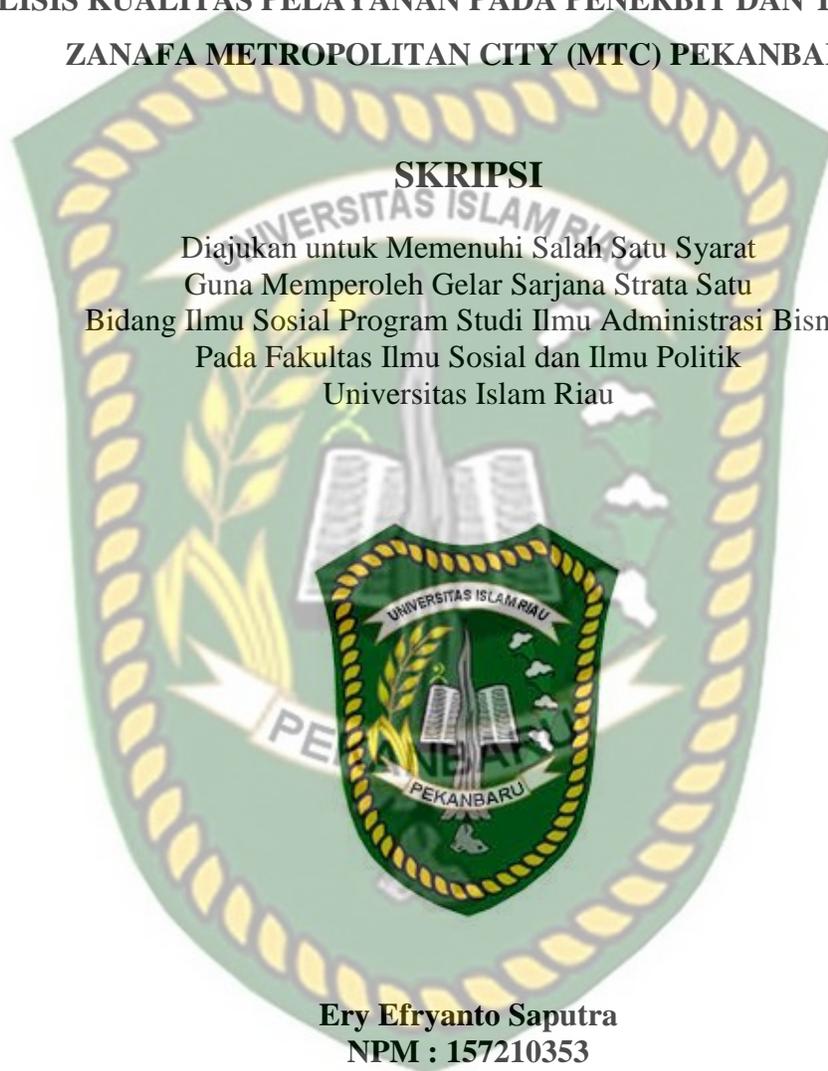


**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PEKANBARU**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PENERBIT DAN TOKO BUKU
ZANAF METROPOLITAN CITY (MTC) PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Bidang Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Islam Riau



**Ery Efryanto Saputra
NPM : 157210353**

PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS

PEKANBARU

2021

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN

Nama : Ery Efyanto Saputra
 NPM : 157210353
 Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis
 Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.I)
 Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko
 Buku Zanafa Metropolitan Ciry (MTC) Pckanbaru

Format sistematika dan pembahasan masing-masing materi dalam penelitian ini telah dipelajari dan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan normatif dan kriteria metode penelitian ilmiah, oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk diseminarkan

Pekanbaru, November 2021

Turut Menyetujui
 Program Studi Administrasi Bisnis
 Ketua,

Pembimbing,

Arief Rifa'l, S.Sos., M.Si

Dr. Rosmayani, S.Sos., M.Si.

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PERSETUJUAN TIM PENGUJI

Nama : Ery Efryanto Saputra Sihotang
NPM : 157210353
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit Dan Toko
Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru

Naskah skripsi ini secara keseluruhan dinilai, relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu Tim Penguji Ujian Konferehensif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana.

Pekanbaru, 15 Desember 2021

Ketua

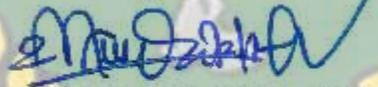


Dr. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Sekretaris

La Ode Syarfian, S.E., M.Si

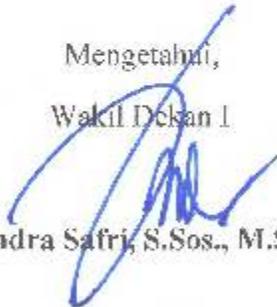
Anggota



Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si

Mengetahui,

Wakil Dekan I



Indra Safri, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ery Efyanto Saputra Sihotang
NPM : 157210353
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Tingkat Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit Dan Toko
Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru

Naskah skripsi ini benar telah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan oleh mahasiswa bersangkutan sesuai dengan koreksi dan masukan Tim Penguji dan dinilai telah memenuhi persyaratan administrasi dan akademis, oleh karena itu dapat disahkan sebagai sebuah Karya Ilmiah.

Pekanbaru, 15 Desember 2021

Ketua



Dr. Rosmayani, S.Sos., M.Si

Sekretaris



La Ode Syarfan, S.E., M.Si

Turut Menyetujui,

Wakil Dekan I



Indra Safri, S.Sos., M.Si

Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua,



Arief Rizki Harahap, S.Sos., M.Si

UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BERITA ACARA UJIAN KONPREHENSIF SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Nomor: 1628/UIR-Fs/Kpts/2021 tanggal 07 Desember 2021 maka dihadapan Tim Penguji pada hari ini, Kamis tanggal, 09 Desember 2021 jam 10.00 – 11.00 Wib, bertempat di ruang sidang Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian konprehensif skripsi atas mahasiswa:

Nama : Ery Efryanto Saputra
NPM : 157210353
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)
Judul Skripsi : "Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit Dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (Mtc) Pekanbaru."
Nilai Ujian : Angka : " 79 " ; Huruf : " B "
Keputusan Hasil Ujian : Lulus / ~~Tidak Lulus~~ / ~~Ditunda~~
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Hj. Rosmayani, S.Sos., M.Si	Ketua	1. 
2.	I.a Ode Syarfan, SE., M.Si.	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Annisa Mardatillah, S.Sos., M.Si.	Anggota	3. 
4.	Afrizal, SE., M.Si.	Notulen	4. 

Pekanbaru, 09 Desember 2021

An. Dekan,


Indra Safri, S.Sos., M.Si.

Wakil Dekan I Bid. Akademik

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yesus Kristus, karena berkat rahmat dan karunia-Nya Puji Tuhan penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau. Skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit Dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru” ini penulis tulis dan diajukan ke fakultas dalam rangka memenuhi salah satu syarat menamatkan studi dan sekaligus memperoleh gelar sarjana strata satu. Penulis dengan segala keterbatasan ilmu dan pengalaman sudah berupaya semaksimal mungkin untuk menyusun setiap lembaran bab perbab Skripsi ini sesuai dengan kaidah penelitian ilmiah dan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas. Walaupun demikian penulis menyadari bahwa pada lembar tertentu dari naskah Skripsi ini mungkin ditemukan berbagai kesalahan dan kekurangan. Untuk membenahi hal itu penulis berharap kemakluman serta masukan dari para pembaca.

Penulis menyadari pula bahwa dalam proses studi maupun dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak turut membantu. Sehubungan dengan itu secara khusus pada lembaran ini penulis mengucapkan salud dan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., M.CL yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada lembaga pendidikan yang beliau pimpin.

