SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CV. KUTA ALAM TAILOR BANDA ACEH DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Disusun Oleh:

RAHMI MAULINA
NIM. 150602127

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2019 M/1441 H

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama	: Rahmi Maulina
NIM	: 150602127
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggung jawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 20 November 2019
Yang Menyatakan,

Rahmi Maulina

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Ekonomi Syariah

Dengan Judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah

Disusun Oleh:

Rahmi Maulina
NIM. 150602127

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dalam penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry

Pembimbing I,	Pembimbing II,
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc	Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 197209072000031001	NIP. 197505152006041001

Mengetahui
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah,

Dr. Nilam Sari, M.Ag
NIP. 197103172008012007

LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL

SKRIPSI

Rahmi Maulina
NIM. 150602127

Dengan Judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 5 Desember 2019 / 8 Rabiul Akhir 1441 H

Banda Aceh
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

Ketua,	Sekretaris,
Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec.,M.Sc	Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIP. 197209072000031001	NIP. 197505152006041001
Penguji I,	Penguji II,
Dr. Ahmad Nizam, SE., MM	Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA
NIP. 196609201993031003	NIDN. 2012108203

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-RaniryBanda Aceh

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196403141992031003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Rahmi Maulina
NIM	: 150602127
Fakultas/Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail	: rahmimaulina1@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ ……

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

☐ Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian peryataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 20 November 2019

Mengetahui,

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Rahmi Maulina	Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc	Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM
NIM. 150602127	NIP. 197209072000010l	NIP. 197505152006041O

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas kuasaNya yang selalu memberi rahmat, kasih sayang, kesehatan, dan kesabaran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat penulis selesaikan dengan baik. Shalawat dan salam penulis sampaikan ke pangkuan Nabi Muhammad Shallaallahu'alaihi wasallam, yang telah membawa umat manusia ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah" ini bertujuan sebagai salah satu syarat penyelesaian studi untuk mencapai gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan ribuan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh, yang telah banyak membantu penulis dalam memberikan dukungan secara

moril serta dukungan sarana dan prasarana dalam proses pembelajaran.

2. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah. Cut Dian Fitri, SE., M.Si,Ak selaku sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan nasehat-nasehat, pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph. D selaku Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-raniry Banda Aceh.
4. Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec., M.Ec., M.Sc selaku pembimbing I dan bapak Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM selaku pembimbing II yang telah dengan sabar meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr. Ahmad Nizam, SE., MM selaku penguji I dan ibu Hafidhah, SE., M.Si., Ak, CA selaku penguji II yang telah memberikan saran dan masukan dalam skripsi ini.
6. Dr. Nilam Sari, M.Ag sebagai penasehat akademik, serta kepada seluruh dosen-dosen dan para staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dosen-dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memberikan pengajaran serta

nasihat-nasihat kepada penulis selama mengikuti perkuliahan dan juga untuk seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

7. Seluruh staf dan pegawai Kuta Alam Tailor Banda Aceh yang telah sudi menerima penulis untuk melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperluan guna menyelesaikan skripsi ini. Dan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang diberikan.
8. Kepada kedua orang tua tercinta, Ayahanda Sunarso dan Ibunda Jasmanidar yang telah memberikan pengorbanan yang luar biasa, pembelajaran hidup, cinta, kasih sayang, doa, bimbingan, dukungan, dan nasehat yang luar biasa tiada hentinya, memberi semangat, dukungan serta memberikan doa terbaik bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan program studi tepat waktu.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung yang tidak m ungkin dapat penulis sebutkan satu persatu. Semoga segala kebaikan dibalas oleh Allah Subhanahu wa ta'ala.

Akhirnya dengan mengucapkan Alhamdulillah, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, bagi penulis sendiri, dan kepada semua pihak yang telah banyak membantu. Dalam penulisan skripsi ini pun tidak lepas dari kekurangan dan kesalahan, penulis mengharapkan kritik dan saran

yang dapat dijadikan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Banda Aceh, 20 November 2019
Penulis,

Rahmi Maulina

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor:158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṡ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ż	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	*Fatḥah*	A
◌ِ	*Kasrah*	I
◌ُ	*Dammah*	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
ي◌َ	*Fatḥah* dan ya	Ai
و◌َ	*Fatḥah* dan wau	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول: *haula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي /ا َ	*Fatḥah* dan *alif* atau ya	Ā
ي ِ	*Kasrah* dan ya	Ī
و ُ	*Dammah* dan wau	Ū

Contoh:

قَالَ :*qāla*

رَمَى :*ramā*

قِيْلَ :*qīla*

يَقُوْلُ :*yaqūlu*

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة)hidup

Ta *marbutah* (ة)yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta

bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ ٱلاطْفَالْ	: *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوّرَة	: *al-Madīnah al-Munawwarah/ al-Madīnatul Munawwarah*
طَلْحَةْ	: *Ṭalḥah*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama	: Rahmi Maulina
NIM	: 150602127
Fakultas/ Program Studi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/EkonomiSyariah
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Syariah
Pembimbing I	: Dr. Israk Ahmadsyah, B,Ec., M.Ec., M.Sc
Pembimbing II	: Dr. T. Meldi Kesuma, SE., MM

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh. Sampel dalam penelitian ini adalah 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposive Sampling*.. Hasil penelitian data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa menjahit pada CV. Kuta Alam Tailor. Melalui pengujian koefisien determinasi (R2) diperoleh nilai R=0,769 yang artinya terdapat hubungan yang sangat erat antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa menjahit pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh. Hasil uji signifikasi secara parsial menyatakan bahwa daya tanggap, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan keandalan dan jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa pada CV. Kuta Alam Tailor.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, Kepatuhan Syariah.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL KEASLIAN ..... **i**
HALAMAN JUDUL KEASLIAN ..... **ii**
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... **iii**
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI ..... **iv**
LEMBAR PENGESAHAN SEMINAR HASIL ..... **v**
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN .... **xi**
ABSTRAK ..... **xv**
DAFTAR ISI ..... **xvi**
DAFTAR TABEL ..... **xx**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 8
1.4 Manfaat Penelitian 9
1.5 Sistematika Penulisan 9

BAB II LANDASAN TEORI **11**
2.1 Kualitas Pelayanan 11
2.1.1 Karakteristik Jasa/Pelayanan 16
2.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan 18
2.1.3 Peningkatan Kualitas Pelayanan 19
2.2 Indikator Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam 20
2.2.1 Keandalan (*Reliability*) 22
2.2.2 Daya Tanggap (*Responsiveness*) 23
2.2.3 Jaminan (*Assurance*) 24
2.2.4 Empati (*Empathy*) 25
2.2.5 Bukti Fisik (*Tangible*) 26
2.2.6 Kepatuhan Syariah (*Complianc Syariah*) 27

2.3 Kepuasan Pelanggan 29
2.3.1 Mengukur Kepuasan Pelanggan..... 32
2.3.2 Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam 34
2.4 Indikator Kepuasan Pelanggan..... 35
2.5 Penelitian Terkait 37
2.6 Kerangka Pemikiran..... 40
2.7 Pengembangan Hipotesis 45

BAB III METODE PENELITIAN..... 47
3.1 Jenis Penelitian..... 47
3.2 Lokasi Penelitian..... 47
3.3 Jenis Data Penelitian 47
3.4 Teknik Pengumpulan Data..... 48
3.5 Populasi dan Sampel 49
3.6 Metode Analisis Data..... 51
3.7 Variabel Penelitian..... 52
3.8 Teknik Analisis Data..... 54
3.8.1 Uji Validitas 54
3.8.2 Uji Reliabilitas 55
3.9 Uji Asumsi Klasik 55
3.9.1 Uji Normalitas..... 55
3.9.2 Uji Multikolinearitas..... 56
3.9.3 Uji Heteroskedastisitas..... 56
3.10 Uji Hipotesis 57
3.10.1 Uji Parsial (Uji T) 57
3.10.2 Uji Simultan (Uji F) 58
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 60
4.1 Gambaran Umum dan Objek Penelitian 60
4.1.1 Profil Kuta Alam Tailor..... 60
4.2 Karakteristik Responden Penelitian..... 61
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 61
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur..... 62

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir 63
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 64
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian..... 65
4.3.1 Deskripsi Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan..... 65
4.3.2 Deskripsi Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan 76
4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas 84
4.4.1 Uji Validitas 84
4.4.2 Uji Reliabilitas 88
4.5 Uji Asumsi Klasik 84
4.5.1 Uji Normalitas..... 84
4.5.2 Uji Mutikolinearitas 87
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas..... 88
4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... 89
4.7 Uji Hipotesis 93
4.7.1 Uji Parsial (Uji T) 93
4.7.2 Uji Simultan (Uji F) 97
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... 99
4.8 Hasil Pembahasan 99
4.8.1 Pengaruh Keandalan (*Reliability*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan.... 100
4.8.2 Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan 101
4.8.3 Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan.... 102
4.8.4 Pengaruh Empati (*Empathy*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan.... 103
4.8.5 Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible)* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan.... 103
4.8.6 Pengaruh Kepatuhan Syariah (*Compliance Syariah*) Secara Parsial TerhadapKepuasan Pelanggan..... 104
4.8.7 Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan 105

BAB V PENUTUP 107
5.1 Kesimpulan 107
5.2 Saran..... 110

DAFTAR PUSTAKA 111
LAMPIRAN 115

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Pelanggan	4
Tabel 1.2	Pengalaman Kerja Karyawan	6
Tabel 2.1	Penelitian Terkait	37
Tabel 3.1	Skala Likert	49
Tabel 3.2	Variabel Penelitian	53
Tabel 4.1	Karakterisik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2	Karakterisik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Umur	62
Tabel 4.3	Karakterisik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
Tabel 4.4	Karakterisik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan	64
Tabel 4.5	Jawaban Responden Terhadap Variabe Keandalan (X1)	66
Tabel 4.6	Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X2)	68
Tabel 4.7	Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X3)	69
Tabel 4.8	Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X4)	71
Tabel 4.9	Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X5)	73
Tabel 4.10	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepatuhan Syariah (X6)	75
Tabel 4.11	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	77
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 4.14	Hasil Uji Normalitas	85
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas	87
Tabel 4.16	Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser	88
Tabel 4.17	Hasil Uji Linier Berganda	90
Tabel 4.18	Hasil Uji Parsial (Uji T)	94

Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji F) 98
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran 44
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot 86
Gambar 4.2 Hasil Uji Scatterplot 89

جامعة الرانري
AR-RANIRY

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner Penelitian	115
Lampiran	2	Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Kualitas Pelayanan	121
Lampiran	3	Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan	123
Lampiran	4	Uji Validitas	125
Lampiran	5	Uji Reliabilitas	127
Lampiran	6	Uji Normalitas	129
Lampiran	7	Uji Multikolinearitas	130
Lampiran	8	Uji Heteroskedastisitas	131
Lampiran	9	Regresi Linier Berganda	132
Lampiran	10	Uji Parsial (Uji T)	132
Lampiran	11	Uji Simultas (Uji F)	133
Lampiran	12	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	133

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang sangat pesat dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta berpengaruh terhadap persaingan bisnis. Perkembangan industri di Indonesia sangat meningkat, khususnya industri dibidang jasa. Salah satu industri jasa yang menjadi andalan adalah industri fashion. Dimana banyak ditemukan model dan corak bahan tekstil yang menjadi dasar bagi bahan pakaian maupun untuk keperluan lainnya. Namun di balik semua itu pelayanan dari karyawan menjadi salah satu faktor yang tidak dapat terpisahkan dari kualitas yang akan dihasilkan dari jasa pelayanan tailor, khususnya bagi CV. Kuta Alam Tailor (selanjutnya disingkat menjadi Kuta Alam Tailor) yang telah lama bergerak dalam bidang tailor dan telah mempunyai pengalaman yang sangat berharga dalam menciptakan rancangan pakaian baik untuk kalangan pria maupun wanita. Sehingga pelayanan akan menjadi salah satu kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atas kegiatan yang bersifat jasa.

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuh kembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula pada jasa menjahit ini, masalah kualitas pelayanan (*service quality*) menjadi faktor penting dalam menentukan

keberhasilan jasa ini. Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas melainkan yang berkualitas kepada orang lain (Abdullah, 2013).

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap pengunjung yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syariah dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pengunjung terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Berkaitan dengan penyediaan layanan pengunjung, Islam telah mengatur bagaimana cara untuk menghasilkan layanan yang berkualitas bagi pengunjungnya (Jamhari, 2017).

Peranannya akan dapat dirasakan bagitu besar dan menentukan manakala dalam kegiatan usaha tersebut terdapat kompetisi atau persaingan dalam merebut konsumen atau pelanggan. Persaingan perusahaan sejenis di Kota Banda Aceh saat ini bukan hanya dari segi mutu dan jumlah produk yang dapat dihasilkan, melainkan juga dalam hal pelayanan. Hal yang terakhir ini yang menyebabkan persaingan semakin seru dengan mengenal sistem pelayanan baru yang semakin cepat, nyaman dan memuaskan bagi konsumen.

Untuk merebut hati konsumen, setiap perusahaan berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan perkembangan teknologi maupun lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya. Peningkatan kualitas layanan secara berkesinambungan dapat dicapai melalui penerapan program pengembangan mutu secara konsisten, dan melibatkan seluruh jajaran dalam organisasi. Proses manajemen mutu harus dimulai dari persiapan mutu yaitu penentuan kebutuhan langganan, selanjutnya menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Pengendalian mutu dilakukan dengan membandingkan kualitas produk yang dihasilkan dengan yang direncanakan dan perbaikan mutu dengan mempersiapkan sumber daya terlatih dan memiliki motivasi yang dibutuhkan untuk perbaikan mutu.

Manfaat utama pengembangan kualitas layanan adalah peningkatan nilai tambah dan produktivitas, penurunan biaya, peningkatan kemampuan pengiriman produk kepada konsumen sehingga konsumen dapat membeli barang dan harga yang lebih rendah, dan mutu yang lebih tinggi serta waktu pengiriman yang lebih tepat yang akhirnya menjadikan kekuatan organisasi dalam bersaing. Pengembangan mutu yang sudah berjalan baik akan menjadi landasan untuk penerapan sistem mutu internasional, hal ini merupakan syarat suatu produk dapat menembus pasar global.

Untuk mewujudkan pelayanan yang handal, Kuta Alam Tailor dimana pada saat ini mempunyai karyawan sebanyak 50

orang yang terdiri dari 32 orang laki-laki dan 18 orang perempuan, dengan tingkat pendidikan 5 orang sarjana, 3 orang Diploma III, 35 orang SMA\SMU dan 7 orang SMP. Adapun variasi ongkos berkisar antara Rp 120.000,- sampai dengan Rp 200.00,- untuk kain yang dibawa sendiri oleh konsumen, sedangkan ongkos kain yang disediakan oleh Kuta Alam Tailor berkisar antara Rp 250.000,- sampai dengan Rp. 2.000.000,-.

