingatkan karyawan untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen untuk selalu ramah dan sopan. Kemudian memberikan fasilitas tempat makan yang nyaman, luas dan bersih.

2. Ayam Geprek 3 Saudara

a. Bukti fisik (*Tangible*)

Tangible adalah bentuk layanan yang dapat dilihat secara langsung, termasuk fasilitas fisik dan peralatan staf. Bukti fisik yang dimaksud adalah benda berwujud dari suatu pelayanan dapat dilihat secara nyata oleh konsumen, misalnya saja penampilan dari seorang karyawan atau pedagang. Penampilan yang rapi dan bersih akan memberikan kesan yang baik serta diharapkan dapat menarik perhatian para konsumen.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, bahwa menyediakan fasilitas kipas angin dan wifi gratis untuk konsumen, memiliki kebersihan tempat yang baik, dimana karyawan menyapu dan mengepel lantai saat toko sedang sepi. Namun tempat makan dan tempat parkir kurang luas serta belum adanya tukang

⁵³ Hasyim, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek Agan 24, 2 Februari 2023.

parkir yang menjaga. Dari penampilan karyawan masih biasa saja dan berpakaian berbeda-beda. Terdapat karyawan yang berpakaian rapi memakai hijab namun ada juga yang kurang menarik. Hal itu dikarenakan karyawan hanya memakai baju dan celana pendek bahkan tidak memakai hijab. Walaupun tidak memakai hijab, namun karyawan mengikat rambut dengan rapi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P yaitu Yulia yang mengatakan bahwa “Ya kalau fasilitasnya sih bersih, nyaman, dan rapi juga. Penampilan karyawan ya lumayan sih biasa aja”.⁵⁴ Dalam hal ini berarti untuk fasilitas sudah bersih, nyaman dan rapi. Namun dari penampilan karyawan lumayan masih biasa saja. Wawancara selanjutnya dengan Annisa, ia mengatakan bahwa “Untuk tempat makan dan penampilan karyawan standar, enggak rapi-rapi banget”.⁵⁵ Dalam hal ini berarti untuk fasilitas dan penampilan karyawan standar. Tidak teralalu rapi dan tidak terlalu berantakan. Selanjutnya menurut Ayu, ia mengatakan:

Kalo saya sih melihatnya ya mbak..yang karyawan nya itu pakaian nya cuman sederhana, kurang rapi sih kalau misalkan dalam melayani pembeli. Tempat nya juga lumayan luas, tapi kalau bisa sih lebih dihias lagi atau gimana ya soalnya terlalu kaya ruko banget. Kurang menarik lah”.⁵⁶

⁵⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁵⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁵⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Dalam hal ini berarti karyawan berpakaian sederhana dan kurang rapi pada saat melayani konsumen. Kemudian untuk tempat makannya lumayan luas, namun kurang menarik. Selanjutnya menurut Putri Meli, ia mengatakan:

Menurut aku untuk fasilitasnya cukup lengkap soalnya ada kipas angin dan wifi gratis juga. Terus tempatnya lumayan bersih sih, tapi karyawannya belum kompak masih ada yang memakai celana dan baju pendek juga. Jadi masih kurang sopan”.⁵⁷

Dalam hal ini berarti untuk fasilitas yang ada di Ayam Geprek 3 Saudara cukup lengkap karena dilengkapi dengan kipas angin dan wifi gratis. Namun untuk penampilan karyawan masih berbeda-beda belum seragam, bahkan terdapat karyawan yang hanya memakai baju dan celana pendek. Kemudian menurut Eka Apriyani, ia mengatakan bahwa “Menurutku tempat bersih dan nyaman. Tapi masih kurang luas mbak, kalau lagi rame gitu agak sempit. Kalau penampilan karyawan masih biasa aja”.⁵⁸ Dalam hal ini berarti untuk tempat makan bersih dan nyaman, namun kurang luas. Kemudian untuk penampilan karyawan menurutnya masih biasa saja. Menurut Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Tempat makannya bersih tapi kurang menarik, kalau penampilan keryawan biasa saja belum seragam tapi ya bersih”.⁵⁹ Hal serupa yang dikatakan oleh Nia, ia mengatakan bahwa “Menurutku tempat makan disini enak, nyaman dan bersih. Tapi kalau dari penampilan karyawan masih biasa-biasa

⁵⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁵⁸ Eka Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁵⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

aja belum rapi-rapi banget”.⁶⁰ Dalam hal ini berarti, dari fasilitas tempat makan bersih, nyaman namun kurang menarik. Kemudian dari penampilan karyawan masih biasa saja. Selanjutnya menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Untuk tempat makan bersih dan nyaman, terus fasilitasnya ada kipas angin dan wifi gratis. Kalau karyawan berpakaianya bersih tapi masih sederhana sekali”.⁶¹ Menurut Dini, ia mengatakan bahwa “Menurutku untuk tempat makan bersih, nyaman tapi belum terlalu luas. Kalau penampilan karyawan sendiri biasa aja”.⁶² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak dedik, beliau mengatakan bahwa “Tempat makannya bersih, kalau penampilan karyawan bersih tapi kurang menarik”.⁶³ Dalam hal ini berarti, tempat makan di Ayam Geprek 3 Saudara bersih, nyaman, dilengkapi fasilitas kipas angin dan wifi gratis. Namun dari penampilan karyawan masih biasa saja kurang menarik.

b. Keandalan (*Reliability*)

Reliability merupakan kemampuan untuk melakukan atau menyediakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan terpercaya. Sedangkan menurut Fandy Tjipjono keandalan yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

⁶⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁶¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁶² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁶³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, karyawan sudah memiliki kualitas keandalan yang standar dalam melayani konsumen. Pelayanan cukup cepat sekitar 3-5 menit.

Dari hasil wawancara kepada konsumen yaitu Yulia, ia mengatakan bahwa “Ya dalam melayani cukup cepat sih kira-kira ya 5 menitan lah”.⁶⁴ Dalam hal ini karyawan melayani konsumen cukup cepat dengan waktu sekitar 5 menit. Kemudian menurut Annisa, ia mengatakan bahwa “Kalau lagi antri memang lama, kalau enggak antri ya cepet. Ya pelayanannya cepat lah”.⁶⁵ Dalam hal ini berarti, jika sedang antri pelayanan karyawan lama. Namun jika sedang sepi bisa menjadi cepat. Selanjutnya wawancara dengan Ayu, yang mengatakan bahwa “Kalau soal kecepatan melayani sih menurut saya cepat mbak, waktunya melayani sekitar 3-4 menit sih”.⁶⁶ Dalam hal ini berarti karyawan cepat dalam melayani dengan waktu sekitar 3-4 menit.

Kemudian wawancara hasil wawancara dengan Putri Meli yang mengatakan bahwa “Untuk pelayanannya cukup cepat mbak, enggak sampe 10 menitan untuk nunggu. Tapi itu kalau sedang enggak rame”.⁶⁷ Dalam hal ini pelayanan karyawan cukup cepat, waktunya tidak sampai 10 menit. Hal itu jika sedang tidak ramai konsumen. Kemudian menurut Eka Apriyani yang mengatakan bahwa

⁶⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁶⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁶⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁶⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P 24 Mei 2023.

“Karyawan udah cepat mbak pas melayani pembeli, terus saya kan pernah pas beli dan baru pesen mau aku bawa pulang langsung jadi ayam gepreknya jadi enggak perlu nunggu lama.⁶⁸ Dalam hal ini berarti pelayanan karyawan cepat, bahkan menurut pengalamannya saat ia membeli dan baru memesan untuk dibawa pulang sudah diberikan ayam gepreknya jadi tidak perlu menunggu lama. Selanjutnya menurut Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Pelayanannya cukup cepat, tidak perlu menunggu sampai 5 menit”.⁶⁹ Hal serupa disampaikan oleh Nia, ia mengatakan bahwa “Cepat kok mba untuk pelayanan, enggak sampai nunggu 5 menit”.⁷⁰ Berikutnya hasil wawancara oleh Sera, ia mengatakan bahwa “Menurutku lumayan cepat, apalagi kalau sedang sepi itu aku datang langsung jadi pesanannya”.⁷¹ Selanjutnya menurut Dini, ia mengatakan bahwa “Menurutku cepat dalam melayani pembeli, paling lama sedikit kalau sedang antri rame gitu”.⁷² Dalam hal ini berarti, untuk kecepatan karyawan dalam melayani konsumen lumayan cepat, bahkan tidak sampai 5 menit. Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Lumayan cepat mbak untuk pelayanannya itu, tadi pas saya beli tidak sampai 5 menit”.⁷³ Dalam

⁶⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁶⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

hal ini berarti, pelayanan karyawan lumayan cepat, bahkan waktu dalam melayani konsumen tidak sampai 5 menit.

c. Keresponsifan (*responsiveness*)

Keresponsifan merupakan kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan. suatu pelayanan yang baik diharapkan terwujud apabila seorang pedagang atau karyawan memberikan respon yang cepat dan tepat dalam membantu memenuhi keinginan konsumen.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, karyawan sudah tanggap dalam memperhatikan keinginan konsumen. Seperti halnya karyawan mengisi teko air minum saat habis dan mengembalikan kembali dimeja konsumen. Selain itu karyawan langsung memberitahukan password wifi saat ada konsumen yang bertanya.

Kemudian dari hasil wawancara kepada konsumen yaitu Yulia, ia mengatakan bahwa “Ya menurutku cukup tanggap, pokoknya tu menerima dan memenuhi kebutuhan konsumen”.⁷⁴ Dalam hal ini berarti karyawan cukup tanggap dan menerima juga memenuhi kebutuhan dari konsumen. Hal serupa disampaikan oleh Annisa, yang mengatakan bahwa “Ketanggapan dan kecepatan karyawan standar lah mbak. Karyawan ada yang emang tanggap ada

⁷⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

juga yang kurang. Setiap karyawan kan beda-beda”.⁷⁵ Selanjutnya hasil wawancara dengan Ayu, ia mengatakan bahwa “Menurutku tanggap sih mereka sebagai karyawan, misal kaya tadi tau air putih diteko habis terus mereka langsung mengisi. Gitu aja sih mbak”.⁷⁶ Dalam hal ini berarti karyawan sudah tanggap dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen. Ketanggapannya seperti mengisi teko air putih yang sudah habis.

Selanjutnya menurut Putri Meli yang mengatakan bahwa “Sudah tanggap dan cepat sih karyawan disini. Mereka tanggap pas menerima pesanan banyak. Aku menyampaikan dan mereka langsung paham dan enggak banyak tanya-tanya lagi”.⁷⁷ Dalam hal ini berarti karyawan tanggap dalam melayani seperti saat menerima pemesanan banyak. Karyawan bisa langsung mengerti dan memahami apa yang konsumen inginkan. Kemudian hasil wawancara dengan Eka Apriyani yang mengatakan bahwa “Udah tanggap sih mbak..waktu pertama kali minta password wifi itu langsung dikasih tau, berarti kan emang karyawan udah tanggap, cepet lah”.⁷⁸ Dalam hal ini berarti karyawan sudah tanggap dalam melayani konsumen. Tanggap dalam memberikan password wifi dengan cepat. Selanjutnya hasil wawancara dengan Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Respon

⁷⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁷⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁷⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

karyawan baik, tidak mengabaikan pembeli kalau datang”.⁷⁹ Menurut Nia, ia mengatakan bahwa “Karyawan responnya baik dan tanggap kok, kaya pas tadi aku datang langsung tanggap ditanya”.⁸⁰ Dalam hal ini berarti, respon dan ketanggapan karyawan sudah baik dengan tidak mengabaikan konsumen saat baru saja datang. Menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Karyawan cukup tanggap dan merespon dengan baik”.⁸¹ Hal serupa disampaikan oleh Dini, ia mengatakan bahwa “Karyawan cukup tanggap dan responnya baik kalau kita makan disini”.⁸² Kemudian wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Cukup tanggap dan merespon dengan baik karyawannya mbak, jika saya dateng langsung ditanya beli berapa pak begitu”.⁸³ Dalam hal ini berarti, karyawan sudah tanggap dan merespon konsumen dengan baik. seperti menanyakan konsumen yang baru saja datang akan membeli berapa bungkus ayam geprek.

d. Keyakinan (*confidence*)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau “*assurance*”. Jaminan atas pelayanan dapat diwujudkan dengan sikap atau tingkah laku yang baik dan keterampilan dari seorang pedagang atau karyawan dalam melayani konsumen yang nantinya diharapkan bisa menarik minat konsumen.