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Bapak Dr. Syahrul Latief, M.Si yang menyediakan fasilitas dan memberikan kesempatan kepada penulis dalam menimba ilmu pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ketua Program Studi Bapak Arief Rifa'i H, S.Sos., M. Si selaku yang telah memfasilitasi serta menularkan ilmu pengetahuan sehingga telah memperluas wawasan dan sangat membantu penulis dalam melakukan penelitian ini.
4. Ibu Dr. Rosmayani, S.Sos., M.Si selaku dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu dan menularkan pengetahuan kepada penulis terutama selama proses bimbingan berlangsung.
5. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh Staf Tata Usaha serta Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau.
6. Karyawan, pegawai dan tata usaha yang selalu mengarahkan penulis dalam melengkapai kelengkapan prosedur melakukan penelitian.
7. Orang tua selaku yang telah memberikan semangat dan motivis penulis agar penulis dapat menyelesaikan penelitian.
8. Teman-teman seperjuangan Angkatan 2015 terutama jurusan Administrasi Bisnis.
9. Teman-teman yang saya sayangi Ruth Chintya S.H, Devani Putri S.Ap, Haryanto Situmorang S.AB, Hary Suryatna Putra S.AB, Ary Miswan Dryanto, Keluarga REBO, Keluarga Mentel, Keluarga Mlepak Kopi, Keluarga Naposo Rajawali.

Penulis bermohon kepada Yang Maha Kuasa semoga jasa baik beliau dibalas dengan rahmat dan karunia yang setimpal, amin. Akhirnya penulis berharap semoga

Skripsi ini dapat memberikan manfaat yang cukup berarti kepada setiap para pembacanya.

Pekanbaru, November 2021

Penulis,

Ery Efyanto Saputra.



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR ISI

	halaman
PERSETUJUAN USULAN PENELITIAN	i
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	ii
SK TIM PENGUJI DAN BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACK	xviii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
1. Tujuan Penelitian	11
2. Kegunaan Penelitian.....	11
BAB II : STUDI KEPUSTAKAAN	
A. Studi Kepustakaan.....	13
1. Administrasi	13

2. Organisasi.....	15
3. Manajemen.....	16
4. Manajemen Penasaran.....	18
5. Relationship Marketing.....	21
6. Kualitas Pelayanan.....	23
B. Penelitian Terdahulu.....	29
C. Kerangka Pikiran.....	32
D. Konsep Operasional.....	33
E. Operasional Variabel.....	35
F. Teknik Pengukuran.....	36

BAB III : METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian.....	41
B. Lokasi Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel.....	42
D. Teknik Penarikan Sampel.....	43
E. Jenis dan Sumber Data.....	44
a. Data Primer.....	44
b. Data Skunder.....	45
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Analisa Data.....	46
H. Jadwal Kegiatan Penelitian.....	46
I. Rencana Sistematika Laporan Penelitian.....	47

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru	49
B. Sejarah Singkat Perusahaan	51
C. Visi dan Misi Perusahaan	52
D. Struktur Organisasi	52
E. Strategi Pelayanan dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	56

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden	58
B. Kualitas Pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metro- litan (MTC) Pekanbaru	61

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	83

DAFTAR KEPUSTAKAAN	85
---------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel :		Halaman
I.I	Daftar Sejumlah Penerbit dan Toko Buku di Pekanbaru	5
I.II	Daftar Jenis Dan Estimasi Harga Produk Toko Buku Zanafa Pekanbaru.....	8
I.III	Target dan Realisasi penjualan serta jumlah konsumen Toko Buku Zanafa Pekanbaru.....	10
II.1	Transaction Marketing Vs Relationship Marketing	22
II.II	Penelitian Terdahulu	29
II.III	Operasional Variabel Analisis Kualitas Pelayanan pada Penerbit Dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	34
III.I	Pengukuran Skala Likert	36
III.II	Populasi dan Sampel Penelitian.....	41
III.III	Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	45
IV.I	Jenis Media dan Kegiatan Pelayanan yang Telah Dilakukan Oleh Penerbit dan Toko Buku zanafa	53
V.I	Distribusi Responden Berdasarkan Usia	57
V.II	Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	59
V.III	Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
V.IV	Tanggapan Responden Mengenai Tangibles.....	62
V.V	Tanggapan Responden Mengenai Responsiveness	68
V.VI	Tanggapan Responden Mengenai Assurance.....	72
V.VII	Tanggapan Responden Mengenai Emphaty	76

V.VIII Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Seluruh Indikator pada
Penerbit dan Toko Buku Zanafa di Kota Pekanbaru.....80



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR GAMBAR

Gambar:	Halaman
II. I Kerangka Pikir.....	31
II. II Rumus Slovin	42
IV.I Struktur Organisasi Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Lembar Kuisisioner87
2. Dokumentasi Penelitian93



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Riau Peserta Ujian Usulan Penelitian Yang Bertanda Tangan Di Bawah ini :

Nama : Ery Efryanto Saputra

NPM : 157210353

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S.1)

Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko
Buku Zanafra Metropolitan City (MTC) Pekanbaru

Atas naskah yang didaftarkan pada ujian Usulan Penelitian ini beserta seluruh dokumen persyaratan yang melekat padanya dengan ini saya menyatakan :

1. Bahwa naskah Usulan Penelitian ini adalah benar hasil karya sendiri (tidak karya plagiat) yang saya tulis sesuai dengan mengacu kepada kaidah-kaidah metode penelitian ilmiah dan penulisan karya ilmiah.
2. Bahwa keseluruhan persyaratan administrasi, akademik dan keuangan yang melekat padanya benar telah saya penuhi sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh fakultas dan universitas.
3. Bahwa apabila di kemudian hari ditemukan dan terbukti secara syah bahwa saya ternyata melanggar dan atau belum memenuhi sebagian atau keseluruhan diatas pernyataan butir 1 dan 2 tersebut diatas, maka saya menyatakan bersedia menerima sanksi pembatalan hasil ujian komprehensif yang telah saya ikuti serta saksi lainnya sesuai dengan ketentuan Fakultas dan Universitas serta Hukum Negara RI

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa tekanan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, November 2021

Ery Efryanto Saputra

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PADA PENERBIT DAN TOKO BUKU ZANAFI METROPOLITAN CITY (MTC) PEKANBARU

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan pada Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafi di kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara dengan pemilik usaha, menyebar kuesioner kepada konsumen dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan 5 indikator, yaitu: *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Metode yang dipakai oleh penulis termasuk ke dalam tipe penelitian *Kuantitatif* dan *Kualitatif* dengan menggunakan metode *Survey Deskriptif*. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai sumber informasi baik secara akademis, teoritis, maupun praktis sebagai bahan evaluasi bagi Penerbit dan Toko Buku Zanafi Pekanbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari ke 42 responden dengan tingkat pendidikan dan jenis kelamin yang berbeda, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafi Metropolitan City (MTC) Pekanbaru sudah tergolong cukup baik. Meskipun belum maksimal, namun diharapkan Penerbit dan Toko Buku Zanafi Pekanbaru mampu meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas pendukung dan lebih aktif dalam melakukan kegiatan yang mampu meningkatkan minat pembeli untuk berbelanja di Toko Buku Zanafi Pekanbaru tersebut.