Dalam rangka memberikan kepuasan pelanggan, Kuta Alam Tailor juga menyediakan jenis bahan kain unggulan ke konsumen seperti kain Wool Italy, Wool England, Wool Germany, kain biasa (kain Levis, kain Caterins, kain PP, maupun jenis kain Barabas), kain Sutra dan Kain Batik. Sedangkan mengenai ongkos pembuatan sangat tergantung dari jenis kain yang digunakan dan juga tergantung apakah kain atau bahan tersebut disediakan oleh Kuta Alam Tailor atau langsung dibawa oleh konsumen sendiri.

Adapun jumlah perkiraan pelanggan yang telah mempercayakan pesanan berbagai macam jahitan kepada Kuta Alam Tailor Banda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan

Tahun	Jumlah Pelanggan
2014	120
2015	178
2016	247

Tabel 1.1-Lanjutan

Tahun	Jumlah Pelanggan
2017	289
2018	342
Total	**1.176**

Sumber: Kuta Alam Tailor (2019)

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat pada tahun 2014 memiliki jumlah pelanggan sebanyak 120 pelanggan, tahun 2015 memiliki jumlah pelanggan sebanyak 178 pelanggan terjadi peningkatan sebesar 48%, tahun 2016 memiliki jumlah pelanggan sebanyakk 247 pelanggan terjadi peningkatan sebesar 39%, tahun 2017 memiliki jumlah pelanggan sebanyak 289 pelanggan terjadi peningkatan sebesar 17% dan pada tahun 2018 memiliki jumlah pelanggan sebanyak 342 pelanggan terjadi peningkatan sebesar 18%. Dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, peningkatan yang paling signifikan terjadi pada tahun 2015 dimana tingkat jumlah pelanggan meningkat sebesar 48%.

Selain itu dukungan pengalaman dari para karyawan dalam meningkatkan mutu kerja sangat dipengaruhi oleh pengalaman karyawan dalam bekerja terutaman dalam bidang menjahit. Berikut ini akan dijelaskan mengenai pengalaman karyawan yang bekerja pada Kuta Alam Tailor sebagai berikut:

Tabel 1.2
Pengalaman Kerja Karyawan

No	Lama Bekerja	Jumlah
1.	0-2 tahun	8
2.	3-5 tahun	14
3.	6-8 tahun	17
4.	8-11 tahun	11
Total		**50**

Sumber: Kuta Alam Tailor (2019)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pengalaman kerja karyawan yang bekerja selama 0-2 tahun memiliki 8 orang karyawan, selama 3-5 tahun memiliki 14 karyawan, selama 6-8 tahun memiliki 17 karyawan, selama 8-11 tahun memiliki 11 karyawan. Karyawan yang memiliki pengalama kerja terlama dalam bekerja yaitu selama 6-8 tahun dengan jumlah karyawan sebanyak 11 karyawan.

Dalam penelitian ini diangkat tema tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh ditinjau dari perspektif ekonomi syariah dimana pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mohammad Rizan dan Fajar Andika (2011) yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sementara pada tahun yang berbeda Meliza Mustika (2017) juga melakukan penelitian yang hasilnya menyatakan bahwa salah satu indikator dari variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi terdapat perbedaan hasil pada dua penelitian

tersebut sehingga ini menjadi landasan dilakukannya penelitian ini. Mengingat peran yang cukup strategis dari kepuasan konsumen terhadap kelangsungan hidup perusahaan, penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terhadap kualitas pelayanan yang diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh, Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam".**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian di atas maka yang menjadi rumusan masalah dalam peneliti ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
2. Apakah terdapat pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
3. Apakah terdapat pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
4. Apakah terdapat pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
5. Apakah terdapat pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
6. Apakah terdapat pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?
7. Apakah keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepatuhan syariah secara bersama-sama

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengkaji dan menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
2. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
3. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
4. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
5. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
6. Untuk mengetahui pengaruh kepatuhan syariah terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan rujukan untuk:

1. **Praktis**

   Manfaat praktis dari penelitian ini adalah terlaksananya pelayanan yang optimal sebagai kontribusi bagi perusahaan sebagai salah satu indikator peningkatan mutu kerja karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Sehingga Kuta Alam Tailor dapat bersaing dengan perusahaan sejenis yang ada di Kota Banda Aceh.

2. **Akademis**

   Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan selain sebagai tugas akhir untuk memenuhi syarat perkuliahan penulis juga dapat memenuhi kebutuhan wawasan dan pengetahuan penulis maupun pembaca. Dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain apabila ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai topik ini.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam sebuah karya ilmiah adanya sistematika pembahasan merupakan bantuan yang dapat digunakan oleh pembaca untuk mempermudah mengetahui urutan sistematika dari isi sebuah karya ilmiah tersebut. Sistematika pembahasan ini dibagi dalam beberapa bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini dijelaskan landasan teori yang memuat tentang berbagai teori-teori, penelitian terkait atau yang sudah pernah diteliti, model penelitian atau kerangka pemikiran dan pengembangan hipotesis yang mendasari dan berhubungan dengan topik permasalahan yang akan diteliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang metodelogi penelitian yang menjelaskan bagaimana pengolahan data pada penelitian serta menjelaskan tentang metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan berisi tetang hasil analisis serta pembahasan secara mendalam tentang hasil temuan dan menjelaskan implikasinya berisi hasil analisa yang dilakukan penulis dari objek dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup yang terdiri dari dua sub bab yaitu kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang membangun untuk objek penelitian yang dipilih oleh penulis.

BAB II
LANDASAN TEORI

2.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sering didefinisikan sebagai usaha perusahaan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta ketepatan penyampaian jasa dalam upaya untuk memenuhi harapan pelanggan (Amin, Edy dan Yusri, 2014). Baeti (2018) juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan lingungan yang dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen, karena konsumen merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan.

Mahanani (2010) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) atau merupakan ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Dalam jangka waktu panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan atau melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik, ideal dan memuaskan. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk (Tjiptono, 2012).

Lebih lanjut, Tjiptono (2012) menjelaskan strategi dalam meningkatan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas pelayanan

Upaya pertama yang harus dilakukan adalah melakukan riset mendalam dalam rangka memahami determinan terpenting yang digunakan pelanggan sebagai kriteria utama dalam mengevaluasi layanan/jasa spesifik. Langkah berikutnya adalah mengindentifikasi penilaian yang diberikan pelanggan sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut.

2. Mengelola ekspektasi pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan, maka semakin besar pula ekspektasi pelanggan. Pada gilirannya akan memperbesar kemungkinan tidak terpenihunya ekspektasi pelanggan oleh penyedia layanan. Untuk itu ada satu hal yang dapat dijadikan

pegangan yaitu "jangan janjikan apa yang tidak bisa diberikan tetapi berikan lebih dari yang dijanjikan".

3. Mengelola bukti kualitas pelayanan

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Jasa merupakan kinerja yang tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta tangible yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas. Bukti kualitas dalam perusahaan jasa meliputi segala sesuatu yang dipandang konsumen sebagai indikator "seperti apa jasa yang diberikan" (*preservice expectation*) dan "seperti apa jasa yang telah diterima" (*post-service evaluation*). Bukti-bukti kualitas jasa bisa berupa fasilitas fisik, penampilan pemberi jasa, perlengkapan dan peralatan untuk memberikan jasa dan sebagainya.

4. Mendidik konsumen tentang layanan

Dalam rangka menyampaikan kualitas jasa, membantu pelanggan memahami suatu jasa merupakan upaya yang sangat positif. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik, sehingga kepuasan mereka tercipta lebih tinggi.

5. Menumbuhkembangkan budaya kualitas

Upaya untuk membentuk budaya kualitas dapat dilakukan melalui pengembangan suatu program yang terkoordinasi yang diawali dari seleksi dan pengembangan karyawan. Ada delapan program pokok yang saling terkait guna membentuk budaya kualitas, yaitu pengembangan individual, pelatihan manajemen,

perencanaan sumberdaya manusia, standar kinerja, pengembangan karir, survey opini, perlakuan adil dan *profit sharing*.

6. Menciptakan *automating quality*

Otomatisasi berpotensi mengatasi masalah variabilitas kualitas layanan yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki organisasi. Akan tetapi, sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, penyedia layanan wajin mengkaji secara mendalam aspek-aspek yang membutuhkan sentuhan manusia (*high touch*) dan elemen-elemen yang memerlukan otomatisasi (*high tech*). Keseimbangan antara high touch dan high tech sangat dibutuhkan untuk menunjang kesuksesan penyampaian layanan secara efektif dan efisien.

7. Menindaklanjuti layanan

Penindaklanjutan layanan diperlukan dalam rangka menyempurnakan atau memperbaiki aspek-aspek layanan yang kurang memuaskan dan mempertahankan aspek-aspek yang sudah baik. Dalam rangka itu, perusahaan perlu berinisiatif untukk menghubungi sebagian atau semua pelanggan (tergantung skala bisnis perusahaan) guna mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang mereka terima. Perusahaan dapat pula mengupayakan kemudahan dan kenyamanan bagi para pelanggan dalam berkomunikasi dengan pihak manajemen maupun karyawan kontak, sehingga mereka bisa menyampaikan kebuuhan spesifik, keluhan dan saran konstruktif.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas layanan merupakan sistem yang mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi kualitas layanan guna mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, internal dan eksternal, serta informasi mengenai perusahaan, pelanggan dan pesaing. Pengembangan sistem informasi kualitas layanan berupa mendengarkan "suara pelanggan" merupakan hal yang harus dilakukan perusahaan. Untuk memahami suara pelanggan diperlukan riset mengenai ekspektasi dan persepsi, baik pelanggan maupun non-pelanggan. Melalui riset semacam ini akan didapatkan informasi tentang kekuatan dan kelemahan layanan perusahaan berdasarkan sudut pandang pelanggan yang memanfaatkan atau menggunakan layanan.

Satu-satunya jalan untuk mempertahankan agar organisasi atau perusahaan selalu didekati dan diingat pelanggan adalah dengan cara mengembangkan pola layanan terbaik, antara lain sebagai berikut: pertama, mempertahankan perkembangan kebutuhan dan keinginan para pelanggan dari waktu ke waktu, untuk kemudahan mengantisipasinya. Kedua, berupaya menyediakan kebutuhan pelanggan sesuai dengan keinginan atau lebih dari yang diharapkan. Ketiga, memperlakukan pelanggan dengan pola yang terbaik (Barata, 2004).

2.1.1. Karakteristik Jasa / Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009) jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran: tak berwujud (*intangibility*), tak terpisahkan (*inseparability*), bervariasi (*variability*), dan dapat musnah (*perishability*).

1. Tak Terwujud

Tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dibaui sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari bukti kualitas dengan mengambil kesimpulan dari tempat, orang, peralatan, bahan, komunikasi, simbol, dan harga. Karena itu, tugas penyedia jasa adalah "mengelola bukti" untuk "mewujudkan hal yang tak berwujud".

2. Tak Terpisahkan

Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi sekaligus. Jika seseorang memberikan jasa, maka penyedia menjadi bagian dari jasa itu. karena klien juga sering hadir ketika jasa itu dibuat, interaksi penyedia-klien merupakan fitur khusus dalam pemasaran jasa.

3. Bervariasi

Karena kualitas jasa tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan dan dimana, dan kepada siapa, jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa menyadari varabilitas ini dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia

jasa. Untuk meyakinkan pelanggan, beberapa perusahaan menawarkan garansi jasa yang dapat mengurangi persepsi konsumen tentang resiko.

4. Dapat Musnah

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan, maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja. Kondisi ini tidak akan menjadi masalah jika permintaannya konstan. Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman. Oleh karena itu perusahaan jasa harus mengevaluasi kapasitasnya (subtitusi dari persediaan jasa) guna menyeimbangkan penawaran dan permintaan.

Sama halnya dengan pendapat Kotler di atas, menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006) jasa memiliki empat karakteristik, yaitu:

1. Tidak Berwujud (*Intangible*). Jasa bersifat abstrak dan tidak berwujud.
2. Heterogenitas/Variabilitas (*heteroginity/variability*). Jasa bersifat non standar dan sangat variabel.
3. Tidak dapat dipisahkan (*inseparability*). Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen dalam prosesnya.
4. Tidak tahan lama (*perishability*). Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan.

2.1.2. Prinsip-Prinsip Kualitas Pelayanan

Setiap perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama kualitas pelayanan agar dapat menimbulkan image yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik dihadapan konsumen. Enam prinsip pokok kualitas pelayanan menurut (Tjipyono, 2006) meliputi:

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas organisasi harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kualitas kinerja. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2. Pendidikan

Pendidikan Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan

Strategik Proses perencanaan strategi harus mencangkup pengukuran dan tujuankualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4. Review

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus menerus terhadap upaya sasaran-sasaran kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi yang baik dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

6. Penghargaan dan Pengkuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan adanya pengakuan bagi prestasinya tersebut. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada akhirnya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.1.3. Peningkatan Kualitas Pelayanan

Menurut Berry dan Parasuraman (dalam Lopiyoadi, 2001), dalam mengembangkan kualitas pelayanan yang efektif setidaknya ada lima petunjuk yang perlu dilakukan melalui sistem informasi, yaitu:

1. Mengukur besarnya harapan pelanggan atas pelayanan
   Perusahaan harus dapat mengukur besarnya harapan yang muncul atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.
2. Menentukan di mana titik berat kualitas informasi
   Perusahaan harus dapat menetapan letak titik berat kualitas informasi yang ingin dicapai.
3. Mengetahui saran pelanggan
   Perusahaan dituntut untuk mendengar dan memahami saran pelanggan mengenai jasa.
4. Menghubungkan kinerja pelayanan dan output yang dihasilkan oleh perusahaan
   Perusahaan diharapkan mampu mengkaitan kinerja pelayanan dengan tujuan perusahaan.
5. Menjangkau seluruh pegawai
   Penetapan sistem informasi dalam kualitas pelayanan harus mampu mencakup keseluruhan individu yang terkait didalam herarki organisasi.

2.2. Indikator Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam telah menganggkat kerja pada level kewajiban religious yang digandengkan dengan iman. Hubungan antara iman dan amal(kerja) itu sama dengan hubungan antar pohon dengan akar, yang salah satunya tidak mungkin eksistan padanya yanglain. Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimananyang tidak membuahkan perilaku yang baik (Ahmad, 2001:10).

Yusanto dan Widjajakusuma (2002:104) menjelaskan bahwa Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi islam yakni bersifa tprofesional, amanah, memelihara etos kerja. Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. Bersikap professional

Bagi seseorang yang telah memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, bekerja merupakan kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerjasama mulianya dengan melaksanakan ibadah lainnya seperti shalat, haji atau membayar zakat. Dalam banyak keterangan, Allah SWT sangat menghargai orang yang giat bekerja karena itu berarti ia telah menunaikan salah satu kewajiban.

2. Bersikap amanah.

Seorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya.

3. Memelihara etos kerja/Bersungguh-sungguh

Selain memiliki kecakapan (kafa'ah) dan sifat amanah, seseorang dikatakan professional jika seseorang bekerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja(himmatul'amal) yang tinggi.