⁷⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P bahwa kualitas keyakinan dan tingkah laku sudah cukup baik. Karyawan bersikap sopan dan ramah. Namun terdapat karyawan yang masih kurang ramah dalam melayani konsumen, bahkan tidak senyum kepada konsumen.

Dari hasil wawancara kepada konsumen yaitu Yulia, ia mengatakan bahwa “Ya lumayan baik sih, ramah dan ada juga yang senyum. Tapi ada juga yang kurang ramah, tapi ya enggak semuanya. Salah satu karyawan aja”.⁸⁴ Dalam hal ini berarti karyawan bersikap baik dan ramah. Namun masih adanya karyawan yang kurang ramah dalam melayani konsumen. Selanjutnya hasil wawancara dengan Annisa yang mengatakan bahwa “Sikapnya biasa aja, enggak galak juga ramah-ramah banget”.⁸⁵ Dalam hal ini berarti sikap dari karyawan terhadap konsumen biasa saja. Tidak terlalu ramah. Kemudian Menurut Ayu, ia mengatakan bahwa “Sopan sih kalau menurut aku, terus juga baik dan ramah”.⁸⁶ Selanjutnya menurut Putri Meli, ia mengatakan bahwa “Karyawan sikapnya ramah dan menyapa kalau pas baru datang, ditanyain beli berapa gitu”.⁸⁷ Dalam hal ini berarti karyawan bersikap ramah dan menyapa konsumen. Konsumen disapa oleh karyawan saat baru saja datang ke toko.

⁸⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁸⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁸⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Kemudian hasil wawancara dengan Eka Apriyani, ia mengatakan bahwa “Sikapnya beda-beda sih mbak..ada yang ramah ada juga yang kurang ramah. Aku sendiri ya udah hafal dengan karyawan yang ramah dan enggak ramah. Jadi kalau pas dilayani yang ramah ya seneng gitu”.⁸⁸ Dalam hal ini berarti sikap dari karyawan berbeda-beda. Ada yang ramah kepada konsumen dan ada juga yang kurang ramah. Menurutnya juga, ia sudah hafal dengan karyawan yang bersikap ramah, jadi ia senang jika dilayani dengan karyawan yang bersikap ramah. Selanjutnya hasil wawancara oleh Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Kalau dari sikap karyawan lumayan baik-baik, ada yang ramah ada juga yang kurang ramah, jadi beda-beda mbak”.⁸⁹ Menurut Nia, ia mengatakan bahwa “Menurut aku karyawannya itu bersikap ramah sih sama konsumen, terus kadang juga senyum dan menyapa”.⁹⁰ Dalam hal ini berarti, karyawan bersikap ramah namun ada juga yang kurang ramah. Namun terkadang karyawan memberikan senyuman dan menyapa konsumen. Berikutnya menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Sikap karyawan biasa aja mbak, tidak ramah sekali juga tidak sombong”.⁹¹ Hal serupa disampaikan oleh Dini, ia mengatakan bahwa “Sikap karyawannya biasa aja”.⁹² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Untuk sikap karyawan standar lah mbak,

⁸⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁸⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

tidak ramah ya tidak cuman diem saja”.⁹³ Dalam hal ini berarti, sikap dan tingkah laku karyawan Ayam Geprek 3 Saudara biasa saja, standar tidak terlalu ramah dan juga tidak terlalu sombong.

e. Empati (*Empathy*)

Empaty berkaitan dengan kemampuan perusahaan dan personilnya untuk merasakan apa yang dirasakan oleh konsumen. Menurut Berry dan Parasuraman dalam Donni Juni Priansa, empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan para kosumen.

Dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P bahwa dari rasa empati karyawan kepada konsumen sudah cukup baik. Karyawan memperhatikan kebutuhan konsumen seperti menyalakan kipas angin saat cuaca sedang panas, dan memberikan nasi dengan porsi yang banyak agar konsumen merasa puas.

Kemudian dari hasil wawancara dengan konsumen yaitu Yulia, ia mengatakan bahwa “Karyawan udah perhatian ya mbak..soalnya karyawannya itu pas saya makan disini ya menyuguhkan dan menawarkan air putih juga walaupun udah ada es teh nya juga kan”.⁹⁴ Dalam hal ini berarti karyawan perhatian dengan konsumen. Ia juga menuturkan saat sedang makan diwarung geprek disuguhkan minum air putih, walaupun sudah ada es teh. Selanjutnya menurut Annisa, ia mengatakan bahwa “Menuturkan untuk perhatian

⁹³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

karyawan biasa aja, tapi ya memuaskan kok mbak”.⁹⁵ Dalam hal ini untuk perhatian dari karyawan biasa saja. Namun pelayanan di Ayam Geprek 3 Saudara memuaskan. Selanjutnya menurut Ayu, ia mengatakan bahwa “Perhatiannya baik sih, kalau misalkan ada yang beli itu juga disuruh duduk dulu untuk nunggu pesanan”.⁹⁶ Dalam hal ini karyawan sudah memperhatikan konsumen saat membeli ayam geprek seperti saat konsumen menunggu pesanan dipersilahkan untuk duduk terlebih dahulu. Untuk wawancara selanjutnya dengan Putri Meli, ia mengatakan bahwa “Perhatian karyawan cukup baik kok..kaya pas aku datang gitu kipas angin yang tadinya mati langsung dinyalakan, jadi enggak panas”.⁹⁷ Dalam hal ini perhatian karyawan cukup baik, dengan memberikan perhatian dalam menyalakan kipas angin saat konsumen datang.

Kemudian dengan Eka Apriyani yang mengatakan bahwa “Untuk perhatian karyawan masih biasa-biasa aja enggak terlalu memperhatikan konsumen saat sedang makan, karena karyawannya sedang sibuk”.⁹⁸ Dalam hal ini berarti perhatian karyawan masih biasa saja. Bahkan tidak memperhatikan konsumen saat sedang makan, karena karyawan sedang sibuk. Selanjutnya menurut Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Menurut saya perhatian karyawan biasa saja,

⁹⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

⁹⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

⁹⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

kalau dibilang perhatian sekali ya tidak”.⁹⁹ Hal serupa disampaikan oleh Nia, ia mengatakan bahwa “Menurutku perhatiannya biasa aja, baik sih kalau pesan gitu disuruh duduk dan tunggu dulu sebentar”.¹⁰⁰ Dalam hal ini berarti, perhatian karyawan dalam melayani konsumen biasa saja, namun jika ada konsumen yang datang disuruh untuk duduk dahulu. Menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Karyawan perhatian, kalau kita dateng dan udah duduk gitu dinyalain kipas angin biar enggak panas”.¹⁰¹ Hal serupa disampaikan oleh Dini, ia mengatakan bahwa “Untuk perhatian baik juga mbak. Waktu datang tadi karyawan menyalakan kipas angin”.¹⁰² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Perhatian karyawan lumayan baik”. Dalam hal ini berarti, karyawan Ayam Geprek 3 Saudara sudah memperhatikan konsumen dengan baik, seperti menyalakan kipas angin saat ada konsumen yang makan ditempat makan.

Selain melakukan wawancara dengan konsumen, peneliti juga melakukan wawancara dengan pemilik yaitu Ibu Pipit Oktaviani mengenai upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan, beliau mengatakan:

Jadi begini..kami dulu kan cuman bertiga. Satu orang bagian dibelakang dan dua orang bagian didepan. Namun kami kuwalahan saking banyaknya konsumen yang membeli sampai banyak konsumen yang kabur karena menunggu

⁹⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁰⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁰¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁰² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

lama, maka dari itu kami menambah karyawan satu orang lagi supaya pelayanannya cepat. Selain itu upaya nya selalu ramah dan berusaha melayani dengan cepat dan gesit. Jangan sampai konsumen itu menunggu lama.¹⁰³

Dalam hal ini berarti pemilik Ayam geprek 3 Saudara selama ini berupaya untuk menambah karyawan agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi lebih cepat. Selain itu berupaya untuk ramah dan cepat agar konsumen tidak menunggu lama.

C. Minat Beli Konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek

3 Saudara R.A.P

1. Ayam Geprek Agan 24

- a. Minat Transaksional**, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yaitu Henita yang sudah menjadi langganan mengatakan:

Senang ya mbak beli disini, kadang juga belinya dicabang satunya itu. Alasannya ya karena harga nya murah terus ayamnya besar dan *free* es teh lagi. Selain itu ya kalau disini tempatnya lebih luas dan nyaman juga”.¹⁰⁴

Dalam hal ini berarti, konsumen senang membeli di Ayam Geprek Agan karena harga yang murah, porsi yang besar dan *free* es teh. Selain itu tempat juga lebih luas dan nyaman. Selanjutnya menurut Marisa, ia mengatakan bahwa “Saya lebih sering beli disini ya karena alasannya banyak sih mbak, kaya harga lebih

¹⁰³ Oktaviani, Wawancara dengan pemilik Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 28 November 2023.

¹⁰⁴ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

murah, ayamnya besar dan seneng nya lagi udah *free es teh*".¹⁰⁵

Dalam hal ini berarti, alasan membeli di Ayam Geprek Agan karena harga yang murah, porsi lebih besar dan *free es teh*.

Wawancara selanjutnya dengan Diah yang mengatakan:

Kalo aku sih baru pertama beli disini yaa, tadi diajak sama temen, henita dan marisa. Tapi emang bener dengan harga yang murah udah dapet ayam geprek yang lumayan besar dan gratis es teh lagi. Selain itu ya tempatnya juga nyaman dan enak. Pokoknya enggak kecewa deh.¹⁰⁶

Dalam hal ini alasan untuk membeli di Ayam Geprek Agan karena ia diajak oleh teman. Namun menurutnya memang benar harganya murah, porsi yang lumayan besar dan tempat makan yang nyaman. Hal serupa disampaikan oleh konsumen yang bernama Maya yang mengatakan:

Alasanku membeli di Agan 24 ini karena harganya murah, terus gratis es teh, ayamnya juga besar, dan sambalnya juga enak beda dengan ayam geprek yang lain. Kalau disini enggak terlalu pedas, soalnya saya sukanya yang enggak terlalu pedas mbak.¹⁰⁷

Dalam hal ini berarti, alasan untuk membeli produk karena bahwa membeli di Ayam Geprek Agan karena harga murah, gratis es teh, ayamnya yang besar, dan sambalnya enak tidak terlalu pedas. Kemudian hasil wawancara dengan Anisa Haniyah yang mengatakan bahwa "Aku membeli disini karena harga yang murah dan rasanya yang enak. Terus karena tempat yang nyaman, sejuk