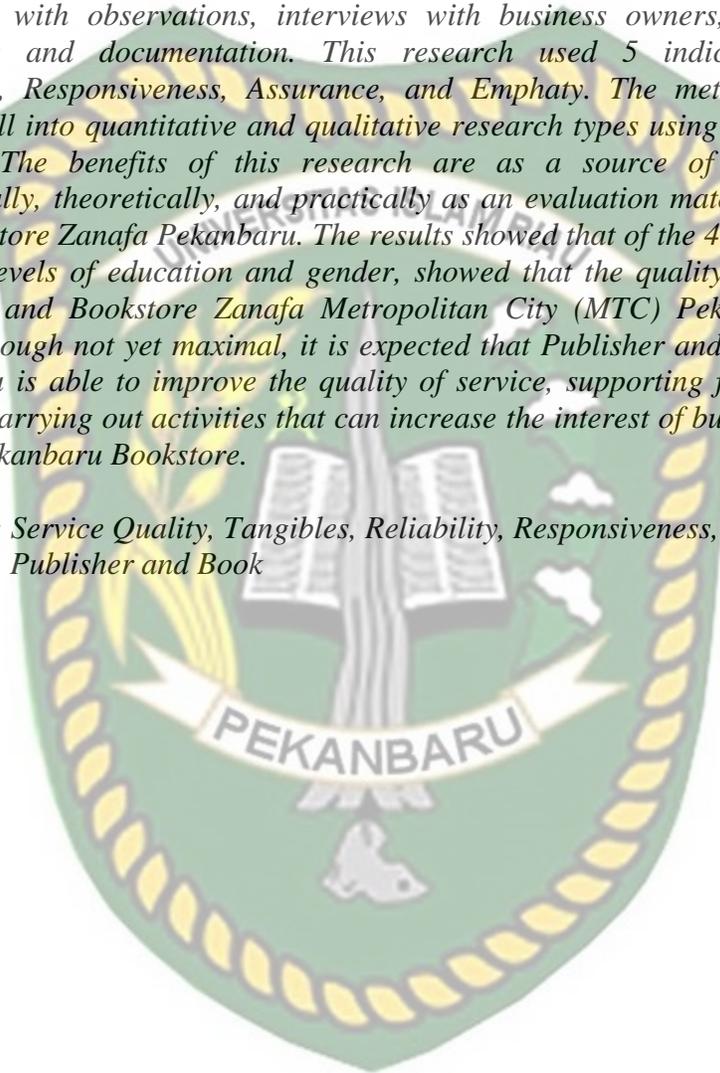
Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Emphaty*. , Penerbit dan Toko Buku.

**QUALITY OF SERVICE ANALYSIS AT ZANAF A PUBLISHER AND
BOOKSTORE METROPOLITAN CITY (MTC) PEKANBARU**

ABSTRACT

This research was conducted to find out and analyze the Quality of Service at Zanaf a Publisher and Bookstore Business in Pekanbaru city. This research is conducted with observations, interviews with business owners, questionnaire to consumers and documentation. This research used 5 indicators: Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, and Emphaty. The methods used by the authors fall into quantitative and qualitative research types using descriptive survey methods. The benefits of this research are as a source of information both academically, theoretically, and practically as an evaluation material for Publisher and Bookstore Zanaf a Pekanbaru. The results showed that of the 42 respondents with different levels of education and gender, showed that the quality of service at The Publisher and Bookstore Zanaf a Metropolitan City (MTC) Pekanbaru was quite good. Although not yet maximal, it is expected that Publisher and Bookstore Zanaf a Pekanbaru is able to improve the quality of service, supporting facilities and more active in carrying out activities that can increase the interest of buyers to shop at the Zanaf a Pekanbaru Bookstore.

Keywords: Service Quality, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty. , Publisher and Book



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya ekonomi dan teknologi, maka dunia bisnis juga akan mengalami perkembangan yang cukup pesat dengan munculnya berbagai macam perusahaan yang mana berupaya untuk menciptakan produk baik barang maupun jasa yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari masyarakat. Produk tersebut diciptakan untuk mendukung aktifitas masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Salah satunya dengan penyediaan sumber informasi seperti buku. Buku sudah terbukti memberikan informasi yang akurat, namun perkembangan internet yang semakin pesat membawa buku-buku tersebut dalam bentuk digital masuk dunia maya. Banyak pihak yang mengatakan bahwa seiring perkembangan zaman buku digital akan menyingkirkan buku konvensional, namun di sisi lain, banyak orang berpendapat apapun yang terjadi buku konvensional tidak mungkin disingkirkan.

Dengan demikian, buku juga dapat dijadikan media bisnis dengan membuka toko buku dan penerbit buku. Toko buku dan penerbit saat ini semakin berkembang pesat seiring perkembangan zaman. Toko buku adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai macam jenis buku maupun alat tulis lainnya untuk dijual. Untuk mengatasi ketatnya persaingan dalam pemasaran maka salah satu upaya yang dilakukan untuk perusahaan adalah dengan menerapkan strategi promosi produk yang bagus dan penentuan harga jual dari suatu produk tersebut. Dimana dalam penerapan

strategi tersebut perusahaan berusaha untuk menetapkan promosi produk yang bagus agar mampu bersaing dengan perusahaan lain dan juga menentukan harga yang tepat agar mampu memenuhi menarik kegiatan minat konsumen.

Semua perusahaan baik barang maupun jasa, tentu harus menyadari tentang kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan harus dicapai oleh perusahaan tersebut, dalam rangka untuk mendapatkan pelanggan yang loyal. Pelanggan merupakan seseorang yang terus menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut. Dan selanjutnya, dalam kepuasan bahwa pelanggan tidak hanya membeli produk tetapi juga membeli pelayanan.

Menurut Kotler (1997) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapannya. Apabila kinerja, khususnya kinerja pelayanan dan lain sebagainya dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Bila kinerja sesuai harapan, maka pelanggan akan memberikan ungkapan rasa kepuasannya.

Sedangkan menurut Schiffman dan Kanuk (2007) kepuasan pelanggan adalah persepsi individual terhadap performa barang atau jasa yang berhubungan dengan ekspektasi pelanggan. Sehingga dalam hal ini, kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pekanbaru merupakan ibu kota Provinsi Riau yang sedang tumbuh dan berkembang namun minat baca dari masyarakatnya masih sangat kurang. Untuk itu, Pemko Pekanbaru semakin giat mengencarkan gemar membaca kepada masyarakat. Disamping itu, bisnis toko buku juga memiliki peran dalam menumbuhkan minat baca itu sendiri. Semakin banyak bahan bacaan yang menarik, maka akan dapat juga meningkatkan minat baca di kalangan masyarakat. Salah satunya penerbit Zanafa Publishing dan Toko Buku Zanafa.

Zanafa memulai usaha sejak tahun 1998 di Yogyakarta. Akhirnya memutuskan masuk ke usaha perbukuan dengan membuat penerbitan dan toko buku. Awal 2008 planning disusun dengan menjalin kerjasama dengan berbagai penerbit, distributor, dan suplayer seluruh Indonesia, begitu juga penentuan tempat usaha penerbit dan toko buku memilih lokasi yang strategis walaupun biaya operasionalnya agak mahal. Penerbit dan toko buku Zanafa dibuka secara resmi tanggal 15 Mei 2009. Walaupun persiapan dan operasionalnya sudah dimulai sejak 2008 di Jl. HR. Soebrantas Panam Tampan Pekanbaru. Saat ini penerbit dan toko buku Zanafa sedang akan mengembangkan usaha dengan membuka cabang di wilayah Pekanbaru dan sekitarnya dengan memilih tempat yang strategis.

Zanafa merupakan jenis bisnis yang bergerak di bidang penerbitan dan penjualan buku (Distributor dan Toko Buku). Saat ini ada 2 jenis usaha yang sudah berjalan yakni penerbit ZANAF A PUBLISHING dan Toko Buku ZANAF A. Penerbit Zanafa telah menerbitkan lebih dari 100 judul buku yang diterbitkan sendiri maupun

yang bekerjasama dengan lembaga pendidikan (Sekolah dan Perguruan Tinggi) dan penerbit terkemuka tingkat nasional.