Zainal et. al,. (2017) Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atas usaha yang

dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diberikan dengan tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan enam indikator sebagai berikut:

2.2.1. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan terpecaya. Ketetapan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan/atau jasa. Dalam konteks ini, Allah Swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan sebagaimana dinyatakan dalam Alquran Surah An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُواْ بِعَهْدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلْأَيْمَٰنَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
وَقَدْ جَعَلْتُمُ ٱللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya:

"Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat." (QS. An-Nahl [16] : 91).

Maksud dari ayat tersebut adalah, pegawai harus menepati perjanjian dengan Allah dalam masalah jual beli dan sumpah-sumpah serta masalah-masalah yang lain. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan

tercapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa.

2.2.2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu berkenaan dengan kesediaan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas. Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dapat bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjaan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya. Dalam persepsi Islam karyawan yang tepat tanggap dan tepat merupakan karyawan yang profesional dimana Allah Swt telah mengingatkan kita tentang profesional dalam pekerjaan dalam Alquran surah Al-Insyirah ayat 7:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَٱنصَبْ ۝٧

Artinya:

"*Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain*." (QS.Al-Insyirah [94]:7).

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak pada kegagalan suatu perusahaan. Untuk itu,

kepercayaan pelanggan merupakan suatu amanah yang tidak boleh disia-siakan. Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang dan mengerjakan pekerjaan secara cepat dan tepat.

2.2.3. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsipositif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. Assurance tersebut tentu akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari risiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan. Dengan memberian pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelemah lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi konsumen dan yang berdampak pada kesuksesan lembaga penyedia layanan jasa. Berkenaan dengan hal ini, Alquran Surah Ali Imran ayat 159 :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟
مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا
عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

"Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun

bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya." (QS. Ali-Imran [3] : 159).

Apabila pemberi layanan menunjukkan sikap respek, sopan santun dan kelemah lembutan maka akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi konsumen terhadap lembaga penyedia jasa. Jaminan ini akan meningkatkan kepercayaan, rasa aman, bebas dari resiko atau bahaya, sehingga membuat konsumen merasakan kepuasan dan akan loyal terhadap lembaga penyedia layanan. Baik buruknya layanan yang diberikan akan menentukan keberhasilan lembaga atau perusahaan pemberi jasa layanan.

2.2.4. Empati (*Empathy)*

Empati (*empathy*) yaitu kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpuaskan karena telah dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

Bentuk perhatian yang diajarkan Islam harus dilandaskan pada iman dalam rangka mengabdi kepada Allah. Hal ini sesuai dengan surah Al-Nahl ayat 90:

۞ إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُ بِٱلۡعَدۡلِ وَٱلۡإِحۡسَٰنِ وَإِيتَآيِٕ ذِي ٱلۡقُرۡبَىٰ وَيَنۡهَىٰ عَنِ ٱلۡفَحۡشَآءِ وَٱلۡمُنكَرِ وَٱلۡبَغۡيِۚ يَعِظُكُمۡ لَعَلَّكُمۡ تَذَكَّرُونَ ٩٠

Artinya:

"*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*."(QS.An-Nahl [16]:90).

Setiap anggota perusahaan hendaknya memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen, serta perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

2.2.5. Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan serta kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Dimensi ini bisa meliputi fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), sarana komunikasi serta penampilan pegawainya (Lupiyoadi, 2001).

Bukti fisik (*tangible*) berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung, ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana

lainnya (Veithzal 2017). Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik dapat membuat konsumen nyaman dan tidak harus bangunan yang mewah. Sebagaimana Allah Swt melarang hal tersebut dalam surah Al-Takatsur ayat 1-5:

أَلۡهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ١ حَتَّىٰ زُرۡتُمُ ٱلۡمَقَابِرَ ٢ كَلَّا سَوۡفَ تَعۡلَمُونَ ٣ ثُمَّ كَلَّا سَوۡفَ تَعۡلَمُونَ ٤ كَلَّا لَوۡ تَعۡلَمُونَ عِلۡمَ ٱلۡيَقِينِ ٥

Artinya:

"Bermegah-megahan telah melalaikan kamu (1). Sampai kamu masuk ke dalam kubur (2). Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) (3). Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (4). Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin (5)" (QS. Al-Takatsur [102]: 1-5).

Dalam Islam Allah melarang untuk bermegah-megahan, maka dari itu maksud dari ayat diatas yaitu sebaiknya pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan hanya menunjukkan kemewahan.

2.2.6. Kepatuhan Syariah (*Compliance Syariah*)

Kepatuhan syariah (*compliance syariah*) yaitu berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah Swt atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah Swt untuk dilaksanakan oleh umat manusia dalam kehidupan sehingga tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Hal tersebut sebagaimana firman Alah Swt dalam Alquran surah Al-Maidah ayat 48:

وَأَنزَلۡنَآ إِلَيۡكَ ٱلۡكِتَٰبَ بِٱلۡحَقِّ مُصَدِّقٗا لِّمَا بَيۡنَ يَدَيۡهِ مِنَ ٱلۡكِتَٰبِ وَمُهَيۡمِنًا عَلَيۡهِۖ فَٱحۡكُم بَيۡنَهُم بِمَآ أَنزَلَ ٱللَّهُۖ وَلَا تَتَّبِعۡ أَهۡوَآءَهُمۡ عَمَّا جَآءَكَ مِنَ ٱلۡحَقِّۚ لِكُلّٖ جَعَلۡنَا مِنكُمۡ شِرۡعَةٗ وَمِنۡهَاجٗاۚ وَلَوۡ شَآءَ ٱللَّهُ لَجَعَلَكُمۡ أُمَّةٗ وَٰحِدَةٗ وَلَٰكِن لِّيَبۡلُوَكُمۡ فِي مَآ ءَاتَىٰكُمۡۖ فَٱسۡتَبِقُواْ ٱلۡخَيۡرَٰتِۚ إِلَى ٱللَّهِ مَرۡجِعُكُمۡ جَمِيعٗا فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ فِيهِ تَخۡتَلِفُونَ ٤٨

Artinya:

"Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, yaitu kitab-kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap kitab-kitab yang lain itu; maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. Untuk tiap-tiap umat diantara kamu, Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. Hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu." (QS. Al-Maidah [5]: 48).

Kepatuhan terhadap syariat dapat diwujudkan dengan pengetahuan seseorang tentang syariat itu sendiri sehingga dapat menciptakan pribadi yang bermoral dan beretika. Keyakinan terhadap Allah SWT akan memberikan stabilitas emosi pada

individu dan motivasi positif dalam menjalankan segala aktivitasya, termasuk bisnis untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

2.3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri (Kotler, 2010). Hasan (2009) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan suatu perasaan konsumen sebagai respon terhadap produk barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang dierima konsumen dengan harapan konsumen, layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen, atau bahkan melebihinya.

Menurut Danang (2013) kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Lebih lanjut Paisal (2013) mendefinisikan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon atau tanggapan yang diberikan para konsumen setelah terpenuhinya kebutuhan mereka

akan sebuah produk ataupun jasa, sehingga para konsumen memperoleh rasa nyaman dan senang karena harapannya telah terpenuhi. Selain itu kepuasan pelanggan juga sering dijadikan sebagai salah satu tujuan utama dari strategi pemasaran bisnis, baik bisnis yang dijalankan dengan memproduksi barang maupun bisnis jasa.

Untuk mengetahui terpenuhi atau tidak terpenuhinya kebutuhan para pemakai jasa pelayanan yang dapat menimbulkan rasa puas terhadap pelayanan. Maka disepakati bahwa pembicaraan tentang kepuasan terhadap pelayanan terkait dengan mutu pelayanan, makin sempurna pelayanan jasa dan dapat menimbulkan rasa puas pada pengunjung artinya makin baik pula pelayanan jasa yang disediakan.

Tjiptono (2012) menjelaskan pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan dengan berbagai macam tujuan, diantaranya :

a. Mengidetifikasi keperluan, yakni aspek-aspek yang dinilai penting oleh pelanggan dan mempengaruhi apakah ia puas atau tidak.
b. Menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja organisasi pada aspek-aspek penting.
c. Membandingkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap organsasi lain, baik pesaing langsung maupun tidal langsung.

d. Mengidentifikasi *priorities for improvement* melalui analisis gap antara skor tingkat kepentingan dan kepuasan.
e. Mengukur indeks kepuasan pelanggan yang bisa menjadi indikator andal dalam memantau kemajuan perkembangan dari waktu ke waktu.

Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan, pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu, baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi. Kepuasan akan terjadi apabila perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan. Pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapn pelanggan terlampaui (Baetie, 2018).

Hasan (2010) menjelaskan kepuasan konsumen dalam pemasaran syariah tidak hanya kinerja produk sesuai dengan harapan konsumen secara material. Untuk konsumen di Indonesia yang sebagian besar beragama Islam, mereka akan tidak akan menggunakan, bahkan dalam banyak kasus, bukan hanya sekedar menghindari, tapi juga dengan tindakan refresif lainnya.

Menurut Lupiyoadi (2001) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Mutu produk atau jasa. Mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya fasilitas kamar yang cukup luas dan nyaman.
2. Mutu pelayanan. Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan segera diatasi atau tanggapan atas keluhan pelanggan.
3. Harga, Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
4. Waktu penyerahan, Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan, Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

2.3.1. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2006) yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah (mengetahui tingkat kehilangan pelanggan).

2. Survei Kepuasan pelanggan

   Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

3. Pelanggan Bayangan (*Ghost Shopping*)

   Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

4. Analisis Kehilangan Pelanggan

   Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat dikendalikan. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, dimana peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

2.3.2. Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Rozalinda (2015) mengemukakan dalam Ekonomi Islam, kepuasan konsumsi dikenal *maslahah* dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi harus halal, baik secara zatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *israf* (royal) dan *tahzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas beberapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.

Lebih lanjut, Rozalinda (2015) menjelaskan bahwa mengkonsumsi sesuatu kemungkinan mengandung *mudharat* maka menghindari kemudharatan harus lebih diutamakan karena akibat dari kemudharatan yang ditimbulkan mempunyai akses yang lebih besar daripada mengambil sedikit manfaat. Jadi, perilaku konsumsi

seorang muslim harus senantiasa mengacu pada syariat, yaitu menjaga *maslahah* dan menghindari *mudharat.* Darwin (2013) juga menjelakan kepuasan menurut Ekonomi Islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan maslahah maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan. Bila yang diingikan itu suatu kebutuhan maka akan menghasilkan manfaat dan kepuasan, namun jika pemilihan barang didasarkan atas kebutuhan semata tanpa keinginan akan mendapatkan manfaat saja. Sedangkan kandungan *maslahah* adalah manfaat dan berkah. Begitu juga keyakinan bahwa semua yang datang dari Allah adalah sempurna akan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi. Dan dalam pemanfaatan barangnya konsumen tidak hanya dibatasi oleh anggarannya, tetapi pertimbangan kehalalan dan kepentingan orang lain ikut membatasinya. Dari analisa tersebut dapat ditarik suatu pengertian bahwa kepuasan konsumen menurut Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan *maslahah*, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.

2.4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Tjiptono (2004) mengemukakan atribut pembentuan kepuasan pelanggan terdiri dari:

1. Kesesuaian harapan

   Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, meliputi:

a. Produk yang diperoleh sesuai dengan atau melebihi dengan yang diharapkan.
b. Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
c. Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

2. Minat berkunjung kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:

a. Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
b. Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh oleh karyawan memuaskan.
c. Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3. Kesediaan merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:

a. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
b. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai,

c. Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk jasa.

2.5. Penelitian Terkait

Penelitian ini telah diteliti oleh para peneliti sebelumnya dan mendapat hasil yang berbeda dari perbedaan tersebut membuat penelitian lanjutan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Kuta Alam Tailor Banda Aceh Ditinjau dari perspektif ekonomi syariah perlu dilakukan kembali agar dapat mengimplementasikan keadaan terbaru. Hasil penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Mohammad Rizan dan Fajar Andika (2011) "*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki,Dealer fatmawati,Jakarta Selatan"*.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 225 responden. Penelitian ini menggunakan analisis data regresi linier berganda.	Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
2.	Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2013) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan"*.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian *explanatory*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 112 responden. Tenik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Accidental Sampling*.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan. Kualitas pelayanan sacara langsung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap citra perusahaan,loyalitas perusahaan. Citra perusahaan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan
4.	Ambardi Juniawan (2014) Kualitas "*Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah di Jakarta"*.	Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan diuji dengan Korelasi Pearson dan Cronbach's alpha.	Dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan yaitu asuransi, keandalan, bukti fisik dan empati. Dan kepatuhan syariah dan daya tanggap tidak berpengaruh signifikan.

Tabel 2.1- Lanjutan

No	Nama dan Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
5.	Meliza Mustika (2017) "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wardah"*.	Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 80 responden. Penelitian ini menggunakan analisi linier berganda.	Kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadapan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 2.1 dari hasil penelitian terdahulu menurut Mohammad Rizan dan Fajar Andika (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pendapat ini juga didukung oleh Selvi Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2013) bahwa kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian dilanjutkan penelitian oleh Januar Efendi Panjaitan (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengirimin JNE masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ambardi Juniawan (2014) menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan

oleh Meliza Mustika (2017) kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan variabel kualitas produk menurut Mohammad Rizan dan Fajar Andika (2011) variabel kualitas produk secara negatif mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Selvy Normasari, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati (2013) menyatakan variabel kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang siginikan terhadap citra perusahan. Begitu pula dengan variabel kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa, persamaan terletak pada variabel independen yang digunakan yaitu meneliti tentang kualitas pelayanan, juga variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan, serta menggunakan metode regresi linier berganda dan memberikan kuesioner kepada pelanggan. Sedangkan perbedaan peneliti terdahulu dengan penelitian ini terletak pada variabel independen yang digunakan, penelitian terdahulu menggunakan variabel independen yaitu kualitas produk serta tempat dan waktu penelitian.

2.6. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah

dideskripsikan (Sugiyono, 2014). Penelitian ini menggunakan enam variabel independen, yaitu kualitas pelayanan berupa keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), dan kepatuhan syariah (*compliance syarah*). Yang menjadi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa di Kuta Alam Tailor.

Kualitas pelayanan atau jasa ini dibedakan menjadi enam determinan yang berhubungan dengan keputusan konsumen dalam menggunankan jasa:

1. Hubungan keandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan

   Keandalan adalah kemampuan untuk menyediakan layanan yang dijanjikan, konsisten dan akurat (Lupiyoadi, 2009:182). Jika Kuta Alam Tailor menyediakan pelayanan atau jasa sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen maka akan memenuhi kebutuhan konsumen dan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.

   Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan dengan akurasi tinggi sehingga membuat konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan (Paisal, 2013).

2. Hubungan daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan

Daya tanggap adalah kerelaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang diminta (Lupiyoadi, 2009:182). Aspek daya tanggap pada penelitian ini yaitu kerelaan pergawai untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang diminta.

Paisal (2013) menjelaskan bahwa daya tanggap dapat meliputi kesediaan karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat, ketepatan waktu karyawan untuk menyeesaikan pesanan pelanggan.

3. Hubungan jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan

   Jaminan yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan kepada konsumen sehingga konsumen dapat merasa terpenuhi harapannya karena merasa terjamin dalam menggunakan jasa tersebut (Lupiyoadi, 2009:182). Aspek jaminan pada penelitian ini yaitu sikap menghormati dari pegawai terhadap pelanggan.