¹⁰⁵ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁰⁶ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹⁰⁷ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

dan tempatnya yang gampang dijangkau ya mbak”.¹⁰⁸ Dalam hal ini berarti, alasan untuk membeli produk karena harga yang murah dan rasa yang enak. Selain itu, karena tempat yang nyaman, sejuk dan lokasi yang gampang dijangkau. Selanjutnya menurut Susi, ia mengatakan bahwa “Beli disini karena murah terus ayamnya besar dan gratis es teh”.¹⁰⁹ Hal serupa disampaikan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Aku senang beli disini ya karena suka sama ayam gepreknya, terus kan murah dan gratis es teh”.¹¹⁰ Selanjutnya menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Alasan aku beli disini ya karena murah sama ayamnya besar. Selain itu ya tempat makannya nyaman, diluar ruangan jadi sejuk ada angin semilir”.¹¹¹ Dalam hal ini berarti, alasan konsumen membeli karena harga yang murah, ayam geprek yang besar, gratis es teh dan tempat makan yang nyaman dan sejuk berada diluar ruangan. Berikutnya menurut Reza, ia mengatakan bahwa “Membeli ayam geprek disini karena murah, tempat makannya gampang dijangkau tidak terlalu jauh sama tempat kerja”.¹¹² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan Adit, ia mengatakan bahwa “Aku beli disini ya karena harga murah, ayamnya besar dan gratis es teh jadi tidak perlu lagi pesan minum. Terus tempatnya juga yang tidak jauh sama tempat

¹⁰⁸ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹⁰⁹ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹¹⁰ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹¹¹ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

¹¹² Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

kerja”.¹¹³ Dalam hal ini berarti alasan konsumen membeli dan bertransaksi di Ayam Geprek Agan 24 karena harga yang murah, ayam geprek yang besar dan gratis es teh. Selain itu tempat yang mudah dijangkau tidak terlalu jauh dengan tempat kerja konsumen.

b. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yaitu Henita, yang mengatakan bahwa “Aku sering sih mbak mereferensikan ke orang lain, soalnya kan disini ayamnya enak terus murah. Terus tempatnya nyaman diluar kaya gini jadi enak ada angin alami”.¹¹⁴ Dalam hal ini berarti, konsumen sering mereferensikan kepada orang lain, karena rasa yang enak dan harga yang murah. Selain itu tempat yang nyaman berada diluar ruangan. Selanjutnya hasil wawancara oleh Marisa, ia mengatakan:

Aku udah pernah mereferensikan dengan teman-teman mbak. Soalnya selain dari produk yang murah dan enak, ya tempat makan yang nyaman dan bersih. Terus parkir juga kan gratis, intinya ya *recommended* banget buat kita yang lagi enggak ada duit banyak.¹¹⁵

Dalam hal ini konsumen pernah mereferensikan dengan temannya. Karena selain harga yang murah dan rasa yang enak, tempat makan juga nyaman dan bersih. Kemudian tempat parkir juga gratis cocok untuk pembeli yang tidak memiliki uang banyak.

¹¹³ Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹¹⁴ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹¹⁵ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

Menurut konsumen yang bernama Diah, ia mengatakan bahwa “Belum pernah mereferensikan kepada orang lain mbak, soalnya kan baru pertama kali beli disini”.¹¹⁶ Dalam hal ini konsumen diatas belum pernah mereferensikan kepada orang lain, karena ia baru pertama kalinya membeli di Ayam Geprek Agan 24. Wawancara selanjutnya oleh Maya, ia mengatakan bahwa “Kalau mereferensikan kepada orang lain saya belum pernah mbak”.¹¹⁷ Kemudian hal serupa disampaikan oleh konsumen yang bernama Anisa Haniyah, ia mengatakan bahwa “Kalau untuk mereferensikan jujur belum pernah sih mbak”.¹¹⁸

Selanjutnya hasil wawancara dengan Susi, ia mengatakan bahwa “Saya belum pernah kalau mereferensikan dengan orang lain”.¹¹⁹ Hal serupa dikatakan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Jujur aku belum pernah mbak”.¹²⁰ Dalam hal ini berarti, kelima konsumen belum pernah mereferensikan kepada orang lain. Menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Saya udah pernah mereferensikan ke teman dan malah dia juga kayanya mereferensikan ke temannya lagi. Alasanku mereferensikan karena harga yang murah terus tempat makannya juga bersih dan nyaman”.¹²¹ Kemudian menurut Reza, ia mengatakan bahwa

¹¹⁶ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹¹⁷ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹¹⁸ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹¹⁹ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹²⁰ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹²¹ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

“Udah pernah mbak, mereferensikan dengan kakak saya. Alasannya yak arena murah, ayam yang besar”.¹²² Hal serupa disampaikan oleh Adit, ia mengatakan bahwa “Aku juga udah pernah mereferensikan dengan teman kerja, karena ya murah, gratis es teh, dan pelayanan yang ramah”.¹²³ Dalam hal ini berarti, ketiga konsumen sudah pernah mereferensikan kepada orang lain, karena harga yang murah, gratis es teh, tempat makan yang nyaman, dan pelayanan karyawan yang ramah.

- c. **Minat Preferensial**, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yaitu Henita, yang mengatakan “Ya emang udah sering beli disini mbak tapi akan beli terus sampai entah kapan kalau rasa, harga dan pelayanannya enggak mengecewakan. Terus belinya juga ya enggak setiap hari”.¹²⁴ Dalam hal ini konsumen memang sudah menjadi pelanggan, namun akan membeli terus apabila rasa dan pelayanannya tidak mengecewakan. Hal serupa disampaikan oleh Marisa, ia mengatakan bahwa “Sama kaya henita tadi mbak..akan

¹²² Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹²³ Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹²⁴ Henita, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

beli terus kalau rasa dan pelayanannya tetap memuaskan”.¹²⁵ Selanjutnya disampaikan oleh Diah, ia mengatakan bahwa “Kalau membeli lagi pasti iya mbak karena harganya yang murah dan tempatnya yang nyaman, tapi kalau membelinya setiap hari ya enggak deh mbak. Pasti juga kan akan bosan”.¹²⁶ Dalam hal ini konsumen akan membeli lagi di keesokan hari karena harga yang murah dan tempat yang nyaman. Namun tidak membeli setiap hari, karena adanya rasa bosan.

Wawancara selanjutnya oleh Maya, ia mengatakan bahwa “Mungkin kalau misalkan saya enggak masak ya atau lagi pengen ayam geprek disini, ya saya beli. Jadi enggak setiap hari belinya, kalau setiap hari kan pasti bosan”.¹²⁷ Dalam hal ini konsumen akan membeli ayam geprek lagi apabila ia tidak masak dirumah atau jika sedang ingin makan ayam geprek. Kemudian hasil wawancara dengan Anisa Haniyah yang mengatakan:

Kalau menjadikan Ayam Geprek disini jadi makanan yang dibeli tiap hari sih enggak ya mbak, soalnya kan pasti kita juga bosan pengen yang lain gitu. Tapi ya kalau mau beli, belinya tetep disini”.¹²⁸

Dalam hal ini konsumen tidak menjadikan ayam geprek sebagai makanan yang ia makan setiap hari, karena adanya rasa bosan. Namun jika sedang ingin makan, ia akan membeli di Ayam Geprek Agan 24. Selanjutnya menurut Susi, ia mengatakan bahwa

¹²⁵ Marisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹²⁶ Diah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹²⁷ Maya, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹²⁸ Haniyah, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

“Tidak akan membeli setiap hari, karena ya pasti bosan”.¹²⁹ Hal serupa disampaikan oleh Vina, ia mengatakan bahwa “Kalau beli setiap hari tentu tidak ya mbak, pasti bosan dong”.¹³⁰ Menurut Rika, ia mengatakan bahwa “Tentu enggak mbak, soalnya kan kadang bosan terus males juga pengen yang lain”.¹³¹ dalam hal ini berarti, konsumen tidak akan membeli ayam geprek setiap hari, karena adanya rasa bosan. Berikutnya menurut Reza, ia mengatakan “Ya tidak setiap hari mbak, kadang juga aku udah bawa makanan dari rumah. Karena aku beli disini juga kan kalau pas lagi kerja, jam makan siang gitu”.¹³² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan Adit, ia mengatakan bahwa “Sama mbak, enggak beli setiap hari karena kan pengen makan yang lain juga. Tapi kalau beli ayam geprek ya disini yang murah”.¹³³ Dalam hal ini berarti, konsumen tidak menjadikan Ayam Geprek Agan 24 sebagai makanan yang dibeli setiap hari karena sudah membawa makanan dari rumah apabila sedang kerja dan adanya rasa bosan ingin makan yang lain. Namun jika ingin membeli Ayam Geprek akan tetap membeli membeli di Ayam Geprek Agan 24.

¹²⁹ Susi, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹³⁰ Vina, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 17 Maret 2023.

¹³¹ Rika, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 19 Maret 2023.

¹³² Reza, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

¹³³ Adit, Wawancara Konsumen Ayam Geprek Agan 24, 24 Mei 2023.

2. Ayam Geprek 3 Saudara

- a. **Minat Transaksional**, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Yulia, ia mengatakan bahwa “Ya karena murah, gratis es teh juga, ayamnya besar. Itu aja sih mbak”.¹³⁴ Dalam hal ini alasan konsumen untuk membeli produk adalah harga yang murah, gratis es teh dan ayam yang besar. Menurut Annisa, ia mengatakan bahwa “Aku sendiri udah beli 5 kali, alasannya beli disini ya karena harga yang murah 10 ribu udah dapet ayam geprek dengan ukuran yang besar terus gratis es teh juga. Selain itu ya karena pelayanannya enggak begitu lama juga”.¹³⁵ Dalam hal ini konsumen diatas sudah membeli sebanyak lima kali. Dengan alasan harga yang murah dan gratis es teh, selain itu karena pelayanan yang tidak begitu lama. Selanjutnya menurut Ayu, ia mengatakan bahwa “Ya karena murah, enak juga ayam dan sambalnya. Terus karena lumayan dekat juga mbak sama rumahku jadi enak kalo mau beli disini”.¹³⁶ Dalam hal ini alasan konsumen untuk membeli produk karena harga yang murah dan rasa enak dari produk. Selain itu jarak rumah dan usaha ayam geprek 3 saudara tidak terlalu jauh.

¹³⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹³⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹³⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Wawancara selanjutnya oleh Putri Meli, ia mengatakan bahwa “Kalau alasan beli disini selain murah dan ayam yang besar, itu karena tempat makannya yang lumayan bersih enggak terlalu kotor jadi nyaman kalau misal mau makan disini”.¹³⁷ Dalam hal ini alasan konsumen untuk membeli produk selain harga yang murah dan rasa yang enak, karena tempat makan yang bersih sehingga konsumen merasa nyaman saat makan di tempat. Kemudian menurut Eka Apriyani yang mengatakan bahwa “Aku senang ya mbak beli disini, karena murah ayamnya besar dan nyaman juga tempatnya. Selain itu tadi menurut aku pelayanannya juga cepat terus ada kipas angin dan wifi gratis”.¹³⁸ Dalam hal ini alasan konsumen untuk membeli produk karena harga yang murah dan ayamnya yang besar. Selain itu juga pelayanan yang cepat dan lengkapnya fasilitas tempat seperti kipas angin dan wifi gratis. Selanjutnya wawancara dengan Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Seneng beli disini yak arena murah, ayam gepreknya juga besar”.¹³⁹ Hal serupa disampaikan oleh Nia, ia mengatakan bahwa “Alasanku membeli disini ya karena tentu murah, ayamnya besar dan pelayanan yang cepat”.¹⁴⁰ Menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Membeli disini ya karena murah, cocoklah mbak buat kita anak sekolah yang masih minta uang ke orang tua. Terus tempat makan

¹³⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹³⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹³⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

yang gampang dijangkau kalau pulang sekolah”.¹⁴¹ Hal serupa disampaikan oleh Dini, ia mengatakan bahwa “Membeli disini ya karena murah, cocok buat anak sekolah yang uang jajan nya pas an. Terus ya tempat makan yang bersih dan pelayanan yang cepat”.¹⁴² Dalam hal ini berarti, alasan konsumen membeli Ayam Geprek karena harga yang murah sehingga cocok untuk anak sekolah. Selain itu tempat makan yang bersih dan pelayanan yang cepat. Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Membeli disini karena murah terus tadi saya juga pas lewat dari pulang kerja, jadi mampir sekalian”.¹⁴³ Dalam hal ini berarti, alasan konsumen membeli Ayam Geprek karena harga yang murah.

b. Minat Refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Yulia, ia mengatakan bahwa “Saya belum pernah mereferensikan kepada orang lain mbak, padahal ya udah beli dua kali tapi belum pernah mereferensikan karena belum ada niatan”.