Tabel I.I : Daftar Sejumlah Penerbit dan Toko Buku di Pekanbaru

No	Nama Toko	Alamat
1.	Pustaka Anda	Jl. Kuantan Raya B1 E/38 Pekanbaru
2.	Pustaka Eko	Jl. Jend. Sudirman 199/317 pekanbaru
3.	Toko Angkasa Baru	Jl. Palembang 4 Pekanbaru
4.	Toko Bahtera Emas	Jl. Jend. A. Yani 132-C Pekanbaru
5.	Toko Banua Raya	Jl. Jend. A. Yani 2 Pekanbaru
6.	Toko Cavila	Jl. KH. Ahmad Dahlan 15-B Pekanbaru
7.	Toko Citra Media	Jl. Sultan Alamudinsyah 53 Pasar Kodim Pekanbaru
8.	Toko Dwi Mas	Jl. Jend. A. Yani 78 Pekanbaru
9.	Toko Fajar	Jl. Kaharudin Nasution 160 Pekanbaru
10.	Toko Fajri Baru	Jl. Jend. A. Yani 5-A Pekanbaru
11.	Toko Ikhlas	Jl. Jend. A. Yani 18 Pekanbaru
12.	Toko Juday	Jl. Nangka 32-D Pekanbaru
13.	Toko Karya Baru	Jl. Nangka 2 Pekanbaru
14.	Kasih TB	Jl. Komp.Puri Nangka Indah Bi 4-E/16Pekanbaru
15.	UD Kota Novan	Jl. Riau 20 Pekanbaru

16.	Toko Lubuk Raya	Jl. Pepaya 34-B Pekanbaru
17.	Toko Metanoia	Jl. Riau 26 Pekanbaru
18.	Toko Mulia Indah	Jl. Jend. Sudirman 132 Pekanbaru
19.	Mutiara Ilmu	Jl. Sultan Alamudinsyah 57 Pekanbaru
20.	Palapa Agency	Jl. KH. Hasyim Ashari 14 Pekanbaru
21.	Toko Palapa	Jl. Nangka Citra Plaza Lt. 2 Pekanbaru
22.	Toko Restu	Jl. Laksda Adisucipto 41 Pekanbaru
23.	Toko Rista	Jl. Hos Cokroaminoto 102 Pekanbaru
24.	Toko Sakinah	Jl. Nangka 122 Pekanbaru
25.	Toko Sari Media	Jl. Pinang Sebatang 255 Pekanbaru
26.	Toko Sentosa	Jl. Harapan Raya 61 Pekanbaru
27.	Toko Syakahara	Jl. Iman Bonjol 78 Pekanbaru
28.	Trimedia Book Store	Jl. Soekarno Hatta Arengka Pekanbaru
29.	Toko Utama	Jl. Pepaya 78 Pekanbaru
30.	Toko Cendana	Jl. Jend. A. Yani 10 Pekanbaru
31.	Toko Ananda	Jl. KH. Agus Salim C-I/1 Pekanbaru
32.	UD Cimpago	Jl. RA. Kartini 9 Pekanbaru
33.	Toko Fadilah Jaya	Jl. HR. Subrantas 10-A Pekanbaru
34.	PT. Gramedia Asri Media	Jl. Jend. Sudirman 245 Pekanbaru

35.	Toko Payung Sekaki	Jl. Teratai 32/74 Pekanbaru
36.	Pustaka As	Jl. Imam Bonjol 127 Sukaramai Pekanbaru
37.	Pustaka Budi	Jl. Jend. Sudirman No. 302 Pekanbaru
38.	Toko Pustaka Obor	Citra Plaza BI Ad/25 Pekanbaru
39.	Toko Pustaka Yuri	Pasar Pusat Petak/776 Lt. 2 Pekanbaru
40.	Toko Pustaka Bayu	Jl. Jend. Sudirman 277 Pekanbaru
41.	Toko Riau Agung	Jl. A. Yani 16 Senapelan Pekanbaru
42.	Toko Sari Media	Jl. Jend. Sudirman 145 Pekanbaru
43.	PD Selekt	Jl. Jend. Sudirman 244 Pekanbaru
44.	UD Tastra	Jl. Melati Gg. Surya 5 Sukajadi Pekanbaru
45.	Toko Widya Utama	Jl. Harapan Raya 197 Pekanbaru
46.	PT. Salisma Group	Jl. Emas 6 Tampan Pekanbaru
47.	Toko Buku Zanafa	Jl. HR. Subrantas (MTC Giant) Blok A 39 -41

Sumber: Toko Buku Zanafa Pekanbaru 2020

Zanafa merupakan salah satu penerbit dan toko buku yang berada di wilayah kota Pekanbaru. Di kota Pekanbaru, Zanafa memiliki 2 cabang yaitu Zanafa Pusat terletak di Metropolitan City (MTC) Panam, dan Zanafa Cabang Simpang Tiga yang berada di jalan Kaharudin Nasution Pekanbaru. Peneliti sangat tertarik meneliti di Zanafa Metropolitan City (MTC) Panam karena pada saat peneliti membeli buku di toko tersebut, peneliti merasakan kurang nyaman saat berada di beberapa titik lokasi

dalam area toko. Hal ini dikarenakan fasilitas toko yang kurang memadai, seperti AC rusak kemudian diganti oleh kipas angin dan mengakibatkan kondisi dalam ruangan pengap. Kemudian area parkir yang kurang luas dan tidak tertata rapi, bahkan peneliti juga mendapati beberapa kekurangan dalam pelayanan karyawan. Karena ada beberapa karyawan yang tidak mengetahui lokasi buku yang peneliti inginkan bahkan ada karyawan yang terkesan kurang ramah. Oleh karena itu, peneliti merasa bahwa ini merupakan sebuah masalah penting dalam sebuah bisnis sehingga perlu dilakukan penelitian untuk dijadikan sebagai sumber informasi bagi kemajuan kualitas pelayan bagi toko Zanafa Metropolitan City (MTC) Panam. Selain itu, toko buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Panam terletak di lokasi strategis dan berada di wilayah yang berdekatan dengan kampus-kampus Negeri maupun Swasta serta instansi pendidikan yang ada di Pekanbaru khususnya daerah Panam.

Dalam persaingan bisnis, Zanafa memiliki banyak pesaing sejenis yang dapat menggeser Zanafa sebagai Toko Buku paling diminati di Pekanbaru. Adapun produk yang dijual di Toko Buku Zanafa Pekanbaru yaitu:

Table I.II : Daftar Jenis dan Estimasi Harga Produk Toko Buku Zanafa

NO	Jenis Produk	Harga Produk
1.	Al-Quran dan Tafsir	Rp. 12.000 – Rp. 1.330.000
2.	Filsafat	Rp. 14.000 – Rp. 235.000
3.	Sastra Bahasa	Rp. 12.000 – Rp. 150.000
4.	Ekonomi	Rp. 15.000 – Rp. 264.000
5.	Komunikasi	Rp. 25.000 – Rp. 319.000

6.	Akuntansi, Perbankan, dan Perpajakan	Rp. 14.000 – Rp. 362.000
7.	Fiqih	Rp. 10.000 – Rp. 120.000
8.	Geologi	Rp. 17.000 – Rp. 175.000
9.	Hukum dan Undang-Undang	Rp. 7.500 – Rp. 208.000
10.	Kesehatan dan Kedokteran	Rp. 7.000 – Rp. 249.000
11.	Komputer	Rp. 25.000 – Rp. 214.000
12.	Manajemen	Rp. 16.000 – Rp. 328.000
13.	Pendidikan	Rp. 6.200 – Rp. 138.000
14.	Pertanian, Perikanan, dan Peternakan	Rp. 9.000 – Rp. 140.000
15.	Politik	Rp. 7.500 – Rp. 223.000
16.	Psikologi	Rp. 15.000 – Rp. 235.000
17.	Sosial Budaya	Rp. 7.500 – Rp. 172.000
18.	Tasawuf	Rp. 7.000 – Rp. 135.000
19.	Teknik	Rp. 9.000 – Rp. 300.000

Sumber: Toko Buku Zanafa Pekanbaru 2020

Dari tabel I.II dapat dilihat bahwa Zanafa menawarkan berbagai macam jenis produk buku dengan banyak pilihan, sehingga para pembeli dapat memilih buku yang sesuai dengan kebutuhannya masing-masing. Zanafa menjual produk buku mulai dari jenjang Taman Kanak-Kanak (TK), Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA) hingga Perguruan Tinggi. Selain itu juga menyediakan buku-buku umum, fiksi, non fiksi, dan lainnya. Toko ini terus berusaha memberikan yang terbaik guna untuk mendapat loyalitas pelanggan dengan harga yang terjangkau dan produk yang berkualitas agar dapat bersaing dengan kompetitor lainnya.