   Paisal (2013) menjelaskan bahwa aspek jaminan dirasakan berpengaruh apabila pelanggan merasakan adanya sikap sopan santun, ramah serta sikap menghormati dari karyawan kepada pelanggan serta pelanggan merasakan adanya jaminan

4. Hubungan empati (*empathy*) terhadap kepuasan pelanggan

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen (Lupiyoadi, 2009:182). Dimana Kuta Alam Tailor diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan karena senantiasa diberikan perhatian.

5. Hubungan bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan

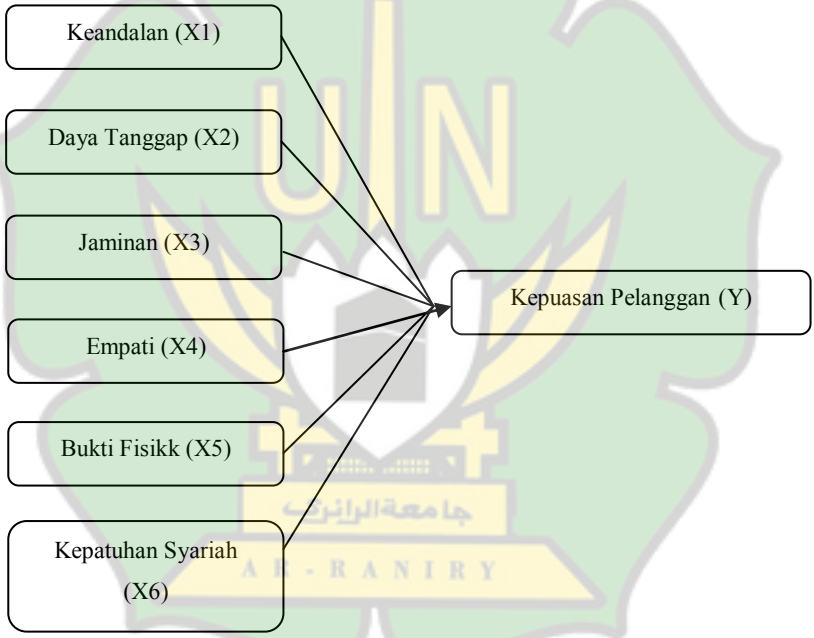
   Bukti fisik hal yang paling mudah dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan suatu jasa (Lupiyoadi, 2009:182). Dimana bukti fisik adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi. Ketika bukti fisik memberikan kesan menarik dan nyaman maka akan memikat hati konsumen dan memberikan kepuasan kepada konsumen ketika menggunakan jasa tersebut.

6. Hubungan kepatuhan syariah (*syariah compliance*) terhadap kepuasan pelanggan

   Kepatuhan syariah yaitu kemampuan untuk tunduk kepada hukum Islam dan beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam (Juniawan, 2014). Aspek kepatuhan syariah

dalam penelitian ini meliputi kejujuran, dapat dipercaya dan menerapkan aturan-aturan syariah. Ketika sebuah perusahaan menerapkan prinsip-prinsip syariah maka akan membuat pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Adapun konsep kerangka pemikiran penelitian yang menjadikan dasar dalam penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran

1. Variabel independen yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain, adalah keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5), dan kepatuhan syariah (X_6).

2. Variabel dependen yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain, adalah kepuasan pelanggan (Y).

2.7. Pengembangan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dinyatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data (Sugiyono, 2014). Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H1 : Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H2 : Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H3 : Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H4 : Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H5 : Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H6 : Kepatuhan syariah berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

H7 : Semua variabel bebas secara bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Kuta Alam Tailor.

BAB III
METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode peneliti yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kuta Alam Tailor, yang berlokasi di Jalan TP Polem No. 41 Laksana, Peunayong, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh 233122. Toko ini beroperasi pada pukul 08:30 wib sampai 17:00 wib.

3.3. Jenis Data Penelitian

1. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perusahaan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuesioner (Setiadi, 2003:35). Data primer yang diperoleh langsung dari subjek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrument-instrumen yang

telah ditetapkan. Data primer dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini data primer diperoleh langsung dari hasil wawancara dengan karyawan di Kuta Alam Tailor.

2. Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi oleh organisasi yang bukan pengolahannya (Siregar, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui buku, jurnal, hasil penelitian yang terkait dengan pembahasan penelitian ini.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting bagi kegiatan penelitian, karena pengumpulan data tersebut akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Sehingga dalam pemilihan teknik pengumpulan data harus cermat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kuesioner atau angket adalah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2014). Peneliti menyebarkan daftar pertanyaan kepada konsumen yang berkunjung ke Kuta Alam Tailor yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Dengan menggunakan skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur tanggapan atau respon seseorang tentang objek sosial. Langkah-langkah dalam menyusun skala likert adalah menetapkan variabel yang akan diteliti, menentukan indikator-

indikator yang dapat mengukur variabel yang akan diteliti dan menurunkan indikator tersebut menjadi daftar pertanyaan (Suliyanto, 2009). Dalam penelitian ini peneliti menyediakan alternatif jawaban untuk variabel keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), kepatuhan syariah (syariah *compliance*).

Adapun pengukuran skala likert dalam penelitian sebagai berikut:

Tabel 3. 1
Skala Likert

No	Keterangan (Jawaban)	Skor
1	SS = Sangat setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Kemudian setelah dilakukan pembobotan jawaban, berdasarkan Skala Likert (rentang antara 1 s/d 5) untuk selanjutnya data-data berbentuk angka tersebut diolah melalui Program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS).

3.5. Populasi dan Sampel

1. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa di Kuta Alam Tailor. Tercatat pelanggan yang menggunakan jasa di Kuta Alam Tailor di awal tahun 2018 hingga akhir tahun 2018 sebanyak 342 orang.

2. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014). Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan tehnik *simple random sampling*. *Purpose sampling* merupakan metode sampling yang setiap anggota populasi memiliki peluang sama untuk terpilih sabagai sampel. Selanjutnya peneliti menggunakan teknik *simple random sampling* dengan cara mengundi setiap anggota yang akan dijadikan sampel. *Simple random sampling* yaitu pengambilan anggota sample dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2014).

Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa di Kuta Alam Tailor. Menurut Manullang (2008) dengan motode slovin jumlah sampel dapat ditentukan dengan menggunaan rumus seperti berikut:

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

Keterangan :

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditoleri, peneliti menetapkan 10% = 0,1

Hasil perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{342}{1 + 342(0,1)^2}$$

$$n = 77,37 = 77(\text{dibulatkan})$$

Berdasarkan dari hasil perhitungan diatas menggunakan rumus slovin, maka dapat diperoleh sampel dengan jumlah 77,37 maka dibulatkan menjadi 77 orang responden yang telah menggunakan jasa Kuta Alam Tailor. Akan tetapi peneliti akan melakuan pengumpulan sampel menjadi 80 responden.

3.6. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan persamaan regresi linear berganda (*multiple regression*). Dalam analisis ini dapat dilihat bagaimaba variabel bebas, yaitu keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5), dan kepatuhan syariah (X_6) mempengaruhi variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan
a	= Konstanta
$b_1, b_2, b_3, b_4, b_5, b_6$	= Koefisien Regresi
X_1	= Keandalan
X_2	= Daya Tanggap
X_3	= Jaminan
X_4	= Empati
X_5	= Bukti Fisik
X_6	= Kepatuhan Syariah
e	= Error

3.7. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga dapat memperoleh informasi tentang hasil tersebut kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Variabel Independen

   Variabel ini sering disebut sebagai variabel stimulus, *predicator, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia disebut dengan variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen atau terikat (Sugiyono, 2014).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X). Yang meliputi :

a. Keandalan (*Reliability*) sebagai X_1
b. Daya Tanggap (*Responsiveness*) sebagai X_2
c. Jaminan (*Assurance*) sebagai X_3.
d. Empati (*Empathy*) sebagai X_4
e. Bukti Fisik (*Tangible*) sebagai X_5
f. Kepatuhan Syariah (Syariah Compliance) sebagai X_6

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan (Y).

Tabel 3.2
Variabel Penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Pelayanan (X)	Keandalan (X1)	1. Memberikan pelayanan tepat waktu. 2. Menyampaikan informasi produk. 3. Mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan (Mustika, 2017).	Likert 1-5
		Daya Tanggap (X2)	1. Membantu kesulitan yang dihadapi pelanggan. 2. Kesiapan untuk merespon permintaan pelanggan (Mustika, 2017)	Likert 1-5
		Jaminan (X3)	1. Keramahan terhadap pelanggan. 2. Kesediaan memberikan pelayanan secara tuntas. 3. Memberikan jaminan rasa aman atas jasa (Mustika, 2017)	Likert 1-5

Tabel 3.2- Lanjutan

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
		Empati (X4)	1. Menghadapi pelanggan dengan cara yang penuh perhatian. 2. Berpenampilan baik dalam memberikan pelayanan. 3. Memberikan rasa adil kepada seluruh pelanggan (Murtika, 2017).	Likert 1-5
		Bukti Fisik (X5)	1. Fasilitas yang lengkap. 2. Ruangan bersih. 3. Peralatan yang lengkap (Mustika, 2017).	Likert 1-5
		Kepatuhan Syariah (X6)	1. Kewajiban bagi pegawai berbusana yang menutup aurat. 2. Tidak menjahit busana wanita yang tidak sesuai syariah. 3. Memberi salam (Juniawan, 2014).	Likert 1-5
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)		1. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. 2. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. 3. Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan. 4. Menyenangkan pelanggan. Berkunjung kembali (Mustika, 2017).	Likert 1-5

Sumber: Data diolah (2019)

3.8. Teknik Analisis Data

3.8.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Jadi, uji validitas adalah seberapa jauh alat dapat mengukur hal atau subjek yang ingin diukur (Sugiyono, 2014). Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner. Uji

validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output dengan r tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS , dimana jika r hitung > r tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2009).

3.8.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrument dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reliabilitas menyangkut ketetapan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2013). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban responden terhadap pertanyaan tetap konsisten dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika *croncbach' alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *croncbach' alpha* < *0,60* (Ghozali, 2009).

3.9. Uji Asumsi Klasik

3.9.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya terdistribusi normal ataupun tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2009). Penelitian ini melakukan uji normalitas data dengan melihat nilai signifikan di bagian Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk dari dalam tabel *Test Of Normality*. Dalam uji

normalitas, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian Kolmogrov-Smirnov karena data yang diuji lebih besar daripada 50, jika data yang diuji lebih kecil dari 50, peneliti menggunakan nilai signifikan di bagian Shapiro-Wilk (Sarjono dan Julianta, 2011). Lebih lanjut, Sarjono dan Julianta (2011:64) menjelaskan bahwa kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Angka signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk Signifikan > 0,05 menunjukkan data berdistribusi normal.
2. Angka signifikansi uji Angka signifikan uji Kolmogorov-Smirnov atau Shapiro-Wilk Signifikan < 0,05 menunjukkan data tidak berdistribusi normal.

3.9.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji adanya korelasi diantara variabel bebas (*independen*) pada model regresi yang ditentukan. Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2009). Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance* < 0.10 dan nilai VIF >10.

3.9.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians dari setiap variabel sama untuk semua pengamatan.

Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homoskedastisitas atau dengan kata lain tidak terjadi heteroskedastisitas (Sarjono & Julianta, 2011). Metode uji yang digunakan adalah metode *Glejser*. Metode tersebut dilakukan dengan cara meregresikan variabel independen dengan nilai absolut residualnya (e) dimana:

1. nilai probabilitas signifikansi < 0.05, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.
2. nilai probabilitas signifikan > 0.05, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.10. Uji Hipotesis

3.10.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2009). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti variabel

bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

3.10.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji Simultan ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2009). Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS dan memiliki ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti berpengaruh secara simultan.
2. Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau F hitung< F tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan.

3.10.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2009). Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai R^2 semakin

mendekati 1 menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nila R^2 semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

4.1.1. Profil Kuta Alam Tailor

Kuta Alam Tailor merupakan toko yang didirikan di Banda Aceh sejak tahun 2009, dengan nama pemilik H. Abdullah Husein. Toko ini dibuka untuk melayani kebutuhan masyarakat Banda aceh akan kebutuhan bahan pakaian import dan assesoris wanita, serta menerima jahitan baju pria dan wanita mulai dari kalangan anak-anak hingga orang dewasa dengan suasana yang nyaman karna toko ini sangat memadai akan peralatan dan bahan-bahan yang digunakan. Toko Kuta Alam Tailor ini berlokasi di Jalan TP Polem No. 41 Laksana, Peunayong, Kec. Kuta Alam, Kota Banda Aceh, Aceh 23122. Toko ini beroperasi pada pukul 08:30 wib sampai 17:00 wib. Toko Kuta Alam Tailor ini memiliki tempat yang strategis dan mudah dijangkau bagi masyarakat karena toko ini terletak di tengah kota dan memudahkan masyarakat Banda Aceh dalam hal berbelanja dan menjahit pakaian. Toko Kuta Alam Tailor ini memiliki misi yaitu untuk memuaskan konsumen dengan pelayanan dan memberikan kualitas yang terbaik.

Toko Kuta Alam Tailor ini telah mendapat respon positif dan sambutan hangat dari para konsumen yang dapat dilihat dari perkembangan toko yang begitu pesat. Untuk memberikan kepuasan pelanggan, Kuta Alam Tailor ini juga menyediakan jenis

bahan kain unggulan ke konsumen seperti kain Wool Italy, Wool England, Wool Germany, kain biasa (kain Levis, kain Caterins, ain PP, maupun jenis kain Barabas), kain sutra, kain batik dan bahan-bahan lainnya yang berkualitas. Kuta Alam tailor sangat mengharapkan dan mengutamakan kepuasan dari para konsumen. Kuta Alam Tailor juga merupakan pilihan yang tepat untuk menjahit pakaian pria dan wanita yang menggunakan bahan-bahan yang sangat berkualitas.

4.2. Karakteristik Responden Penelitian

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan data responden yang merupakan sampel dari 80 pelanggan Kuta Alam Tailor. Adapun karakteristik yang dijelaskan oleh penulis diantaranya yaitu jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan pekerjaan.

4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah pelanggan Kuta Alam Tailor. Adapun kerakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 4.1

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	43	53,75%
2.	Perempuan	37	46,25%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, yaitu responden laki-laki sebanyak 43 orang responden atau 53,75% dan responden perempuan sebanyak 37 orang atau 46,25%. Dari data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin tersebut, dapat dilihat bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah responden yang paling dominan dibandingkan dengan responden perempuan.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Adapun karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase (%)
1.	< 20 Tahun	-	-
2.	20-29 Tahun	7	8,75%
3.	30-39 Tahun	47	58,75%
4.	40-49 Tahun	22	27,5%
5.	> 50 Tahun	4	5,0%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.2 menunjukkah karakteristik responden berdasarkan umur, yaitu responden yang berusia 20-29 tahun sebanyak 7 orang responden atau 8,75%, 30-39 tahun sebanyak 47 orang responden atau 58,75%, 40-49 tahun sebanyak 22 orang responden atau 27,5%, > 50 tahun sebanyak 4 orang responden atau 5,0%. sedangkan untuk responden yang berusia <

20 tahun nihil. Dari data karakteristik responden berdasarkan umur tersebuut dapat dilihat bahwa responden yang berusia 30-39 adalah responden yang paling dominan dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan rata-rata yang menjadi pelanggan di Kuta Alam Tailor adalam umur 30-39 tahun.