¹⁴⁴ Dalam hal ini konsumen belum pernah mereferensikan kepada orang lain, padahal ia sudah pernah membeli dua kali namun belum

¹⁴¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

pernah mereferensikan karena belum adanya niatan. Hal serupa disampaikan oleh Annisa yang mengatakan bahwa “Belum pernah mbak, karena belum ada niatan aja sih”.¹⁴⁵ Selanjutnya disampaikan oleh Ayu, ia mengatakan bahwa “Belum pernah sama sekali mbak, karena belum niat aja”.¹⁴⁶ Dalam hal ini konsumen belum pernah mereferensikan kepada orang lain karena belum niat untuk mereferensikan. Kemudian menurut Putri Meli, ia mengatakan:

Udah pernah sekali mereferensikan sama saudaraku, karena saat itu dia kan pengen ayam geprek yang murah terus yaudah aku kasih tau beli di ayam geprek 3 saudara aja. Terus kan juga dekat selain itu ya tempatnya juga bersih nyaman kok.¹⁴⁷

Dalam hal ini konsumen sudah pernah mereferensikan kepada orang lain, karena harga yang murah dan jarak tempat yang tidak jauh. Selain itu tempat makan yang nyaman dan bersih. Kemudian menurut Eka Apriyani, ia mengatakan:

Saya udah pernah dua kali kayanya mbak mereferensikan dengan teman-teman kerja. Terus mereka beli bareng saya kesini, karena ya murah dan cepat juga sih melayaninya terus disini juga kan rame berarti disukai banyak pembeli makannya saya sering beli disini.¹⁴⁸

Dalam hal ini konsumen sudah pernah mereferensikan kepada orang lain, dengan alasan harga yang murah dan pelayanan yang cepat. Selain itu karena ayam geprek 3 saudara banyak

¹⁴⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹⁴⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁴⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

pembeli sehingga ia juga sering membeli ditempat tersebut.

Wawancara selanjutnya oleh Ibu Mira, beliau mengatakan:

Pernah saya referensikan ke tetangga saya mbak, saya bilangin kalau mau beli ayam geprek disana aja lo, di 3 saudara yang di 24 tugu bola itu. Alasan saya ya karena murah, ayam nya besar, gratis es teh juga kan dan pelayanannya itu tidak yang lama sekali. Kalau lama kan jadi males mau beli.¹⁴⁹

Dalam hal ini berarti, konsumen sudah pernah mereferensikan kepada orang lain, karena harga yang murah, gratis es teh dan pelayanan karyawan yang lumayan cepat. Menurut Nia, ia mengatakan bahwa “Belum pernah mereferensikan aku mbak”.¹⁵⁰ Selanjutnya menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Udah pernah sekali mbak, aku referensikan ke teman yang lain. Alasannya ya karena harga yang murah bersahabat, ayamnya juga besar. Terus ada kipas angin dan wifi gratis”.¹⁵¹ Dalam hal ini berarti, konsumen sudah pernah mereferensikan kepada orang lain, dengan alasan harga yang murah, ayam yang besar dan adanya fasilitas seperti kipas angin dan wifi gratis. Berikutnya menurut Dini, ia mengatakan bahwa “Belum pernah aku mbak”.¹⁵² Hal serupa disampaikan oleh bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Belum, saya belum pernah mereferensikan”.¹⁵³ Dalam hal ini

¹⁴⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

berarti kedua konsumen tersebut belum pernah mereferensikan kepada orang lain.

- c. **Minat Preferensial**, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada konsumen yang bernama Yulia, ia mengatakan bahwa “Tidak, soalnya kadang kan bosan pengen yang lain. Jadi tidak setiap hari belinya”.¹⁵⁴ Dalam hal ini konsumen tidak akan menjadikan ayam geprek sebagai makanan yang dikonsumsi setiap hari, karena adanya rasa bosan dan keinginan untuk makan yang lain. Selanjutnya menurut konsumen yang bernama Annisa, ia mengatakan bahwa “Ya akan beli terus tapi tidak setiap hari. Terus akan beli kalau harga, produk dan pelayanannya tidak mengecewakan”.¹⁵⁵ Dalam hal ini konsumen akan membeli terus, apabila harga, produk dan pelayanannya tidak mengecewakan. Selanjutnya menurut Ayu, ia mengatakan bahwa “Enggak juga sih mbak, pasti juga kan akan bosan. Tapi ya akan beli lagi kalau lagi pengen”.¹⁵⁶ Hal serupa disampaikan oleh konsumen yang bernama Putri Meli, ia mengatakan:

¹⁵⁴ Yulia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹⁵⁵ Annisa, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹⁵⁶ Ayu, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

Tidak, soalnya kan pasti posan gitu. Tapi tetap akan beli lagi kalau semua tidak mengecewakan. Ya dari harga, rasa, dan pelayanan tidak berubah. Kalau berubah kan pasti kita sebagai konsumen akan pindah beli ditempat yang lain.¹⁵⁷

Dalam hal ini konsumen tidak akan membeli produk setiap hari karena adanya rasa bosan, namun akan membeli lagi jika dari harga, rasa dan pelayanan tidak berubah mengecewakan. Jika konsumen kecewa sudah pasti akan membeli ke tempat yang lain. Menurut wawancara dengan Eka Apriyani yang mengatakan bahwa “Tentu tidak yaa..tapi akan beli lagi dikeesokan hari kalau pengen terus dirumah juga tidak masak. Tapi ya tidak setiap hari”.¹⁵⁸ Dalam hal ini konsumen tidak menjadikan ayam geprek sebagai makanan utama yang dikonsumsi setiap hari, akan membeli lagi dikeesokan hari apabila ia dirumah sedang tidak masak atau sedang ingin makan ayam geprek. Selanjutnya menurut Ibu Mira, beliau mengatakan bahwa “Tidak akan beli setiap hari mbak, paling ya seminggu dua kali kalau lagi pengen”.¹⁵⁹ Hal serupa disampaikan oleh Nia, ia mengatakan bahwa “Enggak lah mbak, enggak beli setiap hari. Paling kalau lagi pengen ya beli”.¹⁶⁰ Menurut Sera, ia mengatakan bahwa “Ya enggak beli setiap hari, pasti juga kan bosan. Terus kalau hari libur sekolah juga ya pasti enggak beli”.¹⁶¹

Hal serupa disampaikan oleh Dini, ia mengatakan bahwa “Tidak

¹⁵⁷ Putri Meli, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵⁸ Apriyani, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁵⁹ Ibu Mira, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁶⁰ Nia, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁶¹ Sera, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

kalau beli setiap hari, tapi kalau lagi pengen ya beli disini. Tapi kalau dari harga, rasa dan pelayanannya enggak berubah, maksudnya enggak mengecewakan”.¹⁶² Kemudian hasil wawancara terakhir dengan bapak Dedik, beliau mengatakan bahwa “Tentu tidak membeli setiap hari, tapi kalau pengen beli Ayam Geprek ya tetep disini”.¹⁶³ Dalam hal ini berarti konsumen tidak akan membeli dan menjadikan Ayam Geprek di 3 Saudara sebagai makanan yang dibeli setiap hari, karena adanya rasa bosan dan akan membeli kembali apabila dari harga, rasa dan pelayanan tidak berubah.

D. Penerapan Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

1. Ayam Geprek Agan 24

a. *Unity* (Kesatuan/Tauhid)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak terlepas dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan titah Allah.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan peneliti bahwa karyawan di Ayam Geprek Agan 24, belum tepat waktu dalam

¹⁶² Dini, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

¹⁶³ Dedik, Wawancara Konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 24 Mei 2023.

melaksanakan kewajiban sholat bahkan terdapat karyawan yang sama sekali tidak melaksanakan. Padahal dari hasil wawancara kepada karyawan bahwa sudah diberikan waktu untuk melaksanakan sholat secara bergantian dengan karyawan yang lain.

Berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan yaitu Yoana Arista, ia mengatakan:

Sebenarnya sih semua karyawan diberi waktu untuk sholat secara bergantian. Tapi kita belum melaksanakan sholat dengan tepat waktu, terus ada yang tidak melaksanakan sama sekali, ini semua ya karena kan pas ramai pembeli/pesanan.¹⁶⁴

Hal serupa disampaikan oleh karyawan yang bernama Ria, ia mengatakan:

Jujur ya mbak..waktu buat sholat sebenarnya ada, tapi ya kita belum melaksanakannya. Saya sendiri aja masih bolong-bolong sholatnya, karena kan pas rame kadang juga lagi sibuk banyak yang harus dikerjakan”.¹⁶⁵

Dalam hal ini karyawan di Ayam Geprek Agan 24 belum melaksanakan sholat tepat waktu bahkan ada yang tidak melaksanakan sama sekali, hal itu dikarenakan sedang ramai pembeli/pesanan. Namun sebenarnya semua karyawan sudah diberikan waktu untuk sholat secara bergantian.

¹⁶⁴ Yoana Arista, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

¹⁶⁵ Ria, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan/Keadilan)

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di Ayam Geprek Agan 24, karyawan sudah berbuat adil kepada semua konsumen. Karyawan selalu bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen bahkan dalam memberikan porsi dengan takaran yang sama untuk semua konsumen.

Seperti yang diungkapkan oleh karyawan Ayam Geprek Agan 24 yang bernama Yoana Arista, ia mengatakan bahwa “Iya kita insyaAllah sudah berbuat adil kepada semua konsumen. Ya dengan memberikan takaran porsi nasi dan sambal kira-kira sama semua. Pokoknya tidak membeda-bedakan”.¹⁶⁶ Kemudian menurut karyawan yang bernama Ria, ia mengatakan:

Tentu harus adil kepada semua konsumen. Seperti kita harus senyum ramah dan tidak membeda-bedakan konsumen. Walaupun kita udah kenal akrab dengan konsumen itu, tapi perlakuan kita tetap sama.¹⁶⁷

Dalam hal ini karyawan tidak membeda-bedakan antara konsumen yang satu dengan yang lain. seperti saat memberi takaran porsi semua sama. Kemudian karyawan melayani dengan

¹⁶⁶ Arista, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

¹⁶⁷ Ria, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

senyum dan ramah, agar konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

c. *Free Will* (Kehendak bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak adanya batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Ayam Geprek Agan 24 memberikan kebebasan konsumen untuk meminta ayam geprek bagian paha atau dada, bahkan jika ada konsumen yang meminta ayam geprek bagian paha atau dada karyawan bersedia memberikan ayam geprek yang telah diminta konsumen. Kemudian jika bagian ayam geprek yang diminta tidak ada atau sudah habis maka karyawan mempertanyakan kembali kepada konsumen, bagaimana jika diganti dengan bagian yang lain. Maka dari itu perlunya komunikasi antara karyawan dengan konsumen agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Seperti yang diungkapkan oleh salah satu karyawan yang bernama Yoana Arista, ia mengatakan bahwa “Iya mbak..kita memberikan kebebasan buat konsumen. kalau konsumen ada yang meminta bagian ayam paha, sayap atau dada, ya tentu boleh dan

harganya pun tetap sama”.¹⁶⁸ Dalam hal ini berarti karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen, seperti bebas dalam meminta bagian ayam geprek paha atau dada dan diterima permintaan tersebut dengan baik. Kemudian karyawan yang bernama Ria mengatakan bahwa “Ya memberikan kebebasan sama semua konsumen, misalkan konsumen mau membeli berapapun itu terserah mereka. Kita sebagai karyawan ya tidak boleh memaksa harus beli segini segitu”.¹⁶⁹ Dalam hal ini karyawan memberikan kebebasan kepada semua konsumen. Seperti bebas dalam membeli dengan jumlah berapapun, tidak harus membeli dengan jumlah yang banyak.

d. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditas bisnis dalam islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Ayam Geprek Agan 24 adalah setiap karyawan bisa menjamin sebagai penjual yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam melayani konsumen yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen.