Dalam meningkatkan minat konsumen dan kepuasan pelanggan terhadap buku, Zanafa juga bergerak di bidang Penerbitan Buku. Salah satu cara yang dilakukan oleh Toko Buku Zanafa adalah dengan melakukan promosi melalui media elektronik sebagai bentuk pendorong kemajuan dalam menghadapi persaingan perusahaan yang sejenisnya untuk memperkenalkan produk kepada konsumen.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Manajemen Zanafa juga bekerjasama dengan suplayer, distributor, dan penerbit bahkan dengan siapapun yang punya kepedulian membantu masyarakat menyediakan buku murah, dengan mempertimbangkan aspek saling menguntungkan kedua belah pihak.

Tabel I.III : Target dan Realisasi Penjualan Serta Jumlah Konsumen Toko Buku Zanafa Pekanbaru

No (1)	Tahun (2)	Jumlah Konsumen (3)	Target Penjualan (4)	Realisasi Penjualan (5)	Persentase (6)
1.	2014	57.268	Rp. 5.500.000.000	Rp. 4.222.829.401	76,78
2.	2015	58.979	Rp. 5.750.000.000	Rp. 4.682.382.126	81,43
3.	2016	57.396	Rp. 6.000.000.000	Rp. 4.741.182.864	79,01
4.	2017	57.128	Rp. 6.250.000.000	Rp. 4.890.835.792	78,25
Rata-Rata Penjualan			Rp. 5.875.000.000	Rp. 4.634.304.545,75	78,62

Sumber: Toko Buku Zanafa Pekanbaru 2018

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa jumlah penjualan Toko Buku Zanafa Pekanbaru setiap tahunnya mengalami peningkatan dan penurunan dari tahun 2014 hingga ke tahun 2017, dan dari data 4 tahun penjualan buku di Zanafa, belum ada yang mencapai 80% dari target penjualan yang diinginkan (berdasarkan wawancara dengan Manager HRD dari Toko Buku Zanafa). Kemudian jumlah konsumen pada Toko buku Zanafa mengalami penurunan dari tahun 2015 ke tahun 2017 seperti yang diperlihatkan pada tabel 1.3.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, peneliti menemukan fenomena yang terjadi pada “Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru”

1. Diketahui Pelayanan yang diberikan Karyawan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru belum sesuai harapan konsumen sehingga Karyawan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan.
2. Diketahui terdapat beberapa buku yang tidak tertata rapi, karena masih terdapat buku-buku yang disusun tidak sesuai dengan kategorinya, sehingga pelanggan merasa terganggu dalam mencari buku yang diinginkannya.
3. Diketahui masih terdapat ketidak nyamanan pada beberapa titik di area Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru

Berdasarkan pemaparan dan fenomena di atas, maka pada kesempatan ini penulis berkeinginan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru”**

B. Rumusan Masalah

Melihat latar belakang yang dijelaskan di atas, maka perumusan masalah penelitian ini yakni : **“Bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru?”**

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan pada Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa di kota Pekanbaru.

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Akademis, sebagai bahan masukan dan data sekunder bagi kalangan akademis yang akan melakukan penelitian yang relevan atau sama.

2. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan dapat mengembangkan khasanah keilmuan di bidang pemasaran terutama yang menyangkut dengan Kualitas Pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.
3. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi bagi Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.



BAB II

STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PEMIKIRAN

A. Studi Kepustakaan

1. Administrasi

Administrasi sebagai ilmu pengetahuan baru berkembang sejak akhir abad yang lalu (abad XIX), tetapi administrasi sebagai suatu seni atau administrasi dalam praktek, timbul bersamaan dengan timbulnya peradaban manusia. Sebagai ilmu pengetahuan administrasi merupakan suatu fenomena masyarakat yang baru, karena baru timbul sebagai suatu cabang daripada ilmu-ilmu sosial, termasuk perkembangannya di Indonesia, dengan membawa prinsip-prinsip yang universal, akan tetapi dalam prakteknya harus disesuaikan dengan situasi dan kondisi Indonesia dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempunyai pengaruh terhadap perkembangan ilmu administrasi sebagai suatu disiplin ilmiah yang berdiri sendiri. Administrasi berasal dari bahasa Latin, terdiri dari kata “ad” artinya intensif dan “ministrare” artinya melayani, jadi secara etimologis administrasi berarti melayani secara intensif.

Menurut Gulick (1960) dalam Siagian (2009:19) mengatakan bahwa: “Administrasi bertalian dengan pelaksanaan kerja dengan pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditentukan”. White (1980) dalam Siagian (2008:19) memberikan definisi sebagai berikut: “Administrasi adalah suatu proses yang pada umumnya terdapat pada semua usaha kelompok, negara, sipil atau militer, usaha yang besar atau kecil dan sebagainya”.

Simon, dkk dalam Siagian (2009:19) memberikan definisi: “Administrasi sebagai kegiatan dari pada kelompok-kelompok yang mengatakan kerjasama untuk menyelesaikan tujuan bersama”. Siagian (2009:19) mengatakan administrasi didefinisikan sebagai bimbingan, kepemimpinan dan pengawasan daripada usaha-usaha kelompok individu-individu terhadap tujuan bersama”.

Dari definisi di atas Siagian (2009:19) mengatakan bahwa unsur dalam administrasi adalah:

1. Adanya tujuan yang sudah ditetapkan lebih dahulu
2. Tujuan itu dapat dicapai atau diperoleh melalui kegiatan orang lain, dengan demikian ada atasan dan bawahan
3. Karena kegiatan itu melalui bantuan orang lain, maka perlu diadakan bimbingan dan pengawasan.

Dengan demikian administrasi dapat ditinjau dari tiga sudut, yaitu:

- a. Sudut Proses, berarti administrasi adalah segala kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan, dimulai dari proses pemikiran, proses pelaksanaan sampai proses tercapainya tujuan.
- b. Sudut Fungsional, berarti bahwa dalam segala kegiatan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan, diperlukan fungsi-fungsi atau tugas-tugas tertentu, meliputi *planning*, *organizing*, *staffing*, *directing* and *controlling*.
- c. Sudut Institutionit, berarti administrasi dianggap sebagai totalitas kelembagaan, dimana dalam lembaga itu terdapat kegiatan-kegiatan yang

dilakukan untuk mencapai tujuan. Kegiatan itu bersifat menyeluruh, artinya dimulai dari tingkat atas sampai dengan tingkat bawah.

Berdasarkan uraian dan definisi para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa administrasi adalah seluruh kegiatan yang dilakukan melalui kegiatan kerjasama antara dua orang atau lebih dalam suatu organisasi berdasarkan rencana yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan.

2. Organisasi

Definisi organisasi banyak ragamnya, tergantung pada sudut pandang yang dipakai untuk melihat organisasi. Organisasi dapat dipandang sebagai wadah, sebagai proses, sebagai perilaku, dan sebagai alat untuk mencapai tujuan. Namun demikian, definisi organisasi yang telah dikemukakan oleh para ahli organisasi sekurang-kurangnya ada unsur sistem kerja sama, orang yang berkerja sama, dan tujuan bersama yang hendak dicapai.