4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1.	SD	-	-
2.	SMP	-	-
3.	SMA	5	6,25%
4.	Diploma (D3)	27	33,75%
5.	Strata 1 (S1)	37	46,25%
6.	Strata 2 (S2)	11	13,75%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.3 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir, bahwa responden pendidikan terakhir SMA sebanyak 5 orang responden atau 6,25%, responden pendidikan terakhir Diploma (D3) sebanyak 27 orang responden atau 33,75%, responden pendidikan terakhir Strata 1

(S1) sebanyak 37 orang responden atau 46,25%, dan responden pendidikan terakhir Strata 2 (S2) sebanyak 11 orang responden atau 13.75%. sedangkan untuk responden yang memiliki pendidikan terakhir untuk jenjang SD, dan SMP nihil. Dari data karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat bahwa responden yang pendidikan terakhir Strata 1 (S1) adalah responden yang paling dominan dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa pelanggan Kuta Alam Tailor memiliki keanekaragaman yang berasal dari latar belakang pendidikan yang berbeda-beda.

4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Penelitian Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pelajar/Mahasiswa	-	-
2.	PNS	44	55,0%
3.	Dosen	4	5%
4.	BUMN	2	2,5%
5.	IRT	6	7,5%
6.	Swasta	15	18,75%
7.	Wiraswasta	9	11,25%
Jumlah		80	100%

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.4 menunjukkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, bahwa responden yang berkerja

sebagai PNS sebanyak 44 orang responden atau 55,0%, Dosen sebanyak 4 orang responden atau 5%, BUMN sebanyak 2 orang responden atau 2,5%, IRT sebanyak 6 orang responden atau 7,5%, Swasta sebanyak 15 orang responden atau 18.75%, dan wiraswasta sebanyak 9 orang responden atau 11,25%. sedangkan untuk responden sebagai pelajar/mahasiswa nihil. Dari data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat bahwa responden yang pekerjaan sebagai PNS adalah responden yang paling dominan dalam penelitian ini.

4.3. Deskripsi Variabel Penelitian

4.3.1. Deskripsi Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan

Tanggapan responden untuk variabel kualitas pelayanan terbagi menjadi beberapa indiator, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), bukti fisik (*tangible*), dan kepatuhan syariah (*compliance syariah*).

1. **Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Keandalan (*Reability*) X1**

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator keandalan (*reability*) diwakili oleh tiga item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator keandalan dapat dilihat pada tabel 4.5

Tabel 4.5
Jawaban Responden Terhadap Variabel Keandalan (X1)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS	S	KS	TS	STS	Total	Rata -rata
Kuta Alam Tailor selalu tepat waktu dalam melayani pelanggan	32 40%	30 37,5%	4 5%	10 12,5 %	4 5%	80 100%	3,95
Pegawai Kuta Alam Tailor memiliki keandalan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan	37 46,25 %	27 33,75 %	7 8,75 %	6 7,5%	3 3.75%	80 100%	4,11
Kuta Alam Tailor memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan	38 47,5%	26 32,5%	5 6,25 %	8 10%	3 3,75%	80 100%	4,10

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.5 yang menunjukkan jawaban responden terhadap variabel keandalan, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (Kuta Alam Tailor selalu tepat waktu dalam melayani pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,95. Dari 80 orang responden sebanyak 32 orang atau 40% menyatakan sangat setuju, 39 orang atau 37,5% menyatakan setuju, 4 orang atau atau 5% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 5% menyatakan sangat tidak setuju.

b. Pada pernyataan kedua (Pegawai Kuta Alam Tailor memiliki keandalan dalam menyampaikan indormasi kepada pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,11. Dari 80 orang responden sebanyak 37 orang atau 46,25% menyatakan sangat setuju, 27 orang atau 33,75% menyatakan setuju, 7 orang atau 8,75% menyatakan kurang setuju, 6 orang atau 7,5% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.
c. Pada pernyataan ketiga (Kuta Alam Tailor memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,10. Dari 80 orang responden sebanyak 38 orang atau 47,5% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 32,5% menyatakan setuju, 5 orang atau 6,35% menyatakan kurang setuju, 8 orang atau 10% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.

2. Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Daya Tanggap (*Responsiveness*) X2

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator daya tanggap (*responsiveness*) diwakili oleh tiga item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator daya tanggap dapat dilihat pada tabel 4.6

Tabel 4.6
Jawaban Responden Terhadap Variabel Daya Tanggap (X2)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
Kuta Alam Tailor cepat dalam melayani setiap pesanan jahitan baju	27 33,75 %	30 37,5%	8 10%	5 6,25 %	10 12,5%	80 100%	3,73
Kuta Alam Tailor selalu siap untuk merespon permintaan pelanggan	24 30%	36 45%	6 7,5%	10 12,5 %	4 5%	80 100%	3,82
Kuta Alam Tailor bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan	35 43,75 %	29 36,25 %	5 6,25 %	8 10%	3 3,75%	80 100%	4,06

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.6 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel daya tanggap, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (Kuta Alam Tailor cepat dalam melayani setiap pesanan jahitan baru) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,73. Dari 80 orang responden sebanyak 27 orang atau 33.75% menyatakan sangat setuju, 30 orang atau 37,5% menyatakan setuju, 8 orang atau atau 10% menyatakan kurang setuju, 5 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 10 orang atau 12,5% menyatakan sangat tidak setuju.
b. Pada pernyataan kedua (Kuta Alam Tailor selalu siap untuk merespon permintaan pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,82. Dari 80 orang responden sebanyak 24 orang atau 30% menyatakan sangat setuju, 36 orang atau

45% menyatakan setuju, 6 orang atau 7,5% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 5% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Pada pernyataan ketiga (Kuta Alam Tailor bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,06. Dari 80 orang responden sebanyak 35 orang atau 43,75% menyatakan sangat setuju, 29 orang atau 36,25% menyatakan setuju, 5 orang atau 6,25% menyatakan kurang setuju, 8 orang atau 10% menyatakantidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.

3. Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Jaminan (*Assurance*) X3

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator jaminan (*assurance*) diwakili oleh tiga item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator jaminan dapat dilihat pada tabel 4.7

4.7

Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan (X3)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
Pegawai Kuta Alam Tailor selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan.	35 43,75 %	26 32,5%	5 6.25%	11 13,75 %	3 3,75 %	80 100%	3,98
Dalam memberikan	26	35	5	10	4	80	3,86

Tabel 4.7- Lanjutan

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
pelayanan Kuta Alam Tailor selalu melaksanakkan secara tuntas	32,5 %	43,75%	6,25%	12,5%	5%	100%	
Pelanggan Kuta Alam Tailor memberikan jaminan kepada pelanggan	21 25,25 %	32 40%	12 15%	10 12,5%	5 6,25 %	80 100%	3,67

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.7 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel jaminan, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (pegawai Kuta Alam Tailor selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,98. Dari 80 orang responden sebanyak 35 orang atau 43,75% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 32,5% menyatakan setuju, 5 orang atau atau 6,25% menyatakan kurang setuju, 11 orang atau 13,75% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.
b. Pada pernyataan kedua (dalam memberikan pelayanan Kuta Alam Tailor selalu melaksanakannya secara tuntas) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,86. Dari 80 orang responden sebanyak 26 orang atau 32,5% menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 4,75% menyatakan setuju, 5 orang atau 6,25% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 5% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Pada pernyataan ketiga (pegawai Kuta Alam Tailor memberikan jaminan kepada pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,67. Dari 80 orang responden sebanyak 21 orang atau 26,25% menyatakan sangat setuju, 32 orang atau 40% menyatakan setuju, 12 orang atau 15% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 5 orang atau 6,25% menyatakan sangat tidak setuju.

4. Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Empati (*Empathy*) X4

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator empati (*empathy*) diwakili oleh tiga item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator empati dapat dilihat pada tabel 4.8

Tabel 4.8
Jawaban Responden Terhadap Variabel Empati (X4)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	23 28,75 %	40 50%	10 12,5%	3 3,75 %	4 5%	80 100%	3,94
Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor berpenampilan baik dan memberikan pelayanan	35 43,75 %	27 33,75%	11 13,75 %	5 6,25 %	2 2,5%	80 100%	4,10
Kuta Alam Tailor mampu memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan	27 33,75 %	35 43,75%	11 13,75 %	4 5%	3 3,75%	80 100%	4,00

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.8 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel empati, dapat dilihat bahwa:

a. Pada peryataan pertama (setiap pegawai di Kuta Alam Tailor selalu bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,9. Dari 80 orang responden sebanyak 23 orang atau 28,75% menyatakan sangat setuju, 40 orang atau 50% menyatakan setuju, 10 orang atau atau 12.5% menyatakan kurang setuju, 3 orang atau 3,75% menyatakan tidak setuju, dan 4 orang atau 5% menyatakan sangat tidak setuju.
b. Pada pernyataan kedua (setiap pegawai di Kuta Alam Tailor berpenampilan baik dalam memberikan pelayanan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,10. Dari 80 orang responden sebanyak 35 orang atau 43,75% menyatakan sangat setuju, 27 orang atau 33,75% menyatakan setuju, 11 orang atau 13,75% menyatakan kurang setuju, 4 orang atau 5% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.
c. Pada pernyataan ketiga (Kuta Alam Tailor mampu memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan) memiliki rata-rata jaw aban sebesar 4,00. Dari 80 orang responden sebanyak 27 orang atau 33,75% menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 43,75% menyatakan setuju, 11 orang atau 13,75% menyatakan kurang setuju, 4 orang atau 5%

menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.

5. Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Bukti Fisik (*Tangible*) X5

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator bukti fisik (*tangible*) diwakili oleh tiga item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator bukti fisik dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.9
Jawaban Responden Terhadap Variabel Bukti Fisik (X5)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
Fasilitas di Kuta Alam Tailor lengkap	35 43,75 %	27 33,75 %	5 6.25 %	8 10%	5 6,25%	80 100 %	3,97
Peralatan dan perlengkapan pelayanan di Kuta Alam Tailor telah memadai dan baik	33 40,24 %	29 36,25 %	5 6,25 %	10 12,5 %	3 3,75%	80 100 %	3,98
Kuta Alam Tailor memiliki ruangan yang bersih	20 25%	36 45%	14 17,5 %	5 6,25 %	7 8,75%	80 100 %	3,69

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.9 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel buki fisik, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (fasilitas di Kuta Alam Tailor lengkap) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,98. Dari 80 orang responden sebanyak 35 orang atau 43,75% menyatakan sangat setuju, 27 orang atau 33,75%

menyatakan setuju, 5 orang atau atau 62.5% menyatakan kurang setuju, 8 orang atau 10% meyatakan tidak setuju, dan 5 orang atau 6,25% menyatakan sangat tidak setuju.

b. Pada pernyataan kedua (peralatan dan perlengkapan pelayanan di Kuta Alam Tailor telah memadai dan baik) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,98. Dari 80 orang responden sebanyak 33 orang atau 40,24% menyatakan sangat setuju, 29 orang atau 36,25% menyatakan setuju, 5 orang atau 6,25% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 5% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.
c. Pada pernyataan ketiga (Kuta Alam Tailor memiliki ruangan yang bersih) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,69. Dari 80 orang responden sebanyak 20 orang atau 25% menyatakan sangat setuju, 36 orang atau 45% menyatakan setuju, 14 orang atau 17,5% menyatakan kurang setuju, 5 orang atau 6,24% menyatakan tidak setuju, dan 7 orang atau 8,75% menyatakan sangat tidak setuju.

6. Tanggapan Responden Penelitian Mengenai Variabel Kepatuhan Syariah (*Compliance Syariah*) X6

Variabel kualitas pelayanan dengan indikator kepatuhan syariah (*compliance syariah*) diwakili oleh dua item pertanyaan. Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap indikator kepatuhan syariah dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.10
Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepatuhan Syariah (X6)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS %	S %	KS %	TS %	STS %	Total %	Rata-rata
Pegawai Kuta Alam Tailor selalu berbusana yang sesuai dengan aturan syariah	32 40%	26 32,5 %	7 8,75%	10 12,5%	5 6,25%	80 100%	3,87
Kuta Alam tailor tidak menjahit pakaian yang tidak sesuai dengan aturan syariah	27 33,75 %	31 38,7 5%	10 12,5%	9 11,25 %	3 3,75%	80 100%	3,87
Pegawai Kuta Alam Tailor memberikan salam kepada pelanggan yang datang	31 38,75 %	35 43,7 5%	7 8,75%	5 6,25%	2 2,5%	80 100%	4,10

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.10 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel kepatuhan syariah, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (pegawai Kuta Alam Tailor selalu berbusana yang sesuai dengan aturan syariah) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,87. Dari 80 orang responden sebanyak 32 orang atau 40% menyatakan sangat setuju, 26 orang atau 32,5% menyatakan setuju, 7 orang atau atau 8,75% menyatakan kurang setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan tidak setuju, dan 5 orang atau 6,25% menyatakan sangat tidak setuju.

b. Pada pernyataan kedua (Kuta Alam Tailor tidak menjahit pakaian yang tidak sesuai dengan aturan syariah) memiliki rata-rata jawaban sebesar 3,87. Dari 80 orang responden sebanyak 27 orang atau 33,75% menyatakan sangat setuju, 31 orang atau 38,75% menyatakan setuju, 10 orang atau 12,5% menyatakan kurang setuju, 9 orang atau 11,25% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75% menyatakan sangat tidak setuju.
c. Pada peryataan ketiga (pegawai Kuta Alam tailor memberikan salam kepada pelanggan yang datang) memiliki rata-rata sebesar 4,10. Dari 80 orang responden sebanyak 31 orang atau 38,75% menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 43,75% menyatakan setuju, 7 orang atau 8,75% menyatakan kurang setuju, 5 orang atau 6,25% menyatakan tidak setuju, dan 2 orang atau 2,5% menyatakan sangat tidak setuju.