¹⁶⁸ Arista, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

¹⁶⁹ Ria, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

Yoana Arista selaku karyawan Ayam Geprek Agan 24 mengatakan:

Kalau tanggung jawab iyaa harus, kaya waktu itu pernah ada konsumen yang meminta bagian ayam dada tapi karyawan salah saat memberikan pesanan itu. Terus kan konsumen tanya kenapa kok salah, terus karyawan mengakui kalau salah ya. Akhirnya pesanannya diganti sesuai yang dipengen oleh konsumen.¹⁷⁰

Dalam hal ini berarti karyawan sudah bertanggung jawab dalam melakukan kesalahan. Tanggung jawab itu seperti mengakui kesalahan dan mengganti bagian ayam geprek sesuai dengan yang dipesan oleh konsumen. Kemudian menurut Ria, ia mengatakan bahwa “Tanggung jawab kita sebagai karyawan, ya misalkan kita memberikan pelayanan dengan cepat.¹⁷¹ Dalam hal ini karyawan bertanggung jawab dalam melayani konsumen dengan cepat.

e. *Benevolence (Ihsan)*

Ihsan (*benevolence*) artinya melaksanakan perbuatan baik yang dapat memberikan kemanfaatan kepada orang lain, tanpa adanya kewajiban tertentu yang mengharuskan perbuatan tersebut atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat.

Berdasarkan hasil pengamatan pada Ayam Geprek Agan 24 karyawan bersikap baik dan melayani konsumen dengan baik serta menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen dengan

¹⁷⁰ Arista, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

¹⁷¹ Ria, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

cara menanyakan terkait ayam geprek yang dipesan untuk memuaskan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan yaitu Yoana Arista, ia mengatakan:

Perbuatan baik yang kita berikan ya seperti senyum kepada konsumen terus menyapa konsumen saat baru saja datang. Setelah itu langsung ditanya mau beli berapa, mau dibawa pulang atau dimakan disini.¹⁷²

Dalam hal ini perbuatan baik yang diberikan karyawan kepada konsumen adalah sengan memberikan senyum dan sapa apabila ada konsumen baru saja datang. Kemudian hasil wawancara oleh konsumen yang bernama Ria, ia mengatakan:

Ya kita sebagai karyawan tidak boleh jutek, judes dan kasar dengan konsumen. Seperti yang udah kita lakuin itu kaya misalkan mengantarkan pesanan online lewat whatsapp, kita antarkan sendiri tanpa biaya ongkos”.¹⁷³

Dalam hal ini karyawan berbuat baik dalam sikap dan mengantarkan pesanan online melalui whatsapp tanpa biaya ongkos.

2. Ayam Geprek 3 Saudara

a. *Unity* (Kesatuan/Tauhid)

Prinsip kesatuan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Dengan demikian, kegiatan bisnis manusia tidak

¹⁷² Arista, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

¹⁷³ Ria, Wawancara Karyawan Ayam Geprek Agan 24, 15 Maret 2023.

terlepas dari pengawasan Allah, dan dalam rangka melaksanakan titah Allah.

Berdasarkan dari hasil pengamatan peneliti pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P bahwa karyawan belum juga melaksanakan kewajiban sholat dengan tepat waktu. Bahkan terdapat karyawan yang tidak melaksanakannya dan belum memakai hijab. Namun semua karyawan tetap menjaga kebersihan tempat makan, karena kebersihan merupakan sebagian daripada iman.

Seperti yang diungkapkan oleh salah satu karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P yang bernama Rindi, ia menjelaskan:

Sebenarnya diberi waktu. Tapi karyawan belum melaksanakan sholat tepat waktu, bahkan kadang sampai waktu sholat habis belum melaksanakan. Terus pas banyak konsumen dan pekerjaan sering ditunda sampai lupa dan akhirnya tidak sholat.¹⁷⁴

Hal serupa disampaikan oleh karyawan yaitu Ibu Rohana, beliau mengatakan:

Waktu sebenarnya dikasih mbak. Tapi masih belum melaksanakan sholat tepat waktu. Kami kadang juga meninggalkan sholat karena sedang ramai konsumen. Tapi, jika kami mau sholat dilakukan bergantian agar tetap ada yang melayani konsumen.¹⁷⁵

Dalam hal ini berarti karyawan belum menjalankan kewajiban sebagai seorang muslim. Karyawan belum melaksanakan sholat secara tepat waktu bahkan sampai tidak

¹⁷⁴ Rindi, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

¹⁷⁵ Rohana, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

melakukan sama sekali. Hal ini terjadi karena saat ayam geprek sedang ramai pembeli dan pesanan. Padahal pemilik Ayam Geprek sendiri sudah memberikan waktu untuk sholat.

b. *Equilibrium* (Keseimbangan/Keadilan

Dalam beraktifitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P , karyawan sudah berbuat adil kepada semua konsumen dalam memberikan porsi dan harga. Dalam proses transaksi karyawan tidak pernah memberikan harga yang berbeda kepada konsumen karena prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil. Namun terdapat karyawan yang tidak adil dalam memperlakukan konsumen yang datang. Seperti tidak melakukan senyum dan sapa kepada konsumen ketika ada konsumen yang baru saja datang.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan yang bernama Rindi, ia mengatakan:

Iya kita memperlakukan konsumen dengan baik dan adil. Kaya pas memberikan porsi dan harga itu sama semua antara konsumen satu dengan yang lain. Intinya tidak membedakan walaupun ada konsumen yang udah langganan bahkan saudara sendiri juga”.¹⁷⁶

¹⁷⁶ Rindi, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

Dalam hal ini karyawan berbuat adil kepada semua konsumen. Seperti dalam memberikan porsi dan harga kepada setiap konsumen disama ratakan. Tidak membedakan setiap konsumen yang datang membeli. Kemudian hasil wawancara yang disampaikan oleh karyawan bernama Ibu Rohana, beliau mengatakan bahwa “Ya melayani nya dengan sopan, senyum dan ramah supaya pembelinya senang”.¹⁷⁷ Dalam hal ini karyawan melayani konsumen dengan sopan, senyum dan ramah agar pembeli senang dan puas.

c. *Free Will* (Kehendak bebas)

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu tidak merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar.

Berdasarkan dari hasil pengamatan peneliti di Ayam Geprek 3 karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen yang akan membeli ayam geprek untuk dibawa pulang atau makan ditempat. Dalam hal ini karyawan tidak memaksakan keinginan konsumen untuk lebih memilih makan ditempat atau dibawa pulang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Rindi selaku karyawan, ia mengatakan:

Selalu memberikan kebebasan kepada konsumen. Kaya pas ada pembeli yang pesan dengan jumlah banyak, kita

¹⁷⁷ Rohana, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, 17 Maret 2023.

membebaskan konsumen untuk mengambil jam berapa pun. Asal udah janji diawal. Pokoknya sebagai karyawan tidak memberikan paksaan untuk mengambil diwaktu tertentu.¹⁷⁸

Dalam hal ini karyawan memberikan kebebasan konsumen untuk mengambil pesanan jam berapa pun. Asalkan sudah janji diawal. Kemudian hasil wawancara oleh karyawan yang bernama Ibu Rohana, beliau mengatakan:

Iya membebaskan..kalau ada konsumen yang datang, langsung ditanya mau dibawa pulang atau makan disini. Jika dibawa pulang ya langsung dibungkus, terus kalau dimakan ditempat akan disiapkan dalam piring. Jadi semua terserah kepada konsumen, tidak kami paksakan untuk dimakan dimana”.¹⁷⁹

Dalam hal ini karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen dalam hal pemesanan. Jika ada konsumen yang datang, langsung ditanyakan mau dibawa pulang atau makan ditempat. Jika dibawa pulang langsung dibungkuskan, jika dimakan ditempat akan disiapkan dalam piring.

d. *Responsibility* (Tanggung jawab)

Pertanggungjawaban berarti, bahwa manusia sebagai pelaku bisnis, mempunyai tanggungjawab moral kepada Tuhan atas perilaku bisnis. Harta sebagai komoditas bisnis dalam islam, adalah amanah Tuhan yang harus dipertanggungjawabkan dihadapan Tuhan.

¹⁷⁸ Rindi, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret,2023.

¹⁷⁹ Rohana, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret 2023.

Dari hasil pengamatan peneliti di Ayam Geprek 3 Saudara yaitu dalam mengantarkan pesanan ayam geprek ke meja konsumen selalu dengan cepat, sehingga konsumen tidak perlu lagi menunggu lama ayam geprek untuk sampai ke meja konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan yaitu Rindi, ia mengatakan:

Sebagai karyawan harus ada rasa tanggung jawab dalam hal apapun. Agar konsumen juga tidak merasa kecewa. Misalnya karyawan salah dalam memberikan pesanan, terus ya harus siap untuk disalahkan/ditegur oleh konsumen.¹⁸⁰

Dalam hal ini berarti karyawan bertanggung jawab dalam melakukan kesalahan dalam melayani konsumen. Karyawan harus siap menerima konsekuensi terhadap apa yang diperbuat. Kemudian menurut karyawan yang bernama Ibu Rohana, beliau mengatakan bahwa “Tanggung jawabnya sebagai karyawan ya harus cepat dalam melayani konsumen, biar konsumen tidak nunggu lama”.¹⁸¹ Dalam hal ini karyawan memiliki tanggung jawab dalam melayani konsumen dengan cepat, agar konsumen tidak menunggu lama saat memesan ayam geprek.

e. *Benevolence* (Ihsan)

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

¹⁸⁰ Rindi, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret 2023.

¹⁸¹ Rohana, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret 2023.

atau dengan kata lain beribadah dan berbuat baik seakan-akan melihat Allah, jika tidak mampu maka yakinlah Allah melihat.

Dari hasil pengamatan pada Ayam Geprek 3 Saudara peneliti melihat perlakuan yang baik, serta perhatian yang diberikan karyawan kepada konsumen. Karyawan juga melayani dengan cepat.

Kemudian berdasarkan hasil wawancara kepada karyawan yang bernama Rindi, ia mengatakan:

Dalam melayani konsumen tentu harus ramah dan senyum tidak boleh sombong. Tapi saya tidak tau ya mbak bagaimana pendapat konsumen mengenai sikap kami dalam melayani konsumen. Terkadang kan pendapat konsumen beda-beda.¹⁸²

Dalam hal ini berarti karyawan berbuat baik dalam melayani konsumen dengan ramah dan senyum. Selanjutnya hasil wawancara kepada karyawan yang bernama ibu Rohana, beliau mengatakan bahwa “Perbuatan baik yang kami berikan untuk konsumen ya ramah dan cepat saat melayani konsumen”.¹⁸³ Dalam hal ini berarti karyawan karyawan melakukan perbuatan baik kepada konsumen dengan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat.

¹⁸² Rindi, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret 2023.

¹⁸³ Rohana, Wawancara Karyawan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P,17 Maret 2023.