Siagian (2009, 3) mendefinisikan organisasi adalah setiap bentuk perserikatan antara dua orang atau lebih yang bekerja sama untuk tujuan bersama dan terikat secara formal dalam persekutuan dimana selalu terdapat hubungan antara seorang atau sekelompok orang yang disebut pimpinan dan seorang atau sekelompok orang lain yang disebut bawahan.

Sementara itu Gibson, Donnelly dan Ivancevich yang dikutip oleh Saefuddin (1993:3) berpendapat bahwa ciri khas organisasi tetap sama, yaitu perilaku terarah pada tujuan. Mereka berpendapat: "Organisasi itu mengejar tujuan dan sasaran yang

dapat dicapai secara lebih efisien dan lebih efektif dengan tindakan yang dilakukan secara bersama".

Sedangkan Koontz dan O'Donnell yang dikutip oleh Siagian (2009:24) mengatakan: Organisasi adalah suatu hubungan wewenang dan maksud untuk mengurus kedua koordinasi struktural baik vertikal maupun horizontal antara keadaan, kearah mana tugas-tugas khusus yang diinginkan itu diperuntukan untuk mencapai tujuan usaha.

Definisi-definisi di atas menurut Siagian (2009-24) yang menjadi unsur Organisasi adalah:

1. Adanya suatu tujuan bersama
2. Tujuan itu dicapai atau diperoleh melalui atau bersamaan dengan bantuan orang lain dalam kerja sama yang harmonis
3. Kerjasama itu didasarkan atas hal kewajiban dan tanggung jawab tertentu.

Dari uraian dan definisi dari para pakar di atas maka dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu wadah yang digunakan untuk bekerja sama secara struktural (vertikal maupun horizontal) dan terkoordinir untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya.

3. Manajemen

Secara etimologis kata manajemen berasal dari bahasa Perancis Kuno *ménagement*, yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Sedangkan secara terminologis para pakar mendefinisikan manajemen secara beragam, diantaranya:

Follet yang dikutip oleh Wijayanti (2008:1) mengatikan manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain. Menurut Stoner yang dikutip oleh Wijayanti (2008:1) manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya-sumber daya manusia organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.

Gulik dalam Wijayanti (2008:1) mendefinisikan manajemen sebagai suatu bidang ilmu pengetahuan (*science*) yang berusaha secara sistematis untuk memahami mengapa dan bagaimana manusia bekerja bersama-sama untuk mencapai tujuan dan membuat sistem ini lebih bermanfaat bagi kemanusiaan.

Schein (2008:2) memberi definisi manajemen sebagai profesi. Menurutnya manajemen merupakan suatu profesi yang dituntut untuk bekerja secara profesional, karakteristiknya adalah para profesional membuat keputusan berdasarkan prinsip-prinsip umum, para profesional mendapatkan status mereka karena mereka mencapai standar prestasi kerja tertentu, dan para profesional harus ditentukan suatu kode etik yang kuat.

Terry (2005:1) memberi pengertian manajemen yaitu suatu proses atau kerangka kerja, yang melibatkan bimbingan atau pebyarahan suatu kelompok orang-orang kearah tujuan-tujuan organisasional atau maksud-maksud yang nyata. Hal tersebut meliputi pengetahuan tentang apa yang harus dilakukan, menetapkan cara

bagaimana melakukannya, memahami bagaimana mereka harus melakukannya dan mengukur efektivitas dari usaha-usaha yang telah dilakukan.

Dari beberapa definisi yang tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actualing*), dan pengawasan (*controlling*). Manajemen merupakan sebuah kegiatan, pelaksanaannya disebut *manajing* dan orang yang melakukannya disebut *manajer*. Manajemen dibutuhkan setidaknya untuk mencapai tujuan, menjaga keseimbangan di antara tujuan-tujuan yang saling bertentangan, dan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas.

Manajemen adalah fungsi yang berhubungan dengan upaya mewujudkan hasil tertentu pada setiap kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini berarti bahwa suatu kegiatan harus diketahui arah tujuan yang hendak dicapai dan mempertahankan apa yang telah dicapai.

4. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan oleh para produsen dalam mempertahankan kontinuitas usahanya untuk mendapatkan laba. Berhasil tidaknya suatu usaha, tergantung keahlian mereka dalam pemasaran, produksi, kewangan, maupun bidang lain, serta pada kemampuan produsen untuk mengkomunikasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi usaha dapat berjalan lancar.

Menurut Kotler (2007:7) pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan suatu proses penukaran produk atau perpindahan hak milik, dalam hal ini adalah pertukaran benda-benda yang bernilai bagi manusia berupa barang dan jasa serta uang untuk kelangsungan hidupnya.

Sedangkan menurut Stanton yang dikutip dalam buku Swastha dan Irawan (2008:5), pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Jadi, kita meninjau pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, ditujukan untuk merencanakan, menentukan barang, mempromosikan, mendistribusikan barang dan jasa kepada pembeli. Sementara itu, menurut Madura (2001:8), pemasaran dapat didefinisikan secara luas sebagai tindakan berbagai perusahaan untuk merencanakan dan melaksanakan rancangan produk, penentuan harga, distribusi dan promosi.

Persaingan yang semakin tajam mendorong perusahaan untuk bertahan dalam pasar dan merebut pangsa pasar sehingga masing-masing perusahaan berusaha menciptakan suatu produk yang mampu mendorong brand awarness masyarakat terhadap produk tersebut serta mencapai brand positioning yang baik di benak

masyarakat melalui proses pemasaran mulai dari penetapan produk sampai pelaksanaan kegiatan promosi.

Dari pengertian pemasaran yang dikutip maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Pemasaran adalah suatu proses pertukaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen sehingga melalui pertukaran tersebut kebutuhan dari individu atau kelompok masyarakat dapat terpenuhi.
2. Dalam usaha-usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen harus diupayakan untuk memperoleh upaya yang layak dan menjamin kontinuitas produsen dengan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pemakai potensial.
3. Semua kegiatan yang diharapkan agar memperlancar pendistribusian barang dan jasa dari produsen ke konsumen agar dapat menciptakan perminan yang efektif.

Dari pengertian pemasaran yang dikutip dari para pakar maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah suatu proses pertukaran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, sehingga melalui pertukaran tersebut kebutuhan dari individu atau kelompok masyarakat dapat terpenuhi. Dalam usaha usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen harus diupayakan untuk memperoleh upaya yang layak dan menyanin kontinuitas produsen dengan melalui pemuasan kebutuhan dan keinginan konsumen atau pemakai potensial.

5. Relationship Marketing

Relationship marketing dalam area pemasaran jasa oleh Berry (1995) dalam Saputro (2011:13) diartikan sebagai menarik, memelihara, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. Dalam definisi tersebut yang terpenting adalah bahwa menarik pelanggan baru dipandang sebagai “langkah antara” dalam proses pemasaran. Sedangkan menguatkan hubungan, merubah konsumen yang acuh menjadi loyal, dan melayani pelanggan sebagai klien harus menjadi pertimbangan penting bagi kegiatan pemasaran.

Nurbiyati (2002:46) berpendapat bahwa di dalam konsep relationship marketing pemasar sangat menekankan pentingnya hubungan baik jangka panjang dengan konsumen dan infrastruktur pemasaran dan secara structural organisasional, kesadaran tersebut diwujudkan dalam bentuk-bentuk hubungan dan kontinen yang menyeluruh. Relationship marketing dapat dipandang sebagai koreksi yang cukup mendasar atas pemikiran dan praktek pemasaran yang telah ada sebelumnya terutama terhadap praktek pemasaran yang lebih menekankan azas transaksi (*one time transaction marketing*). Konsep ini dapat juga dianggap lebih maju dibandingkan dengan konsep *marketing driven strategy*. Jika konsep *market based transaction* menekankan pada bagaimana pemasar dapat menciptakan penjualan berikutnya, maka konsep relationship marketing menaruh concern penjualan yang telah terjadi dan yang berkelanjutan.