4.3.2. Deskripsi Penelitian Variabel Kepuasan Pelanggan

Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 4.11

Tabel 4.11
Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Indikator Penelitian (pernyataan)	SS	S	KS	TS	STS	Total	Rata-rata
	%	%	%	%	%	%	
Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi kebutuhan pelanggan	28 35%	42 52,5%	4 5%	6 7,5%	0 0%	80 100%	4,16
Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi harapan pelanggan	37 46,25%	34 42,5%	7 8,75%	0 0%	2 2,5%	80 100%	4,30
Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kuta Alam Tailor	28 35%	42 5 %	9 11,2 5%	0 0%	1 1,25 %	80 100%	4,20
Secara keseluruhan sangat menyenangkan menjadi pelanggan Kuta Alam Tailor	37 46,25%	35 43,75%	4 5%	1 1,25%	3 3,75 %	80 100%	4,26
Dilain watu saya akan berkunjung kembali ke Kuta Alam Tailor	42 52,5%	31 38,75%	4 5%	3 3,75%	0 0%	80 100%	4,37

Sumber: Data primer diolah (2019)

Berdasarkan Tabel 4.11 yang menunjukan jawaban responden terhadap variabel kepuasan pelanggan, dapat dilihat bahwa:

a. Pada pernyataan pertama (pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi kebutuhan pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,16. Dari 80 orang responden sebanyak 28 orang atau 35% menyatakan sangat setuju, 42 orang atau 52,5% menyatakan setuju, 4 orang atau atau 5%

menyatakan kurang setuju, 6 orang atau 7,5% tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

b. Pada pernyataan kedua (pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi harapan pelanggan) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,30. Dari 80 orang responden sebanyak 37 orang atau 46,25% menyatakan sangat setuju, 34 orang atau 42,5% menyatakan setuju, 7 orang atau 8,75% menyatakan kurang setuju, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju, dan 2 orang atau 2,5% menyatakan sangat tidak setuju.
c. Pada pernyataan ketiga (pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kuta Alam Tailor) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,20. Dari 80 orang responden sebanyak 28 orang atau 35% menyatakan sangat setuju, 42 orang atau 52,5% menyatakan setuju, 9 orang atau 11,25% menyatakan kurang setuju, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju, dan 1 orang atau 1,25% menyatakan sangat tidak setuju.
d. Pada pernyataan keempat (secara keseluruhan sangat menyenangkan menjadi pelanggan Kuta Alam Tailor) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,26. Dari 80 orang responden sebanyak 37 orang atau 46,24% menyatakan sangat setuju, 35 orang atau 43,75% menyatakan setuju, 4 orang atau 5% menyatakan kurang setuju, 1 orang atau 1,25% menyatakan tidak setuju, dan 3 orang atau 3,75 menyatakan sangat tidak setuju.

e. Pada pernyataan kelima (dilain waktu saya akan berkunjung kembali ke Kuta Alam Tailor) memiliki rata-rata jawaban sebesar 4,37. Dari 80 orang responden sebanyak 42 orang atau 52,5% menyatakan sangat setuju, 31 orang atau 38,75% menyatakan setuju, 4 orang atau 5% menyatakan kurang setuju, 3 orang atau 3,75% menyatakan tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.

4.4. Uji Validitas dan Reliabilitas

4.4.1. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dari hasil output dengan r tabel yang penyelesaiannya dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dimana jika r hitung > r tabel maka butir pertanyaan disetiap kuesioner tersebut valid, sedangkan jika r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini dilakukan dengan uji signifikan yang membandingkan nilai r hitung dengan nilai r Tabel untuk degree of freedom (df) = n-2. Dalam hal ini n adalah jumlah sampel atau responden. Jadi dalam penelitian ini, df = 80-2 atau df = 78 dengan alpha 5% sehingga dapat r Tabel = 0.219 Berikut ini adalah hasil yang diberikan kepada 80 responden dengan memberikan 23 pertanyaan yang dibagi menjadi 7 variabel utama yaitu variabel keandalan (X1) sebanyak 3 pernyataan, variabel daya tanggap (X2) sebanyak 3 pernyataan, variabel jaminan (X3) sebanyak 3 pernyataan, variabel empati (X4) sebanyak 3

pernyataan, variabel bukti fisik (X5) sebanyak 3 pernyataan, variabel kepatuhan syariah (X6) sebanyak 3 pernyataan, dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 5 pernyataan. Hasil uji validitas untuk penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
1.	Keandalan (X1)	Kuta Alam Tailor selalu tepat waktu dalam melayani pelanggan	0,219	0,719	Valid
		Pegawai Kuta Alam memiliki keandalan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan	0,219	0,753	Valid
		Kuta Alam Tailor memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan	0,219	0,666	Valid
2.	Daya Tanggap (X2)	Kuta Alam Tailor cepat dalam melayani setiap pesanan jahitan baru	0,219	0,677	Valid
		Kuta Alam Tailor selalu siap untuk merespons permintaan	0,219	0,737	Valid
		pelanggan Kuta Alam Tailor bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan	0,219	0,737	Valid

Tabel 4.12- Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
3.	Jaminan (X3)	Pegawai Kuta Alam Tailor selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	0,219	0,615	Valid
		Dalam memberikan pelayanan Kuta Alam Tailor selalu melaksanakannya secara tuntas	0,219	0,711	Valid
		Pegawai Kuta Alam Tailor memberikan jaminan kepada pelanggan (misalnya apabila busana yang dijahit tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka bisa diperbaiki kembali tanpa tambahan biaya	0,219	0,707	Valid
4.	Empati (X4)	Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor selalu bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan	0,219	0,712	Valid
		Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor berpenampilan baik dalam memberikan pelayanan	0,219	0,889	Valid

Tabel 4.12- Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
		Kuta Alam Tailor mampu memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan	0,219	0,817	Valid
5.	Bukti Fisik (X5)	Fasilitas di Kuta Alam Tailor lengkap	0,219	0,598	Valid
		Peralatan dan perlengkapan pelayanan di Kuta Alam Tailor telah memadai dan baik	0,219	0,696	Valid
		Kuta Alam Taillor memiliki ruangan yang bersih	0,219	0,680	Valid
6.	Kepatuhan Syariah (X6)	Pegawai Kuta Alam Tailor selalu berbusana yang sesuai dengan aturan syariah	0,219	0,553	Valid
		Kuta Alam Tailor tidak menjahit pakaian yang tidak sesuai dengan aturan syariah	0,219	0,423	Valid
		Pegawai Kuta Alam Tailor memberikan salam kepada pelanggan yang datang	0,219	0,409	Valid
7.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi kebutuhan pelanggan	0,219	0,637	Valid

Tabel 4.12- Lanjutan

No	Variabel	Pernyataan	r Tabel	r Hitung	Keterangan
		Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi harapan pelanggan	0,219	0,721	Valid
		Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kuta Alam Tailor	0,219	0,557	Valid
		Secara keseluruhan sangat menyenangkan menjadi pelanggan Kuta Alam Tailor	0,219	0,672	Valid
		Dilain waktu saya akan berkunjung kembali ke Kuta Alam Tailor	0,219	0,777	Valid

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat dilihat bahwa masing-masing item pernyataan memiliki r hitung positif dan lebih besar dibandingkan r tabel 0,219. Maka dapat disimpulkan bahwa semua indikator dari keenam variabel X1,X2,X3,X4,X5,X6, dan Y dinyatakan valid.

4.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika croncbach' alpha > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika

croncbach' alpha < 0,60. Adapun hasil uji reliabilitas instrumen dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach	Keterangan
1.	Keandalan	0,845	Reliabel
2.	Daya Tanggap	0,845	Reliabel
3.	Jaminan	0,822	Reliabel
4.	Empati	0,901	Reliabel
5.	Bukti Fisik	0,808	Reliabel
6.	Kepatuhan Syariah	0,646	Reliabel
7.	Kepuasan Pelanggan	0,855	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa masing-masing nilai *cronbach alpha* lebih besar dari r tabel yaitu 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item pernyataan sudah reliabel karena nilai *cronbach alpha* > 0,60.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual terdistribusi normal. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan

menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan > 0,05 maka nilai residual terdistribusi normal.
- Jika nilai signifikan < 0,05 maka nilai residual tidak terdistribusi normal

Tabel 4.14
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.30285547
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.513
Asymp. Sig. (2-tailed)		.955

a. Test distribution is Normal.

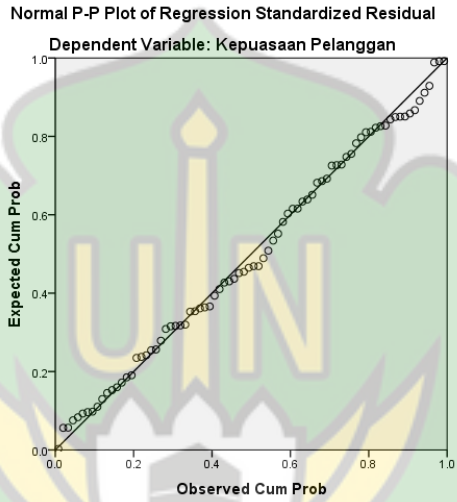
b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Dari hasil Tabel 4.14 uji normalitas *One Sample Kolmogrov-Smirnov* ini dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini memiliki nilai normalitas sebesar 0,995 yang artinya lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa nilai tersebut berdistribusi normal.

Selanjutnya didukung juga menggunakan grafik P-P Plot dengan melihat penyebaran data di sekitar garis diagonal, dan

penyebab titik-titik data searah mengikuti garis diagonal dan dapat dikatakan normal. Akan tetapi, jika penyebaran data jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal maka dapat dikatakan tidak memenuhi asumsi normal.



Sumber: Hasil output SPSS (2019)

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan pengujian normalitas pada gambar 4.1 terlihat bahwa hasil penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal terpenuhi.

4.5.2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas

(*independent*). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 4.15

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada Tabel 4.15 dapat dilihat nilai *tolerance* pada semua variabel X > 0,10 (dimana X_1 = 0,654 ; X_2 = 0,737 ; X_3 = 0,455 ; X_4 = 0,466 ; X_5 = 0,593 ; X_6 = 0,578) maka diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas. Jika dilihat dari hasil perhitungan VIF, bahwa nilai VIF pada semua variabel X < 10 (dimana X_1 = 1,529 ; X_2 = 1,357 ; X_3 = 2,198 ; X_4 = 2,147 ; X_5 = 1,687 ; X_6 = 1,730), maka antara *tolerance* ataupun VIF sama-sama menunjukkan hasil yang sama yaitu diantara variabel tidak terjadi multikolinearitas.

4.5.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk melakukan pengujian apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolut residual lebih kecil dari 0,05 maka terjadi masalah heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan dua metode yaitu dengan uji glejser dan uji dengan motode *scatterplot*, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode glejser

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Uji Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.294	.113		2.597	.011
	Keandalan	.030	.025	.167	1.227	.224
	Dayatanggap	-.016	.022	-.093	-.725	.470
	Jaminan	-.064	.029	-.355	-2.178	.033
	Empati	.067	.031	.346	2.147	.035
	BuktiFisik	-.001	.026	-.007	-.051	.960
	KepatuhanSyariah	-.034	.030	-.160	-1.105	.273

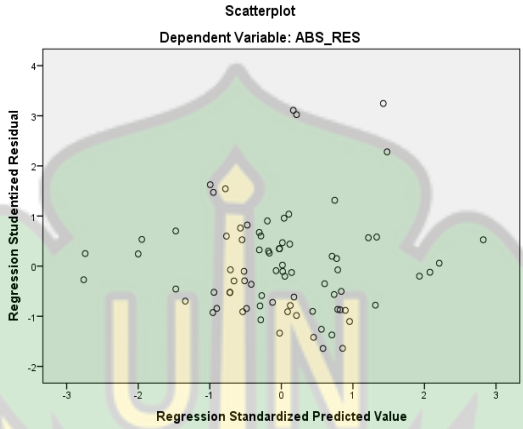
a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Dari Tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai signifikan dari setiap variabel(X_1 = 0,224 ; X_2 = 0,470 ; X_3 = 0,033 ; X_4 = 0,035 ; X_5 = 0,960 ; X_6 = 0,273) lebih besar dari 0,05. Maka dapat

disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas, sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

b. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot*



Sumber: Hasil output SPSS (2019)

Gambar 4.2
Hasil Uji Scatterplot

Berdasarkan Gambar 4.2 pengujian heteroskedastisitas terlihat bahwa plot amatan terhadap residual menyebar secara acak dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4.6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan

kepatuhan syariah terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana besarnya pengaruh antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Hasil pengolahan data analisis regresi berganda dengan menggunakan program SPSS ditunjukkan dalam Tabel 4.17 berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Sumber: Data primer diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.17 yang diperoleh dari hasil pengolahan dengan menggunakan program SPSS maka diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + b6X6 + e$$

$$Y = 1{,}137 + 0{,}007\ X1 + 0{,}102\ X2 + 0{,}062\ X3 + 0{,}129\ X4 + 0{,}236\ X5 + 0{,}263\ X6 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda di atas memberikan pengertian bahwa:

a. Koefisien konstanta

Dari koefisien regresi diketahui bahwa nilai konstanta sebesar 1,137. Apabila seluruh variabel dependen yaitu

keandalan (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), bukti fisik (X_5), dan kepatuhan syariah (X_6) adalah 0, maka kepuasan pelanggan pengguna jasa Kuta Alam Tailor adalah tetap sebesar 1,137.

b. Koefisien regresi X_1

Koefisien regresi X_1 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_1 sebesar 0,007 berarti apabila variabel keandalan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam Tailor sebesar 0,007 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik keandalan pegawai Kuta Alam Tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

c. Koefisien regresi X_2

Koefisien regresi X_2 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_2 sebesar 0,102 berarti apabila variabel daya tanggap mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam Tailor Aceh sebesar 0,102 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik daya tanggap pegawai Kuta Alam Tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

d. Koefisien regresi X_3

Koefisien regresi X_3 positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_3 sebesar 0,062 berarti apabila variabel jaminan mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam Tailor sebesar 0,062 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik jaminan pegawai Kuta Alam Tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

e. Koefisien regresi X_4

Koefisien regresi X_4 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_4 sebesar 0,129, berarti apabila variabel empati mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam tailor sebesar 0,129 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik empati di Kuta Alam Tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

f. Koefisien regresi X_5

Koefisien regresi X_5 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_5 sebesar 0,236, berarti apabila variabel bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y)

pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam Tailor sebesar 0,236 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik bukti fisik yang ditampilkan pada Kuta Alam Tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

g. Koefisien regresi X_6

Koefisien regresi X_6 berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai b_6 sebesar 0,263, berarti apabila variabel kepatuhan syariah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) pada saat menjahit pakaian di Kuta Alam Tailor sebesar 0,263 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap. Hal ini menjelaskan bahwa semakin baik kepatuhan syariah pada Kuta Alam tailor maka semakin meningkat pula kepuasan pelanggannya.

4.7. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas pada variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak maka akan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan Uji T, Uji F, dan Uji R^2 sebagai berikut.

4.7.1. Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas (X) yang dimasukkan dalam model regresi

secara individual mempengaruhi variabel dependen atau terikat (Y). Apabila nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Sedangkan apabila nilai signifikan lebih besar dari tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Adapun hasil Uji t adalah sebagai berikut.