E. Analisis Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui pengamatan dan wawancara kepada konsumen Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, maka peneliti dapat menganalisis pelayanan terhadap minat beli konsumen di ayam geprek agan 24 dan ayam geprek 3 saudara R.A.P sebagai berikut:

1. Ayam Geprek Agan 24

Berdasarkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan di Ayam Geprek Agan 24 sudah cukup baik. Meskipun ada konsumen yang memberikan persepsi berbeda mengenai pelayanan di Ayam geprek tersebut. Seperti dimensi bukti fisik, kesepuluh konsumen memberikan pendapat positif mengenai tempat makan yang luas, nyaman, bersih dan rapi. Namun terdapat konsumen yang memberikan pendapat jika tempat parkir motor belum adanya atap sehingga motor-motor konsumen kepanasan. Selain itu terdapat konsumen yang meberikan pendapat jika dapur untuk memasak akan lebih baik jika lebih tertutup dan berada dibelakang agar tidak terlihat dengan konsumen. Kemudian dari penampilan karyawan, kesepuluh konsumen memberikan pendapat bahwa karyawan sudah berpenampilan rapi, bersih dan sopan.

Pada dimensi keandalan terdapat lima konsumen yang memberikan pendapat positif yaitu karyawan sudah cepat dalam

melayani konsumen, namun terdapat lima konsumen yang memiliki pendapat berbeda yaitu pelayanan kurang cepat jika sedang ramai konsumen. Waktu untuk menunggu sampai pesanan jadi sekitar 5-10 menit. Kemudian pada dimensi koresponsifan, kesepuluh konsumen memberikan pendapat bahwa respon dan ketanggapan karyawan sudah baik dalam melayani konsumen. Dalam hal ini karyawan memiliki respon dan ketanggapan yang baik dalam menerima permintaan konsumen saat memesan pesanan. Selanjutnya pada dimensi keyakinan kesepuluh konsumen memberikan pendapat yang positif yaitu karyawan memiliki sikap yang ramah dan sopan terhadap konsumen. Yang terakhir pada dimensi empati, dari kesepuluh konsumen memberikan pendapat bahwa karyawan memiliki rasa perhatian kepada konsumen. Yaitu dengan melakukan hubungan komunikasi yang baik kepada setiap konsumen.

Dari kualitas pelayanan diatas, maka menghasilkan minat beli konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 sebagai berikut:

Tabel 4.1
Minat Beli

No	Nama Konsumen	Transaksional	Refrensial	Preferensial
1.	Henita	✓	✓	-
2.	Marisa	✓	✓	-
3.	Diah	✓	-	-
4.	Maya	✓	-	-
5.	Anisa Haniyah	✓	-	-
6.	Susi	✓	-	-
7.	Vina	✓	-	-
8.	Rika	✓	✓	-
9.	Reza	✓	✓	-

10.	Adit	✓	✓	-
Persentase		100%	50%	0%

Sumber: Data diolah

Dari hasil tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari kesepuluh konsumen memiliki kecenderungan untuk bertransaksi dan membeli pada Ayam Geprek Agan 24, karena harga yang kompetitif murah, porsi produk yang besar, gratis es teh, tempat makan yang luas, nyaman, sejuk dan mudah dijangkau. Selanjutnya terdapat lima konsumen yang sudah mereferensikan produk kepada orang lain. Alasan konsumen mereferensikan kepada orang lain karena harga yang kompetitif murah dan kualitas produk. Selain itu kecenderungan konsumen untuk mereferensikan kepada orang lain karena kenyamanan tempat dan pelayanan yang ramah. Kemudian dari kesepuluh konsumen tidak menjadikan Ayam geprek Agan 24 sebagai preferensi utama, karena adanya rasa bosan dan memiliki keinginan untuk membeli makanan yang berbeda. Namun konsumen akan membeli kembali di Ayam Geprek Agan 24 jika rasa, harga, pelayanan, kebersihan tempat makan tidak berubah dan tidak mengecewakan. Dalam hal ini konsumen juga akan membeli kembali di Ayam Geprek Agan 24 namun tidak setiap hari.

2. Ayam Geprek 3 Saudara

Berdasarkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen di Ayam Geprek 3 Saudara sudah cukup baik. Meskipun

terdapat konsumen yang memberikan persepsi berbeda mengenai pelayanan di usaha tersebut. Seperti pada dimensi bukti fisik, dari kesepuluh konsumen terdapat delapan konsumen yang menyatakan jika tempat makan bersih, rapi dan nyaman, fasilitas juga sudah memadai seperti adanya kipas angin dan wifi gratis. Namun terdapat dua konsumen yang memberikan pendapat berbeda mengenai tempat makan yaitu tempat makan yang kurang menarik. Kemudian dari penampilan karyawan, kesepuluh konsumen memberikan pendapat yang kurang mengenai hal tersebut. Dalam hal ini karyawan berpakaian biasa saja dan kurang menarik. Bahkan hanya memakai baju dan celana pendek.

Pada dimensi keandalan, kesepuluh konsumen memberikan pendapat positif. Pendapat positif tersebut dibuktikan dengan karyawan yang cepat dalam melayani konsumen. Waktu dalam melayani sekitar 3-5 menit dan tidak sampai 10 apabila sedang sedang ramai pembeli. Kemudian pada dimensi koresponsifan, kesepuluh konsumen memberikan pendapat positif mengenai hal tersebut. Dalam hal ini karyawan memberikan respon dan tanggap, seperti melayani dan memahami kebutuhan konsumen dengan mengisi teko air minum jika habis dan cepat tanggap saat menerima pesanan banyak. Selanjutnya pada dimensi keyakinan, terdapat tiga konsumen yang memberikan pendapat positif yaitu karyawan bersikap sopan dan ramah. Namun terdapat tujuh konsumen yang memberikan pendapat

bahwa sikap dan tingkah laku dari karyawan standart dan biasa saja bahkan adanya karyawan yang kurang ramah. Kemudian pada dimensi empati, terdapat dua konsumen yang memberikan pendapat bahwa untuk perhatian dari karyawan di Ayam Geprek 3 Saudara biasa saja, bahkan tidak terlalu memperhatikan konsumen apabila sedang ramai pembeli. Sedangkan terdapat delapan konsumen yang memberikan pendapat bahwa karyawan sudah memiliki perhatian yang baik dengan konsumen. Perhatian tersebut seperti mempersilahkan konsumen untuk duduk terlebih dahulu saat menunggu pesanan dan menyalakan kipas angin saat konsumen datang untuk makan ditempat.

Dari kualitas pelayanan diatas, maka menghasilkan minat beli konsumen pada Ayam Geprek 3 Saudara sebagai berikut:

Tabel 4.2
Minat Beli

No	Nama Konsumen	Transaksional	Refrensial	Preferensial
1.	Yulia	✓	-	-
2.	Anisa	✓	-	-
3.	Ayu	✓	-	-
4.	Eka Apriyani	✓	✓	-
5.	Putri Meli	✓	✓	-
6.	Ibu Mira	✓	✓	-
7.	Nia	✓	-	-
8.	Sera	✓	✓	-
9.	Dini	✓	-	-
10.	Bapak Dedik	✓	-	-
Persentase		100%	40%	0%

Sumber: Data diolah

Dari hasil tabel diatas dapat dijelaskan bahwa dari kesepuluh konsumen memiliki kecenderungan untuk bertransaksi dan membeli

pada Ayam Geprek 3 Saudara, karena harga yang kompetitif murah, kualitas produk dan gratis es teh. Selain itu kecenderungan konsumen untuk membeli karena kecepatan pelayanan, tempat mudah dijangkau dan kenyamanan fasilitas tempat. Selanjutnya terdapat empat konsumen yang telah mereferensikan produk kepada orang lain, dengan alasan harga yang kompetitif murah, kecepatan pelayanan dan jarak yang tidak terlalu jauh dari tempat tinggal konsumen. Kemudian kesepuluh konsumen tidak memiliki minat preferensial yang menjadikan ayam geprek sebagai makanan utama, karena adanya rasa bosan dan ingin makanan yang berbeda. Selain itu konsumen akan membeli dan menjadi pelanggan apabila rasa, harga dan pelayanan tidak berubah dan tidak mengecewakan.

Berdasarkan analisis mengenai kualitas pelayanan pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara diatas merupakan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan dan menarik minat konsumen. Dalam rangka menciptakan minat beli konsumen, pelayanan yang ditawarkan harus berkualitas.

F. Analisis Pelayanan di Tinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

Berdasarkan hasil data yang didapat oleh peneliti melalui pengamatan dan wawancara terhadap karyawan Ayam Geprek Agan 24

dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P, maka peneliti dapat menganalisis Pelayanan ditinjau dari Perspektif Etika Bisnis Islam sebagai berikut:

1. Ayam Geprek Agan 24

Berdasarkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat diketahui bahwa di Ayam Geprek Agan 24 karyawan sudah memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Namun dalam prinsip kesatuan/tauhid belum terpenuhi. Hal ini dikarenakan karyawan belum tepat waktu dalam melaksanakan kewajiban shalat bahkan terdapat karyawan yang sama sekali tidak melaksanakan, padahal sudah diberi waktu untuk melaksanakan shalat oleh pemilik. Kemudian dari prinsip yang sudah terpenuhi seperti, prinsip keseimbangan/keadilan. Dalam hal ini karyawan selalu bersikap ramah dan sopan terhadap konsumen. Selain itu karyawan memberikan porsi dengan takaran yang sama untuk semua konsumen.

Selanjutnya prinsip kehendak bebas. Karyawan memberikan kebebasan untuk meminta ayam geprek bagian paha atau dada, bahkan jika ada konsumen meminta ayam geprek bagian paha atau dada karyawan bersedia memberikan ayam geprek yang telah diminta konsumen. Berikutnya prinsip tanggung jawab. Dalam hal ini setiap karyawan bisa menjamin sebagai penjual yang bertanggung jawab jika terjadi kesalahan dalam melayani konsumen yang tidak sesuai dengan permintaan konsumen. Terakhir prinsip ihsan. Dalam prinsip ini karyawan bersikap ramah serta menjalin komunikasi yang baik dengan

konsumen dengan cara menanyakan terkait ayam geprek yang dipesan untuk memuaskan konsumen.

3. Ayam Geprek 3 Saudara

Berdasarkan pada pembahasan yang sebelumnya dapat diketahui bahwa karyawan sudah memiliki kualitas pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam. Namun belum sepenuhnya terpenuhi, seperti prinsip kesatuan/tauhid, karyawan belum juga melaksanakan kewajiban sholat dengan tepat waktu. Bahkan terdapat karyawan yang tidak melaksanakannya dan belum memakai hijab. Padahal pemilik sudah memberi waktu untuk melaksanakan sholat secara bergantian. Kemudian prinsip keseimbangan/keadilan. Karyawan memang sudah berbuat adil kepada semua konsumen dalam memberikan porsi dan harga. Dalam proses transaksi karyawan tidak pernah memberikan harga yang berbeda kepada konsumen karena prinsip keadilan dituntut untuk memperlakukan secara sama sesuai dengan acuan yang adil. Namun terdapat karyawan yang tidak adil dalam memperlakukan semua konsumen yang datang. Seperti tidak melakukan senyum dan sapa kepada semua konsumen ketika ada konsumen yang baru saja datang, Padahal seharusnya karyawan melayani semua konsumen dengan baik dan ramah karena keramahan karyawan sangat berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen.