Tabel II.1 : Transaction Marketing VS Relationship Marketing

No (1)	Variabel (2)	Transaction Marketing (3)	Relationship Marketing (4)
1.	Fokus	Transaksi tunggal	Mempertahankan konsumen
2.	Orientasi	Product feature	Product benefits
3.	Waktu	Jangka pendek	Jangka panjang
4.	Customer	Minim servis	Sangat tinggi
5.	Komitmen	Terbatas pada konsumen	Tinggi terhadap konsumen
6.	Interaktif	Biasa	Sangat tinggi
7.	Kualitas	Diutamakan dalam produksi	Kualitas total dalam aspek

Sumber: Nurbiyati (2002:48)

Kelangsungan perusahaan salah satu indikatornya adalah kepuasan pelanggan yang berkelanjutan. Karena diperkirakan untuk mendapatkan satu pelanggan baru diperlukan minimal lima sampai limabelas kali, dibandingkan dengan menjaga hubungan dengan satu pelanggan lama. Dengan meningkatkan kelangsungan hubungan dengan pelanggan lama dan terus mencari dan mendapatkan pelanggan baru dilakukan dengan konsep kepuasan pelanggan.

Untuk meningkatkan kemampuan jangka panjang penggunaan teknologi informasi memungkinkan fleksibilitas yang lebih besar dalam mengimplementasikan relationship marketing (Nurbiyati, 2002:50).

6. Kualitas Pelayanan

Banyak kriteria atau ukuran kualitas yang bervariasi dan cenderung terus dapat berubah sepanjang waktu, maka tidaklah mudah untuk mendefinisikan kualitas secara tepat. Namun demikian para ahli berpendapat, seperti Gaspersz (1997) dalam Leksono (2009:16) yang mengatakan bahwa kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performance, kehandalan, mudah dalam penggunaan, dan estetika. Sedangkan definisi kualitas secara strategic adalah sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan.

Goets dan Davist (1994) dalam Tjiptono (2007:142) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan Tjiptono (2007:144).

Kotler (2002:116) berpendapat bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Ini berarti bahwa kualitas yang baik bukan dilihat dari penyedia jasa, melainkan berdasar pada persepsi pelanggan. Dari pengertian tersebut, tampak bahwa kualitas selalu berfokus pada pelanggan. Dengan demikian produk atau jasa yang didesain, diproduksi dan ditawarkan serta pelayanan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Tjiptono (207:152) mengatakan ada lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beranekaragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan. Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut meliputi:

1. Transcendental approach

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai innate excellence, dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2. Product-based approach

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitaskan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah dan beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat objektif, maka tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam selera, kebutuhan, dan preferensi individual.

3. User-based approach

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya perceived quality) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga menyatakan bahwa pelanggan yang berbeda

memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sana dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4. Manufacturing-based approach

Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasa dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian sama dengan persyaratan (conformance to requirement). Dalam sektor jasa dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat operations-driven. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya. Jadi yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang menggunakannya.

5. Value-based approach

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan trade-off antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai “*affordable-excellence*”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

Tjiptono (2007:153) menambahkan bahwa kualitas yang superior dapat memberikan manfaat antara lain berupa:

1. Loyalitas pelanggan yang lebih besar
2. Pangsa pasar yang lebih besar
3. Harga saham yang lebih tinggi
4. Harga jual yang lebih tinggi
5. Produktifitas yang lebih besar

Jadi perusahaan yang menawarkan barang atau jasa berkualitas superior akan dapat mengalahkan pesaingnya yang menghasilkan kualitas inferior.

Parasuraman, Berry (1998) dalam Prasetyo (2008:98) kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan dalam ukuran besarnya ketidaksesuaian antara harapan dan keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Kualitas pelayanan merupakan ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang berkualitas kepada konsumen. Oleh karena itu pelayanan yang diberikan disesuaikan dengan lingkungan yang dapat menilai kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan kepada konsumen, karena konsumen merasakan langsung bagaimana pelayanan yang diberikan.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Dalam salah satu studi mengenai *servqual* oleh Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001) yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi *servqual* sebagai berikut:

a. Tampilan Fisik (*Tangibles*)

Tampilan fisik merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti dari pelayanan yang diberikan.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal. Hal ini sangat penting bagi sebagian pelanggan, sehingga mereka bersedia mengeluarkan biaya tambahan agar perusahaan melakukan transaksi sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat digambarkan dengan kecepatan pelayanan.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat. Dimensi ini menentukan pada kecepatan dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan serta kesulitan pelanggan. Dimensi ini dapat digambarkan dengan tanggap dalam menghadapi keluhan, kesediaan membantu pelanggan, kecepatan pelayanan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.

e. Kepedulian (*Emphaty*)

Kepedulian adalah memiliki rasa memperhatikan dan memelihara kepada masing-masing pelanggan.

Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan.

Purnomo (2008:112) berpendapat bahwa bagi pelanggan kualitas layanan adalah menyesuaikan diri dengan spesifikasi yang dituntut pelanggan. Pelanggan memutuskan bagaimana kualitas yang dimaksud dan menentukan apa yang dianggap penting. Pelanggan mempertimbangkan suatu kualitas layanan. Untuk itu kualitas dapat dideteksi pada persoalan bentuk, sehingga dapat ditemukan:

1. Kualitas pelayanan merupakan bentuk dari sebuah janji.
2. Kualitas adalah tercapainya suatu harapan dan kenyataan sesuai dengan komitmen yang telah ditetapkan sebelumnya.
3. Kualitas dan integrasi merupakan suatu hal yang tidak terpisahkan.

Caspersz (1997) dalam Purnomo (2008:115) menyatakan secara singkat beberapa langkah untuk menjadikan sistem manajemen kualitas modern menjadi lebih efektif, antara lain:

1. Mendefinisikan dan merinci sasaran dan kebijaksanaan kualitas.
2. Berorientasi pada kepuasan pelanggan.

3. Mengarahkan semua aktivitas untuk mencapai sasaran dan kebijaksanaan kualitas yang telah ditetapkan.
4. Mengintegrasikan aktivitas-aktivitas itu dalam organisasi.
5. Mengidentifikasi dan mengaktifkan aliran informasi kualitas, memprosesnya dan mengendalikannya.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2001). Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