Tabel 4.18
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (individual) terhadap variabel dependen adalah sebagai berikut:

1. **Pengaruh keandalan (X1) terhadap kepuasan pelanggan**

Diketahui t_{hitung} keandalan sebesar 0,147 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 0,147

< 1,990 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka variabel keandalan (X1) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,883 > 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari pada tingkat kesalahan, maka dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan Ho diterima yang artinya keandalan tidak berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

2. **Pengaruh daya tanggap (X2) terhadap kepuasan pelanggan**

Diketahui t_{hitung} daya tanggap sebesar 2,583 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 2,583 > 1,990 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka variabel daya tanggap (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,012 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

3. **Pengaruh jaminan (X3) terhadap kepuasan pelanggan**

Diketahui t_{hitung} jaminan sebesar 1,180 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 1,180 < 1,990 atau $t_{hitung} < t_{tabel}$. Maka variabel jaminan (X3) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,242 > 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari pada tingkat kesalahan, maka dapat disimpulkan bahwa Ha ditolak dan Ho diterima yang artinya keandalan tidak berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

4. Pengaruh empati (X4) terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui t_{hitung} empati sebesar 2,325 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 2,325 > 1,990 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka variabel empati (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,023 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

5. Pengaruh bukti fisik (X5) terhadap kepuasan pelanggan

Diketahui t_{hitung} bukti fisik sebesar 5,193 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 5,193 > 1,990 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka variabel bukti fisik (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan, maka

dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

6. **Pengaruh Kepatuhan Syariah (X6) Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Diketahui t_{hitung} kepatuhan syariah sebesar 4,871 dan t_{tabel} sebesar 1,990, maka perbandingan t_{hitung} dengan t_{tabel} didapatkan hasil 4,871 > 1,990 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka variabel kepatuhan syariah (X6) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan (*alpha*) 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan tingkat signifikansi lebih kecil dari pada tingkat kesalahan, maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya daya tanggap berpengaruh secara parsial (individual) terhadap kepuasan pelanggan.

4.7.2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F (uji simultan) Untuk menguji hipotesis pertama (H1) apakah secara bersama-sama variabel independen (X1, X2, X3,X4,X5,X6) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y), digunakan uji secara bersama-sama dengan langkah berikut:

- Jika probabilitas (signifikansi) < 0,05 atau F hitung > F Tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti berpengaruh secara simultan

- Jika probabilitas (signifikansi) > 0,05 atau F hitung < F Tabel, maka Ho diterima dan Ha ditolak yang berarti tidak berpengaruh secara simultan

Dengan mencari nilai F tabel yaitu n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independen dan dependen. Df1 = k – 1 = 7 – 1 = 6, untuk df2 = n – k = 80 – 7 = 73 (dimana k adalah jumlah veriabel bebas maupun terikat dan n adalah jumlah sampel. Maka diperoleh nilai F tabel = 2,23.

Tabel 4.19
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.656	6	4.443	44.758	.000[b]
	Residual	7.246	73	.099		
	Total	33.902	79			

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan
b. Predictors: (Constant), KepatuhanSyariah, BuktiFisik, Dayatanggap, Keandalan, Empati, Jaminan

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Berdasarkan data pada tabel 4.19 maka dapat diketahui bahwa F hitung atau F statistik sebesar 44,758 dan F tabel sebesar 2,23. Berdasarkan data tersebut diketahui F hitung > F tabel atau 44,758 > 2,23 dan besarnya sig 0,000 < 0,05 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima yang artinya variabel independen atau keandalan (X1), daya tanggap (X2), jaminan (X), empati (X4), bukti fisik (X5), dan kepatuhan syariah (X6) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau kepuasan pelanggan (Y).

4.7.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887[a]	.786	.769	.3151	2.260

a. Predictors: (Constant), KepatuhanSyariah, BuktiFisik, Dayatanggap, Keandalan, Empati, Jaminan

b. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Sumber: Data diolah oleh SPSS (2019)

Dari Tabel 4.20 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,769. Hal ini berarti 76,9% variabel dependen berupa kepuasan pelanggan dalam menjahit pakaian yang dapat dijelaskan oleh variabel independen yaitu jaminan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepatuhan syariah. Sedangkan sisanya sebesar 23,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

4.8. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan maka secara keseluruhan pembasahan hasil penelitian ini sebagai berikut:

4.8.1. Pengaruh Keandalan (*Reability*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa keandalan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,147 dan lebih kecil dari t_{tabel} 1,990. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,883 > 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko belum maksimal dalam meningkatkan keandalan sehingga belum mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Keandalan Kuta Alam Tailor dalam menyelenggarakan pelayanan sudah cukup baik. Dalam penelitian ini variabel keandalan berpengaruh positif yang artinya jika keandalan dalam pelayanan ditingkatkan, maka akan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun begitu, sepertinya keandalan dari pelayanan yang diberikan tidak secara menyeluruh dirasakan oleh para pelanggan sehingga tidak terlalu memberi pengaruh yang signifikan bagi kepuasan pelanggan, seperti ketetapan waktu, menyampaikan informasi untuk menjawab pertanyaan pelanggan. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Meliza Mustika (2017), yang menyatakan bahwa variabel keandalan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.2. Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa daya tanggap memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,583 dan lebih besar dari t_{tabel} 1,990. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,012 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko telah menyampaikan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya, sehinggan mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Dari analisis linier berganda pada Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa daya tanggap memiliki pengaruh sebesar 0,102 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika daya tanggap mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,102 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah tetap. Dapat disimpulan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh daya tanggap. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Destiana Baetie (2018), yang menyatakan bahwa variabel daya tanggap berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.3. Pengaruh Jaminan (*Assurance*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa jaminan memiliki nilai t_{hitung} sebesar 1,180 dan lebih kecil dari t_{tabel} 1,990. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,242 > 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko belum maksimal dalam meningkatkan jaminan sehingga belum mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Jaminan Kuta Alam Tailor dalam menyelenggarakan pelayanan sudah cukup baik. Dalam penelitian ini variabel jaminan berpengaruh positif yang artinya jika jaminan dalam pelayanan ditingkatkan, maka akan juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Meskipun begitu, sepertinya jaminan dari pelayanan yang diberikan tidak secara menyeluruh dirasakan oleh para pelanggan sehingga tidak terlalu memberi pengaruh yang signifikan bagi kepuasan pelanggan, seperti keramahan pegawai, dan melayani pelanggan dengan waktu yang lama, jaminan yang tidak baik cenderung akan membuat pelanggan pelanggan kurang puas dalam menggunakan Kuta Alam Tailor. Temuan ini tidak sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Meliza Mustika (2017), yang menyatakan bahwa variabel jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.4. Pengaruh Empati (*Empathy*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa empati memiliki nilai t_{hitung} sebesar 2,325 dan lebih besar dari t_{tabel} 1,990. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,023 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko telah menyampaikan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya, sehinggan mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Dari analisis linier berganda pada Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa empati memiliki pengaruh sebesar 0,129 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika empati mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,129 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah tetap. Dapat disimpulan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh empati. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Destiana Baetie (2018), yang menyatakan bahwa variabel empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.5. Pengaruh Bukti Fisik (*Tangible*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa bukti fisik memiliki nilai t_{hitung} sebesar 5,193 dan lebih besar dari t_{tabel} 1,990.

Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko telah menyampaikan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya, sehinggan mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Dari analisis linier berganda pada Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa bukti fisik memiliki pengaruh sebesar 0,236 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika bukti fisik mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,236 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah tetap. Dapat disimpulan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti fisik. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Titien Alawiyah (2018), yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.6. Pengaruh Kepatuhan Syariah (*Compliance Syariah*) Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui bahwa kepatuhan syariah memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,871 dan lebih besar dari t_{tabel} 1,990. Sedangkan perbandingan nilai signifikansinya dengan tingkat kesalahan yang ditentukan sebesar 0,05 yaitu 0,000 < 0,05. Dari nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan

pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pihak toko telah menyampaikan sesuatu sesuai dengan keadaan sebenarnya, sehinggan mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.

Dari analisis linier berganda pada Tabel 4.17 dapat dilihat bahwa kepatuhan syariah memiliki pengaruh sebesar 0,263 terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti jika kepatuhan syyariah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan diperkirakan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,263 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dalam model regresi adalah tetap. Dapat disimpulan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kepatuhan syariah. Temuan ini sesuai dengan penelitian yang dilakuan oleh Annifaturrohmah dan Nani (2015), yang menyatakan bahwa variabel kepatuhan syariah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4.8.7. Pengaruh Variabel Bebas Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui bahwa variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan Uji F yang memiliki hasil nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau 44,758 > 2,23, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepatuhan syariah) yang diterapkan oleh Kuta Alam tailor memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 76,9%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Kuta Alam Tailor dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 23,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

BAB V
PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh ditinjau dari perspektif Ekonomi Syariah dengan sampel 80 responden. Terdapat empat dimensi variabel independen yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan ada dua dimensi variabel independen yang tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Adapun kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel keandalan menunjukkan bahwa keandalan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam tailor dengan tingkat signifikansi 0,883 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kesigapan karyawan yang diberikan belum handal dan cermat sehingga tidak mampu memenuhi kepuasan pelanggannya.
2. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel daya tanggap menunjukkan bahwa daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam tailor dengan tingkat signifikansi

0,012 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ketanggapan, kesigapan dan kecepatan karyawan dalam memberikan layanan kepada pelanggan sudah baik, sehingga sangat berperan dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

3. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel jaminan menunjukkan bahwa jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam Tailor dengan tingkat signifikansi 0,242 lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa jaminan kepada pelanggan dengan tidak hanya melalui janji tetapi dengan jaminan yang benar-benar pelanggan rasakan.
4. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel empati menunjukkan bahwa empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam tailor dengan tingkat signifikansi 0,023 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dikarenakan pelanggan memberikan rasa adil kepada pelanggan.
5. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel bukti fisik menunjukkan bahwa bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam tailor dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa

pelanggan juga menaruh perhatian pada peralatan dan fasilitas fisik yang ada pada Kuta Alam tailor.

6. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan terhadap variabel kepatuhan syariah menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam Tailor dengan tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini bahwa pegawai sudah berbusana sesuai syariah dan mengucap salam kapada pelanggan.
7. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan secara simultan diperoleh bahwa kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepatuhan syariah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kuta Alam tailor. Hal ini terlihat dari nilai F_{hitung} 44,758 lebih besar dari F_{tabel} 2,23 dengan tingkat signifikansi 0,000.
8. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan Kuta Alam Tailor hampir sepenuhnya dapat dijelaskan oleh kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik dan kepatuhan syariah). Hal ini dibuktikan dari perhitungan koefisien determinasi dengan nilai *Adjusted* R *square* sebesar 0,769. Ini artinya kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan sebesar 76,9% sedangkan sisanya 23,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Kuta Alam tailor dalam rangka meningkatkan kualitas layanan guna mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan, sebaiknya Kuta Alam Tailor perlu memperhatikan beberapa item hasil yang telah diuji dalam penelitian ini, agar pihak perusahaan dapat memperbaiki kembali kinerja pegawai dalam memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas serta memberikan kenyamanan bagi pelanggan dalam menggunakan jasa ini. Dapat dilihat dalam penelitian ini kontribusi paling rendah terdapat pada dimensi keandalan dan jaminan. Hal ini dapat mendorong pihak perusahaan untuk meningkatkan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan Kuta Alam Tailor.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penulis menyarakan agar dapat memperluas cakupan lokasi penelitian untuk memperkuat penelitian yang akan dilakukan, menggali lebih dalam lagi jika terdapat kekurangan pada penelitian ini, dan melakukan pengembangan terhadap variabel penelitian agar diharapkan akan memperoleh temuan-temuan yang baru yang belum diperoleh dalam penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Alquran dan Terjemahannya.

Amin, Hudin. Edy dan Yusri. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Bengkel AHAS 0347 Batu). *Jurnal Administrasi dan Organisasi. Vol 17. No. 2*.

Ahmad, Tafsir. (2001). *Ilmu Pendidikan Dalam Perspektif Islam*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Abdullah Sani, Ridwan. (2013). *Inovasi Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.

Baetie, Destiana. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu di Hotel Niagara Parapat Provinsi Sematera Utara. *JOM FISIP Vol. 5 No. 1.*

Barata. Adya Atep. (2004). *Dasar-dasar Pelayanan Prima, Cetakan 2*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Danang, Sunyoto. (2013). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Buku Seru.

Darwin. (2013). *Kepuasan dan Rasionalitas Konsumen Muslim*. Jakarta: KENCANA.

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

Ghozali, Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS (4th ed.).* Semarang: badan Penerbit-Undip.

Hafidudin., Didin., dan Tanjung, Hendri. (2003). *Manajemen Pemasaran Syari'ah dalam Praktik*. Jakarta: Erlangga.

Hasan, Ali. (2009). *Marketing*. Edisi Baru. Yogyakarta: Med Press.

Hasan, Ali. (2010). *Marketing Bank Syariah*. Jakarta: Glaria Indonesia.

Juniawan, Ambardi. (2014). Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah pada Bank Umum Syariah di Jakarta. *Jurnal Liquidity Vol. 3, No, 1.*

Jamhari. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Harion Hostel Syariah. *Skripsi*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Alih bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip. dan Keller, Kevin Lane. (2010). *Principles Of Marketing* 13e. New Jersey: Pearson *Education*, Inc.

Lupiyoadi, Rambat. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*: Teori dan Prakti Ed. Pertama. Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, Rambat. dan A, Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Mahanani, Sonya. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat. *Jurnal Ekonomi. Semarang, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro*.

Manullang, Ida. (2008). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan PT. Garuda Indonesia Airlines Di Bandara Polonia Medan. Sumatera Utara, Medan. *Tesis, Pasca Sarjana Universitas Sumatera Utara.*

Mustafa Kamal, Ali. (2013). *Penggunaan Metode Role Playing Berbantuan Media Audiovisual untuk Meningkatkan Keterampilan Berbicara Siswa Kelas IV B SDN Gisikdrono 03 Semarang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.

Mustika, Meliza. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Wardah Beauty House Medan. *Skripsi* . Universitas Sumatera Utara.

Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.

Normasari, Selvy., Kumadji, Srikandi. Dan Kusumawati, Andriani. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 6. No. 2*.

Parasuraman, A Valerie. (2001). *Delivering Quality Service*. (diterjemahkan oleh Sutanto). New York. The free press.

Paisal. (2013). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 11 No. 4*.

Qardhawi, Yusuf. (1997). *Norma dan etika Ekonomi Islam*. Jakarta:Gema Insani Press.

Rozalinda. (2015). *Manajemen Wakaf Produktif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Rizan, Mohammad. Dan Andika, Fajar. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer fatmawati, Jakarta Selatan. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 2. No. 1*.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Setiadi, Nugroho. (2003). *Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama, Jakarta: Kencana.

Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit Andi, Yogyakarta.

Sarjono, Haryadi., dan Julianta, Winda. (2011). *SPSS VS LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Penerbit Selemba.

Tjiptono, Fandy. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, Ed. 3. Yogyakarta: Andi.

Zainal, Veithzal Rivai dkk. (2017). *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh, Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah

Assalamualaikum Wr.Wb.