Kemudian prinsip-prinsip yang sudah terpenuhi adalah prinsip kehendak bebas. Karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen yang akan membeli ayam geprek untuk dibawa pulang atau makan ditempat. Berikutnya prinsip tanggung jawab, karyawan bertanggung jawab dalam melakukan kesalahan dalam melayani konsumen. Karyawan siap menerima konsekuensi terhadap apa yang diperbuat. Selain itu karyawan dalam melayani konsumen selalu dengan cepat, sehingga konsumen tidak perlu menunggu lama. Terakhir prinsip ihsan. Karyawan sudah memberikan perhatian kepada konsumen dengan baik. Perhatian yang diberikan karyawan yaitu melayani dengan cepat dan ramah.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwasannya:

1. Kualitas pelayanan yang dilakukan Ayam Geprek Agan 24 pada bukti fisik (tempat makan cukup luas, bersih, terdapat kran untuk cuci tangan, banyak meja dan kursi, tempat parkir cukup luas dan penampilan karyawan cukup rapi). Pada keandalan (pelayanan cukup lama jika sedang ramai sekitar 5-10 menit). Pada koresponsifan (menerima permintaan konsumen dengan baik, saat ada yang meminta sambal lebih banyak). Pada keyakinan (karyawan bersikap ramah dan sopan). Pada empaty (menawarkan bagian ayam geprek dan mempersilahkan konsumen untuk duduk saat menunggu pesanan). Dalam hal ini kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 sebanyak 100% untuk minat transaksional, 50% untuk minat refrensial, dan 0% untuk minat preferensial.

Sedangkan kualitas pelayanan yang dilakukan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P pada bukti fisik (Menyediakan kipas angin, wifi gratis, tempat bersih, namun tempat makan dan parkir kurang luas. Penampilan karyawan kurang menarik, bahkan ada yang hanya memakai celana dan baju pendek). Pada keandalan (pelayanan cukup cepat sekitar 3-5 menit). Pada koresponsifan (karyawan mengisi teko air minum saat habis dan

memberi tahu password wifi saat ada konsumen yang bertanya). Pada keyakinan (karyawan bersikap ramah, namun terdapat karyawan yang kurang ramah dalam melayani). Pada empathy (karyawan menyalakan kipas angin saat cuaca sedang panas dan memberi porsi nasi yang banyak agar konsumen puas). Dalam hal ini kualitas pelayanan dalam meningkatkan minat beli konsumen Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P sebanyak 100% untuk minat transaksional, 40% untuk minat refrensial, dan 0% untuk minat preferensial.

2. Kualitas pelayanan ditinjau dari perspektif Etika Bisnis Islam pada Ayam Geprek Agan 24 sudah sesuai dengan prinsip keseimbangan/keadilan (karyawan bersikap ramah, sopan dan memberikan porsi yang sama untuk semua konsumen), kehendak bebas (memberi kebebasan konsumen dalam memesan bagian ayam geprek paha/dada), tanggung jawab (mengakui kesalahan dalam melayani jika tidak sesuai dengan permintaan konsumen) dan ihsan (karyawan memberikan senyum dan sapa dan mengantarkan pesanan online lewat whatsapp tanpa biaya ongkos). Namun terdapat satu prinsip yang belum sesuai yaitu prinsip kesatuan/tauhid (karyawan belum melaksanakan sholat dengan tepat waktu bahkan ada yang tidak melaksanakan, padahal pemilik sudah memberi waktu untuk sholat). Sedangkan pada Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P prinsip kehendak bebas (konsumen bebas mengambil pesanan jam berapa pun dan bebas untuk memilih makan ditempat atau dibawa pulang) tanggung jawab (karyawan melayani dengan cepat dan menerima konsekuensi apabila melakukan

kesalahan dalam melayani). Pada prinsip ihsan (karyawan melayani dengan cepat dan ramah). Namun terdapat prinsip yang belum sesuai yaitu keseimbangan/keadilan (memberi harga dan porsi yang sama kepada semua konsumen, namun terdapat karyawan yang yang tidak adil yaitu tidak melakukan senyum dan sapa kepada semua konsumen), dan prinsip kesatuan/tauhid (karyawan belum melaksanakan sholat dengan tepat waktu bahkan ada yang tidak melaksanakan, padahal pemilik sudah memberi waktu untuk sholat).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Kepada pemilik dan karyawan Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara harus terus meningkatkan kualitas pelayanan, yang sesuai dengan dimensi kualitas pelayanan seperti bersikap ramah, menyediakan fasilitas toilet untuk pria dan wanita serta mushola untuk beribadah agar mempertahankan minat beli konsumen dalam transaksional, meningkatkan minat refrensial dan preferensial.
2. Dalam memberikan pelayanan yang berkualitas, setiap karyawan sebaiknya tidak boleh melupakan standar pelayanan yang telah ditetapkan dalam Etika Bisnis Islam. Karyawan harus tetap melaksanakan kewajiban sholat meskipun sedang sibuk melayani konsumen. Sebab dengan adanya Etika Bisnis Islam tentu akan terhindar dari berbagai dosa dan bentuk kezaliman di dunia serta mendatangkan berkah yang melimpah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Nirwana Putri, Masitha. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan* Vol.3 No.2 (2018): 170–82.
- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2005.
- Ahmad Yani Harahap, Mahrum. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produksi dan Lokasi Terhadap Minat Beli Masyarakat di Muhsin Distro Kota Lubuk Pakam”, *Skripsi UIN Sumatera Utara*, 2019.
- Amazihono, Nuriman. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di UD. Elvin Kecamatan Lahusa”. *Skripsi STIE Nias Selatan*, 2018.
- Assauri, Sofyan. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Fajar Interpratama, 2012.
- . *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Bagio Santoso Joko, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen (Studi Konsumen Geprek Benu Rawamangun”, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen* Vol.16 No.01 (2019): 130
- Fahmi, Irham. *Etika Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Hendro. *Dasar-Dasar Kewirausahaan*. Jakarta: Erlangga, 2011.
- Herlambang, Bangga. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Latansa Futsal di Pekanbaru, *Skripsi Universitas Islam Riau*, 2021.
- Juni Priansa, Donni. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Kasmir. *Etika Customer Service*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Indeks, 2006.

- Kurniawan, Gogi. *Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Cet ke 1. Mitra Abisatya, 2020.
- Marlena, Eka. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Menggunakan Jasa Transportasi Kereta Api dalam Perspektif Ekonomi Islam”, *Skripsi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Cett. I s.d. 38. Bandung, 2018.
- Nogi S, Hessel. *Manajemen Publik*. Jakarta: Grasindo, 2005.
- Nurfaisah. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Untuk Berbelanja di Pasar Tradisional Kelurahan Lappa Kecamatan Sinjau Utara Kabupaten Sinjai”. *Skripsi Universitas Negeri Makassa*, 2018.
- Rahman Shaleh, Abdul. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Rizki Sudirman M, “Pengaruh Persepsi Pelanggan Atas Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Volume Penjualan D’Jombang Café”, *Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Rosmawati. *Pokok-Pokok Hukum Perlindungan Konsumen*. Edisi Pertama. Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Rusdianto, Arif. “Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Komperatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari)”, *Skripsi IAIN Metro*, 2020.
- Sari Yunita, Nila. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)”, *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018.
- Sehani. “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus dalam Pelayanan Pembuatan SIM di Satlantas Medan)”. *Skripsi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2018.
- Sri Yuniarti, Vinna. *Perilaku Konsumen Dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Cet ke 1. Bandung: Alfabeta, 2013.

Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS, 2019.

Syafiq, Ahmad. "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam." *El-Faqih* 5 (April 2019).

Tjiptono, Fandy, and Gregorius Chandra. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012.

Yusanto, Widjajakusuma. *Menggagas Bisnis Islam*. Jakarta: Gema Insani Press, 2002.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Nomor : B-0390/In.28.1/J/TL.00/02/2023
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
LILIS RENFIANA (Pembimbing 1)
LILIS RENFIANA (Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : **ANITA SARI**
NPM : 1903010011
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Judul : **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)**

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, 21 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-1636/In.28/D.1/TL.00/05/2023
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
OWNER AYAM GEPREK 3 SAUDARA
R.A.P
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1637/In.28/D.1/TL.01/05/2023, tanggal 25 Mei 2023 atas nama saudara:

Nama : **ANITA SARI**
NPM : 1903010011
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syaria`h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di AYAM GEPREK 3 SAUDARA R.A.P, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI USAHA AYAM GEPREK DI KECAMATAN METRO TIMUR)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 25 Mei 2023
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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

Perihal : Pemberian Izin Research

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan di bawah ini pemilik Usaha Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P menerangkan bahwa:

Nama : Anita Sari
NPM : 1903010011
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Semester : VIII (Delapan)

Telah mengadakan Research/Survey di Usaha Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P Metro Timur.

Demikian pemberitahuan ini kami sampaikan, semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas dukungan dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 26 Mei 2023
Pemilik Usaha Ayam Geprek
3 Saudara R.A.P



Pipit Oktaviani



**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-1637/In.28/D.1/TL.01/05/2023

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

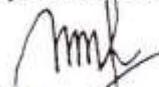
Nama : **ANITA SARI**
NPM : 1903010011
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di AYAM GEPREK 3 SAUDARA R.A.P, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (STUDI USAHA AYAM GEPREK DI KECAMATAN METRO TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 25 Mei 2023

Mengetahui,
Pejabat Setempat


Pipit Oktaviani

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



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



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-405/In.28/S/U.1/OT.01/05/2023**

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

Nama : ANITA SARI
NPM : 1903010011
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 1903010011

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, 24 Mei 2023
Kepala Perpustakaan



Asad
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 : Anita Sari
NPM : 1903010011
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam**

(Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur) untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 18%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 12 Juni 2023
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



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

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)

A. Wawancara

1. Pertanyaan untuk pemilik Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P:
 - a. Bagaimana sejarah berdirinya Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P?
 - b. Berapakah jumlah karyawan yang ada di Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P?
 - c. Bagaimanakah upaya-upaya yang dilakukan usaha Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P dalam meningkatkan kualitas pelayanan?
 - d. Berapakah pendapatan pada Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P setiap bulannya?

2. Pertanyaan untuk konsumen Usaha Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P:

KUALITAS PELAYANAN

a. Bukti Fisik

- 1) Bagaimana pendapat anda mengenai kebersihan, kenyamanan dan kerapihan tempat usaha ini?

2) Bagaimana pendapat anda mengenai Fasilitas disini? Dan apa saja fasilitas tersebut?

3) Bagaimana pendapat anda mengenai penampilan dari karyawan? Apakah bersih dan rapi?

b. Keandalan

Bagaimana pendapat anda mengenai kecepatan karyawan dalam melayani konsumen di Ayam Geprek ini? Berapa menit sampai pesanan jadi?

c. Keresponsifan

Bagaimana menurut anda dengan respon dan ketanggapan karyawan dalam melayani konsumen? Jika responnya baik, berikan contohnya?

d. Keyakinan

Bagaimana pendapat anda mengenai sikap karyawan dalam melayani konsumen disini?

e. Empaty

Bagaimana pendapat anda mengenai perhatian karyawan terhadap konsumen di Ayam Geprek ini? Jika perhatiannya baik, perhatian seperti apa yang diberikan oleh karyawan?

MINAT BELI

a. Minat Transaksional

Kenapa anda memilih membeli dan menjadi pelanggan di Ayam Geprek ini? Berikan alasannya?

b. Minat Refrensial

Apakah anda pernah mereferensikan Ayam Geprek disini kepada orang lain? Apabila pernah, apa alasan anda?

c. Minat Preferensial

Apakah anda akan membeli/menjadikan Ayam Geprek disini sebagai makanan yang anda beli setiap hari? Jika tidak membeli setiap hari, berikan alasannya?

ETIKA BISNIS ISLAM

Pertanyaan untuk karyawan Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P:

a. Kesatuan/Tauhid

- 1) Apakah semua karyawan disini menjalankan kewajiban sholat setelah mendengar adzan?
- 2) Apakah diberi waktu untuk melaksanakan sholat oleh pemilik?

b. Keseimbangan/Keadilan

- 1) Bagaimana cara anda dalam memberi keadilan dan memperlakukan konsumen di Ayam Geprek ini? Berikan contoh saat anda memperlakukan konsumen dengan adil?
- 2) Apakah anda membedakan antara konsumen satu dengan yang lain?

c. Kehendak Bebas

Apakah anda sebagai karyawan selalu memberikan kebebasan kepada konsumen dalam pemesanan ayam geprek disini?

d. Tanggung Jawab

1) Bagaimana rasa tanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam melayani pemesanan dari konsumen?

2) Bagaimana rasa tanggung jawab anda saat melayani konsumen? Apakah cepat?

e. Ihsan

Bagaimana perbuatan baik atau sikap anda jika bertemu konsumen?

B. Dokumentasi

- a. Data mengenai profil Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara
- b. Foto kegiatan wawancara

C. Observasi

- a. Peneliti menjadi konsumen di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara
- b. Pengamatan terhadap situasi dan fasilitas di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara
- c. Pengamatan terhadap pelayanan karyawan di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara

Mengetahui
Pembimbing



Lilis Renfiana, ME.
NIP. 199407312020122033

Metro, Maret 2023
Mahasiswa ybs,



Anita sari
NPM. 1903010011

OUTLINE

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi Usaha Ayam Geprek Di Kecamatan Metro Timur)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

HALAMAN KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Pelayanan
 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 2. Dimensi Kualitas Pelayanan
- B. Minat Beli Konsumen
 1. Pengertian Minat Beli
 2. Indikator Minat Beli
 3. Pengertian Konsumen
 4. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Timbulnya Minat Beli Konsumen
- C. Etika Bisnis Islam
 1. Pengertian Etika Bisnis Islam
 2. Prinsip-Prinsip Etika Bisnis Islam

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Penjamin Keabsahan Data (Triangulasi Data)
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian
 1. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek Agan 24
 2. Sejarah Berdirinya Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
 3. Profil Informan
- B. Pelayanan di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
- C. Minat Beli Konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
- D. Penerapan Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
- E. Analisis Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen pada Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P
- F. Analisis Pelayanan di Tinjau dari Etika Bisnis Islam di Ayam Geprek Agan 24 dan Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P

BAB V PENUTUP

- A. Simpulan
- B. Saran

BAGIAN AKHIR DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN RIWAYAT HIDUP

Mengetahui
Pembimbing



Lilis Renfiana, ME.
NIP. 199407312020122033

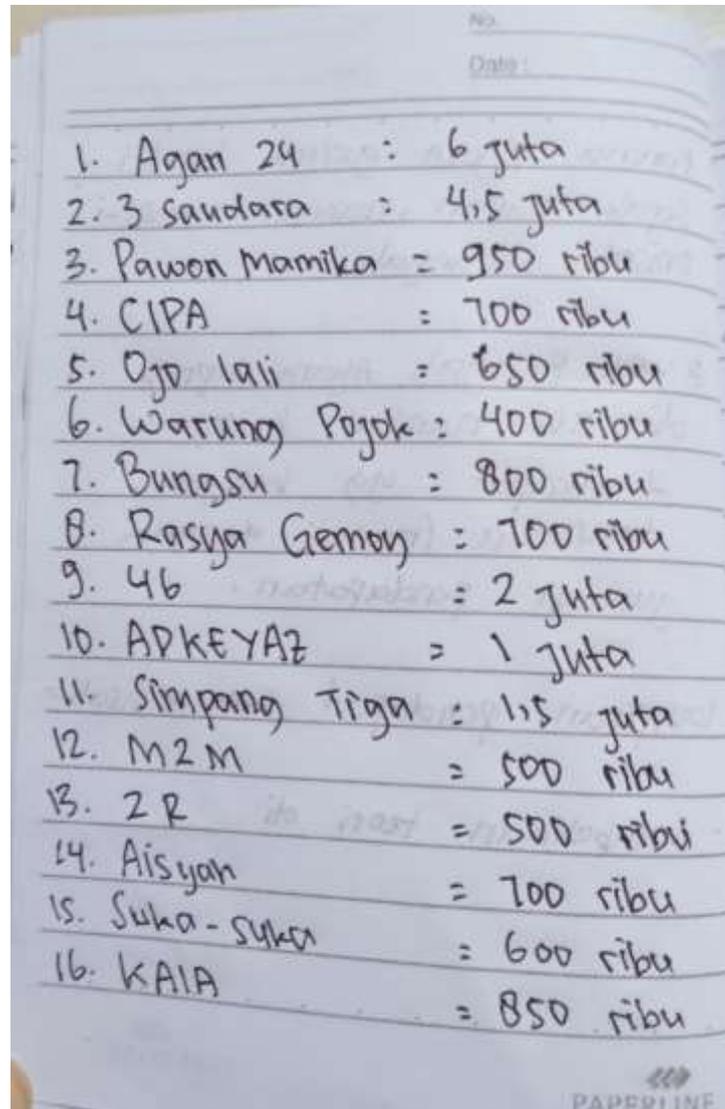
Metro, Mei 2023
Mahasiswa ybs,



Anita Sari
1903010011

Dokumentasi hasil survey data pendapatan/omset dari ke 16 usaha

Ayam Geprek



A photograph of a handwritten list in a notebook. The list contains 16 items, each representing a business and its corresponding revenue or omset. The items are numbered 1 through 16. The notebook has 'No.' and 'Date:' printed at the top. At the bottom right, there is a logo with three red arrows and the word 'PAPERLINE'.

No.	Business Name	Revenue/Omset
1.	Agan 24	: 6 juta
2.	3 saudara	: 4,5 juta
3.	Pawon Mamika	= 950 ribu
4.	CIPA	= 700 ribu
5.	Ojo lali	= 650 ribu
6.	Warung Pajok	: 400 ribu
7.	Bungsu	= 800 ribu
8.	Rasya Gemoy	= 700 ribu
9.	46	= 2 juta
10.	ADKEYAZ	= 1 juta
11.	Simpang Tiga	: 1,5 juta
12.	M2M	= 500 ribu
13.	2R	= 500 ribu
14.	Aisyah	= 700 ribu
15.	Suka-suka	= 600 ribu
16.	KAIA	= 850 ribu

Dokumentasi pendapatan Ayam Geprek Agan 24 dalam Perhari

Hari / Tanggal	Jumlah Pendapatan
Minggu, 1-1-23	RP 6.500.000
Senin, 2-1-23	RP 6.750.000
Selasa, 3-1-23	RP 7.000.000
Rabu, 4-1-23	RP 7.200.000
Kamis, 5-1-23	RP 6.350.000
Jumat, 6-1-23	RP 6.800.000
Sabtu, 7-1-23	RP 6.100.000
Minggu, 8-1-23	RP 6.950.000
Senin, 9-1-23	RP 6.200.000
Selasa, 10-1-23	RP 7.100.000
Rabu, 11-1-23	RP 7.450.000
Kamis, 12-1-23	RP 6.220.000
Jumat, 13-1-23	RP 7.270.000
Sabtu, 14-1-23	RP 7.000.000
Minggu, 15-1-23	LIBUR
Senin, 16-1-23	RP 6.600.000
Selasa, 17-1-23	RP 6.340.000
Rabu, 18-1-23	RP 6.550.000
Kamis, 19-1-23	RP 6.100.000
Jumat, 20-1-23	RP 7.320.000
Sabtu, 21-1-23	RP 7.200.000
Minggu, 22-1-23	RP 6.900.000
Senin, 23-1-23	RP 6.930.000
Selasa, 24-1-23	RP 6.010.000
Rabu, 25-1-23	RP 6.900.000
Kamis, 26-1-23	RP 6.020.000
Jumat, 27-1-23	RP 7.090.000
Sabtu, 28-1-23	RP 7.300.000
Minggu, 29-1-23	RP 6.900.000
Senin, 30-1-23	RP 6.650.000
Selasa, 31-1-23	RP 6.210.000
Rabu, 1-2-23	RP 6.350.000
Kamis, 2-2-23	RP 6.050.000
Jumat, 3-2-23	RP 6.970.000
Sabtu, 4-2-23	RP 6.990.000
Minggu, 5-2-23	LIBUR

Dokumentasi pendapatan Ayam Geprek 3 Saudara dalam Perhari

1 Desember 2022

Garp : 100.000
 Gajik : 70.000
 Ayam Ala : 40.000
220.000

Pengeluaran :
 - Cabe : 150.000
 - Beras : 495.000
 - Jil : 50.000
710.000

Baku : 150.000
 Ayam : 2.136.000

Pendapatan : 4.655.000

2 Desember 2022

Ayam : 2.270.000
 Beras 20x27 : 291.000
 Beras 20x39 : 495.000
 Tabungan : 310.000

Garp : 100.000
 Gajik : 700.000
 Ayam Ala : 100.000
400.000

Pengeluaran :
 Galon : 20.000
 Timun : 12.000
 Bantal : 15.000
 Garam : 60.000
107.000

Cabe : 100.000
 Minyak : 337.000

Pendapatan : 4.794.000

3 Desember 2022

Garp : —
 Gajik : 80.000
 Ayam Ala : 70.000
150.000

Pengeluaran :
 Cabe : 150.000
 Ayam : 2.370.000
 Beras 20x34 : 732.000
 Tabungan : 310.000

Minyak : 1.320.000

Pendapatan : 4.625.000

4 Desember 2022

Garp : 10.000
 Gajik : 80.000
 Ayam Ala : 70.000
160.000

Pengeluaran :
 Galon : 20.000
 Beras : 600.000
 Ayam : 2.937.500
 Kacelada : 59.500
 Tabungan : 310.000

Cabe : 110.000
 ES : 50.000
 Minyak : 402.000

Pendapatan : 4.442.000

Dokumentasi pemilik dan karyawan Ayam Geprek Agan 24



Bapak Romi Hasyim (2 Februari 2023)



Ria (15 Maret 2023)



Yoana Arista (15 Maret 2023)

Dokumentasi pemilik dan karyawan Ayam Geprek 3 Saudara



Ibu Pipit Oktaviani (28 November 2022)



Rindi (17 Maret 2023)



Ibu Rohana (17 Maret 2023)

Dokumentasi konsumen Ayam Geprek Agan 24



Rika (19 Maret 2023)



Reza (3 Mei 2023)



Henita, Marisa dan Diah (17 Maret 2023)



Vina (17 Maret 2023)



Anisa Haniyah (3 Mei 2023)



Maya (17 Maret 2023)



Adit (24 Mei 2023)

Dokumentasi konsumen Ayam Geprek 3 Saudara



Annisa (17 Maret 2023)



Yulia (17 Maret 2023)



Putri Meli (24 Mei 2023)



Ibu Mira (24 Mei 2023)



Eka Apriyani (24 Mei 2023)



Bapak Dedik (24 Mei 2023)



Sera dan Dini (24 Mei 2023)



Ayu (24 Mei 2023)

Dokumentasi lokasi Ayam Geprek Agan 24





Dokumentasi lokasi Ayam Geprek 3 Saudara R.A.P





Dokumentasi Produk Ayam Geprek 3 Saudara



Dokumentasi Produk Ayam Geprek Agan 24



RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Anita Sari. Lahir pada tanggal 20 Agustus 2000 di Desa Rejomulyo, Kecamatan Metro Selatan, Kota Metro. Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara, yang lahir dari pasangan Bapak Mardiono dan Ibu Katum.

Pendidikan yang telah ditempuh penulis, dimulai dari TK Dharma Wanita Cempaka Rejomulyo dan selesai pada tahun 2007. Setelah itu penulis melanjutkan ke SD Negeri 1 Metro Selatan dan selesai pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke jenjang pertama di SMP Negeri 5 Metro Selatan dan selesai pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan ke jenjang atas yaitu SMK Kartikatama 1 Metro dan selesai pada tahun 2019. Kemudian melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi pada tahun 2019, yaitu di IAIN Metro, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Jurusan Ekonomi Syariah.