Responden yang terhormat,

Saya Rahmi Maulina, mahasiswa program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. Saya sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Kuta Alam Tailor Banda Aceh, Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Syariah" yang merupakan sumber data utama bagi skripsi ini, maka dimohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima sebagai hasil kuesioner ini bersifat rahasia dan digunakan untuk kepentingan akademis. Atas partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Rahmi Maulina

A. Identitas Responden

Karakteristik Responden

1) Nama :
2) Jenis Kelamin :
3) Umur :
    a) < 20 Tahun
    b) 20 - 29 Tahun
    c) 30 - 39 Tahun
    d) 40 – 49 Tahun
    e) > 50 Tahun
4) Pendidikan Terakhir :
    a) SD
    b) SMP
    c) SMA
    d) Diploma (D3)
    e) Stara 1 (S1)
    f) Stara 2 (S2)
5) Pekerjaan :
    a) Pelajar/Mahasiswa
    b) PNS
    c) DOSEN
    d) BUMN
    e) IRT
    f) Swasta
    g) Wiraswasta

Petunjuk Pengisian

1. Saudara/i diharapkan menjawab setiap pertanyaan yang dinyatakan sesuai dengan pendapat saudara (jawaban yang sebenarnya dan sejujurnya)
2. Saudara/i diharapkan menjawab semua pernyataan
3. Jawaban yang telah diberikan akan dirahasiakan dan tidak akan berakibat buruk atau merugikan saudara/i
4. Ikuti petunjuk pengisian yang sudah tertera ketika memilih jawaban
5. Bila ada yang kurang mengerti dapat ditanya kepada peneliti
6. Berikan tanda Cheklist (√) pada salah satu pilihan jawaban pertanyaan yang sesuai dengan yang anda alami dan rasakan. Terdapat 5 (lima) pilihan jawaban pertanyaan, yaitu sebagai berikut:

   Sangat Setuju : SS
   Setuju : S
   Kurang Setuju : KS
   Tidak Setuju : TS
   Sangat Tidak Setuju : STS

Berikan tanda Cheklist (√) pada salah satu jawaban yang anda pilih

1. Kualitas Pelayanan

a. Keandalan (*Reliability*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Kuta Alam Tailor selalu tepat waktu dalam melayani pelanggan.					
2.	Pegawai Kuta Alam Tailor memiliki keandalan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan.					
3.	Kuta Alam Tailor memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan.					
b. Daya tanggap (*Responsiveness*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Kuta Alam Tailor cepat dalam melayani setiap pesanan jahitan baru.					
2.	Kuta Alam Tailor selalu siap untuk merespons permintaan pelanggan.					
3.	Kuta Alam Tailor bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan.					
c. Jaminanan (*Assurance*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Pegawai Kuta Alam Tailor selalu					

	ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan.					
2.	Dalam memberikan pelayanan Kuta Alam Tailor selalu melaksanakannya secara tuntas.					
3.	Pegawai Kuta Alam Tailor memberikan jaminan kepada pelanggan (misalnya apabila busana yang dijahit tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka bisa diperbaiki kembali tanpa tambahan biaya).					
d. Empati (*Empathy*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor selalu bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan.					
2.	Setiap pegawai di Kuta Alam Tailor berpenampilan baik dalam memberikan pelayanan.					
3.	Kuta Alam Tailor mampu memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan.					
e. Bukti Fisik (*Tangible*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Fasilitas di Kuta Alam Tailor lengkap.					
2.	Peralatan dan perlengkapan pelayanan di Kuta Alam Tailor telah memadai dan baik.					

3.	Kuta Alam Tailor memiliki ruangan yang bersih.					
f. Kepatuhan Syariah (*Compliance Syariah*)						
No	**Pernyataan**	**SS**	**S**	**KS**	**TS**	**STS**
1.	Pegawai Kuta Alam Tailor selalu berbusana yang sesuai dengan aturan syariah.					
2.	Kuta Alam Tailor tidak menjahit pakaian yang tidak sesuai dengan aturan syariah.					
3.	Pegawai Kuta Alam Tailor memberikan salam kepada pelanggan yang datang.					

2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi kebutuhan pelanggan.					
2.	Pelayanan yang diberikan Kuta Alam Tailor memenuhi harapan pelanggan.					
3.	Pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Kuta Alam Tailor.					
4.	Secara keseluruhan sangat menyenangkan menjadi pelanggan Kuta Alam Tailor.					
5.	Dilain waktu saya akan berkunjung kembali ke Kuta Alam Tailor.					

Lampiran 2 Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Kualitas Pelayanan

No	KD1	KD2	KD3	DT1	DT2	DT3	JN1	JN2	JN3	EP1	EP2	EP3	BF1	BF2	BF3	KS1	KS2	KS3
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	2	2	3	5	3	5
3	5	4	5	4	4	4	3	2	2	4	4	4	5	5	4	2	4	4
4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4
6	5	5	4	5	4	4	2	2	2	4	5	5	5	5	4	4	4	4
7	4	4	4	1	2	2	4	4	3	4	5	5	5	5	4	2	2	5
8	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
9	5	5	5	3	4	5	5	5	3	3	2	2	4	4	5	4	4	4
10	3	3	2	3	2	3	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1
11	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	1	2	4
12	5	4	4	5	4	4	5	3	3	3	3	3	2	2	1	5	5	5
13	4	5	4	1	3	2	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	2
14	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
15	5	5	4	4	4	4	2	2	1	4	4	4	5	4	4	5	4	5
16	5	5	5	2	2	3	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5
17	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	1	5	4	4
18	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4
19	4	4	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	2	4	5
20	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	3	3	1	2
21	5	5	4	5	4	4	5	5	1	4	4	4	5	4	3	4	4	5
22	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3
23	2	3	1	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
24	4	4	5	5	4	4	2	5	5	5	5	4	2	5	3	3	4	4
25	5	5	5	2	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5
26	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5
27	5	3	4	5	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	4	5	2	4
28	5	5	4	5	2	5	4	4	4	4	3	3	5	2	5	2	3	5
29	1	2	5	5	4	5	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4
30	5	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4
31	5	5	5	2	2	2	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
32	4	5	4	4	4	5	1	3	1	1	2	3	4	2	3	3	3	3
33	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	2	2	3	5	4	5
34	5	5	4	4	5	4	5	1	2	3	3	3	5	4	4	4	5	4
35	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5
36	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
37	5	5	5	1	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5
38	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	3	5	1
39	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
40	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	4

41	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	3	4	5	5	5
42	5	4	2	3	3	5	3	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	4
43	2	2	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
44	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	1	5	5	4	4	5	4
45	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	2	2	1	5	3	4
46	5	5	5	5	5	5	5	2	3	3	3	3	5	4	3	4	5	5
47	4	4	5	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
48	5	5	5	5	4	5	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3
49	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
50	2	5	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	4	4	1	5	4	5
51	5	5	5	1	1	2	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5
52	2	3	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4
53	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3
54	4	4	4	4	5	5	4	4	2	2	5	5	5	4	5	4	5	5
55	4	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	3	4	4	2	5	4
56	5	5	5	1	2	2	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	3	5
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
58	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	1	2	5
59	4	3	1	3	5	5	5	2	3	4	5	5	1	2	2	5	4	5
60	5	5	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	2
61	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2
62	4	5	3	2	4	5	2	2	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4
63	2	2	1	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
64	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	1	4	4
65	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5
66	3	1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3
67	4	5	5	2	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	1	5
68	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4
69	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4
70	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	2	2	4
71	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4
72	2	3	2	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
73	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3
74	2	2	2	1	2	3	1	2	2	2	2	3	1	1	1	1	2	3
75	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4
76	1	3	2	4	3	4	2	3	2	4	3	2	4	4	3	2	2	4
77	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5
78	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4
79	2	2	3	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	3	2
80	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4

Lampiran 3 Jawaban Responden Penelitian Untuk Variabel Kepuasan Pelanggan

No	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5
1	5	5	5	5	5
2	4	5	4	5	4
3	4	5	5	4	5
4	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	4	4
7	4	4	5	4	5
8	4	5	5	5	5
9	5	4	4	3	4
10	2	3	3	1	3
11	4	5	4	4	5
12	4	4	4	5	4
13	5	4	4	4	4
14	4	5	5	4	5
15	5	5	4	5	5
16	4	4	4	4	4
17	4	5	4	4	4
18	4	5	5	4	4
19	5	5	4	5	5
20	3	1	3	3	2
21	5	4	5	3	4
22	4	5	5	5	5
23	3	3	4	4	4
24	5	4	4	4	5
25	4	4	5	4	5
26	5	5	4	5	4
27	5	5	4	4	5
28	4	4	5	5	4
29	4	4	4	5	4
30	5	5	4	4	5
31	4	5	5	4	5
32	3	4	3	4	3
33	4	4	5	4	4
34	4	4	4	5	5
35	4	5	4	5	5
36	4	4	5	4	4
37	4	4	4	5	4
38	5	4	4	4	5

39	5	5	5	5	5
40	4	4	4	4	4
41	4	5	4	4	4
42	5	4	4	5	4
43	5	4	5	4	5
44	4	5	4	4	5
45	4	3	4	4	4
46	4	4	4	4	4
47	5	5	5	5	5
48	5	4	3	3	4
49	4	4	5	4	4
50	4	5	4	4	5
51	2	4	5	5	5
52	4	5	4	5	5
53	2	3	3	1	2
54	4	5	5	5	4
55	4	4	4	5	4
56	4	5	4	5	5
57	4	5	5	4	5
58	3	4	4	4	3
59	4	5	5	5	5
60	5	3	4	5	4
61	2	1	3	1	2
62	4	5	5	5	4
63	5	5	4	4	5
64	4	4	4	5	4
65	5	5	5	4	5
66	4	4	5	5	4
67	5	5	5	5	4
68	5	5	4	4	5
69	4	4	5	5	5
70	5	5	4	4	4
71	4	4	4	5	5
72	5	4	4	5	5
73	4	5	4	5	5
74	2	3	1	3	3
75	5	4	4	5	5
76	5	4	3	5	5
77	5	5	5	5	5
78	4	4	3	4	5
79	2	3	3	2	3
80	5	5	4	5	5

Lampiran 4 Uji Validitas

Uji Validitas Keandalan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kd1	8.21	4.043	.719	.778
kd2	8.05	4.301	.753	.746
kd3	8.06	4.439	.666	.826

Uji Validitas Daya Tanggap

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
dt1	7.89	4.380	.677	.831
dt2	7.80	4.871	.737	.762
dt3	7.56	4.983	.737	.765

Uji Validitas Jaminan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
jn1	7.53	4.607	.615	.816
jn2	7.64	4.310	.711	.720
jn3	7.84	4.315	.707	.724

Uji Validitas Empati

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ep1	8.09	3.904	.712	.934
ep2	7.92	3.361	.889	.783
ep3	8.01	3.557	.817	.847

Uji Validitas Bukti Fisik

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
bf3	7.94	4.768	.598	.796
bf1	7.66	4.125	.696	.696
bf2	7.63	4.516	.680	.714

Uji Validitas Kepatuhan Syariah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ks1	7.95	2.757	.553	.399
ks2	7.95	3.567	.423	.593
ks3	7.75	4.038	.409	.611

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kp1	17.15	7.167	.637	.834
kp2	17.03	6.885	.721	.812
kp3	17.13	7.883	.557	.852
kp4	17.06	6.667	.672	.827
kp5	16.94	6.971	.777	.799

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Keandalan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	3

Uji Reliabilitas Daya Tanggap

AR-RANIRY

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	3

Uji Reliabilitas Jaminan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	3

Uji Reliabilitas Empati

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	3

Uji Reliabilitas Bukti Fisik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	3

Uji Reliabilitas Kepatuhan Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.646	3

Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Lampiran 6 Uji Normalitas

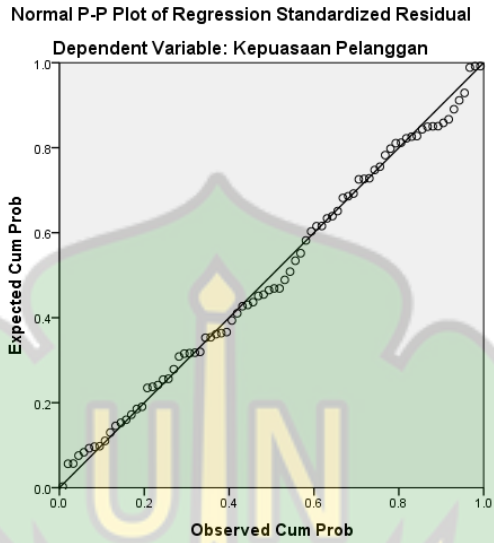
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters[a,b]	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.30285547
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.037
Kolmogorov-Smirnov Z		.513
Asymp. Sig. (2-tailed)		.955

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Normalitas Secara P-P Plot



Lampiran 7 Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Lampiran 8 Uji Heteroskedastisitas

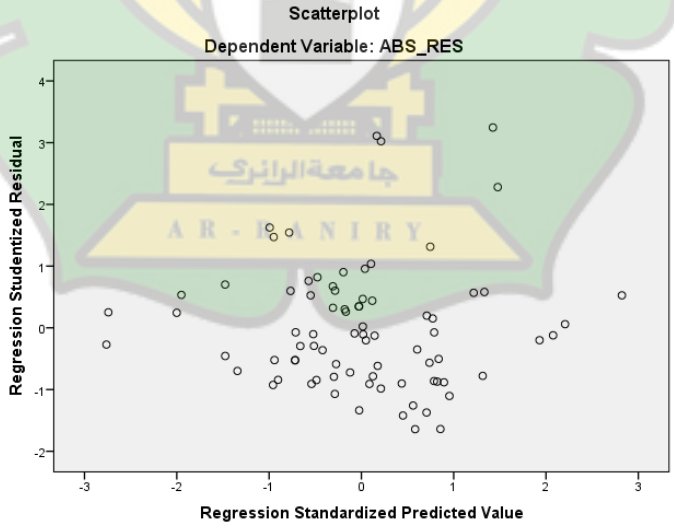
Uji Heteroskedastisitas Secara Glejser

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.294	.113		2.597	.011
	Keandalan	.030	.025	.167	1.227	.224
	Dayatanggap	-.016	.022	-.093	-.725	.470
	Jaminan	-.064	.029	-.355	-2.178	.033
	Empati	.067	.031	.346	2.147	.035
	BuktiFisik	-.001	.026	-.007	-.051	.960
	KepatuhanSyariah	-.034	.030	-.160	-1.105	.273

a. Dependent Variable: ABS_RES

Uji Heteroskedastisitas Secara Scatterplot



Lampiran 9 Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Lampiran 10 Uji Parsial (Uji T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.137	.202		5.640	.000		
	Keandalan	.007	.044	.010	.147	.883	.654	1.529
	Dayatanggap	.102	.039	.163	2.583	.012	.737	1.357
	Jaminan	.062	.052	.095	1.180	.242	.455	2.198
	Empati	.129	.056	.184	2.325	.023	.466	2.147
	BuktiFisik	.236	.045	.365	5.193	.000	.593	1.687
	KepatuhanSyariah	.263	.054	.347	4.871	.000	.578	1.730

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

Lampiran 11 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.656	6	4.443	44.758	.000[b]
	Residual	7.246	73	.099		
	Total	33.902	79			

a. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

b. Predictors: (Constant), KepatuhanSyariah, BuktiFisik, Dayatanggap, Keandalan, Empati, Jaminan

Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.887[a]	.786	.769	.3151	2.260

a. Predictors: (Constant), KepatuhanSyariah, BuktiFisik, Dayatanggap, Keandalan, Empati, Jaminan

b. Dependent Variable: KepuasaanPelanggan

جامعة الرانري
AR-RANIRY