B. Penelitian Terdahulu

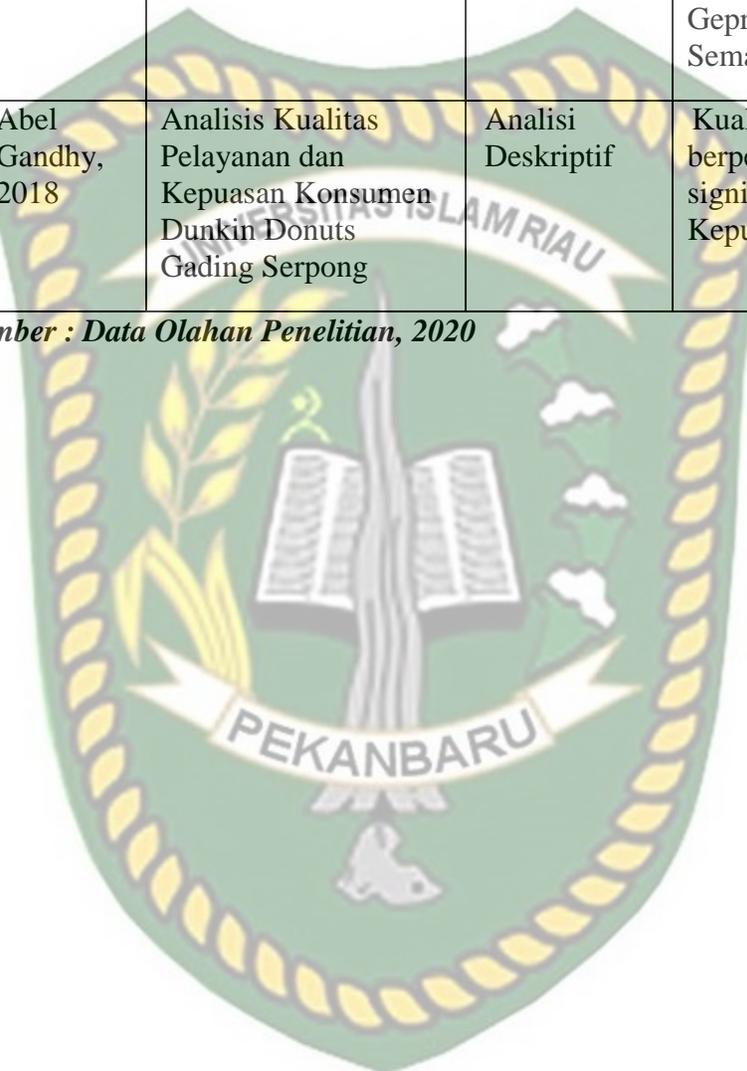
Tabel II.II : Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sartika Moha,dkk, 2016	Analisis Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Yuta di Kota Manado	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
2.	Prasetyo Isbandono, 2019	Analisis Kualitas Pelayanan Pada Perpustakaan di Badan Pusat Statistik Kota Surabaya	Analisis Deskriptif	Kualiatas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Pengunjung
3.	Yulvita aini,dkk, 2016	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan

		Berobat di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama		pasien ketika berobat di Puskesmas Pembantu Desa Pasir Utama
4.	Hendro Widodo, 2015	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Sekolah FKIP Dasar Ahmad Dahlan Yogyakarta	Analisis Deskriptif	Secara Simultan Dimensi Kualitas Memberikan Pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mahasiswa program study Pendidikan FKIP Guru Sekolah Dasar Ahmad Dahlan Yogyakarta
5.	Nurul Syahjihan, dkk, 2019	Analisis Kualitas Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Kereta Api Pangrango Kelas Executif Bogor – Sukabumi	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
6.	Abdullah Taman, dkk, 2013	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Analisis Deskriptif	Secara stimulant kelima variable Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Mahasiswa
7.	Saputra, dkk, 2014	Analisi Kualitas Pelayanan Pada Rumah Makan Metro	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
8.	Deny Danar Rahayu, dkk, 2010	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Pekanbaru	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

9.	Faiz Hanifudin, dkk, 2017	Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Geprk Djogjakarto	Analisis Deskriptif	Kualitas Pelayanan yang diberikan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pelanggan Rumah Makan Ayam Gepek Djogjakarto Semarang
10.	Abel Gandhy, 2018	Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Dunkin Donuts Gading Serpong	Analisi Deskriptif	Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

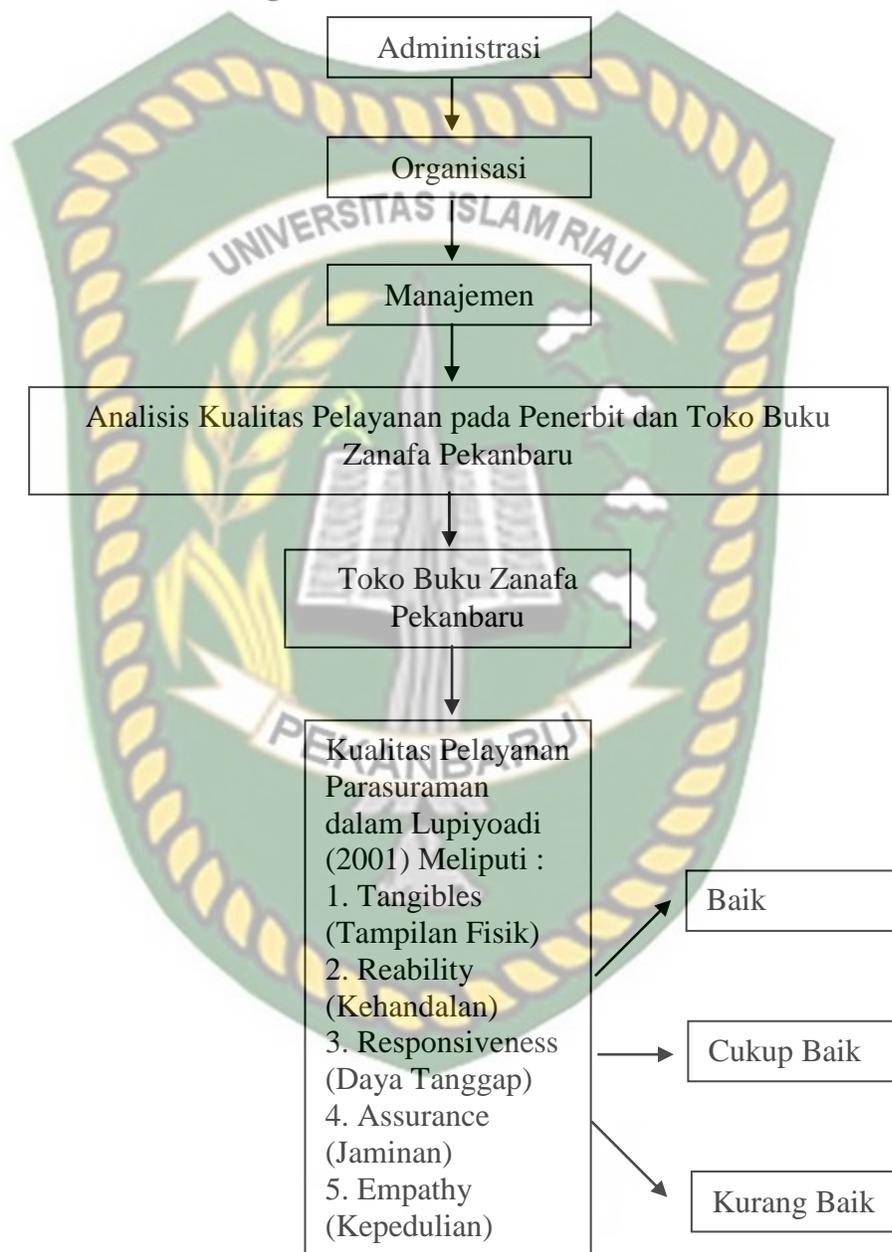
Sumber : Data Olahan Penelitian, 2020



C. Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini peneliti menetapkan Kerangka pikir penelitian sebagaimana terlampir pada gambar dibawa ini :

Gambar II. I Kerangka Pikir



Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020

D. Konsep Operasional

Untuk memberikan kesatuan pendapat maka perlu kiranya penulis menggunakan konsep operasional yang merupakan konsep yang dipakai dalam proses penelitian yang dimaksud untuk menerjemahkan konsep teoritis yang ada sehingga tercipta suatu pengertian dalam penelitian ini.

Guna menghindari dari kekeliruan dalam penggunaan istilah di dalam penulisan ini, maka berikut ini penulis akan menuangkan konsep-konsep yang telah dipaparkan sebelumnya dalam bentuk nyata secara operasionalnya tentang kajian sebagai berikut:

1. Administrasi adalah serangkaian proses kerjasama yang dilakukan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru dengan konsumen, untuk menjalin sebuah hubungan yang baik dan mencapai tujuan bersama.
2. Manajemen adalah usaha yang dilakukan secara bersama-sama untuk menentukan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan kepemimpinan serta pengendalian.
3. Pemasaran adalah suatu proses pertukaran barang dan jasa dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru ke konsumen, sehingga melalui pertukaran tersebut kebutuhan dari individu atau kelompok masyarakat saling terpenuhi dan saling menguntungkan.
4. Kualitas Pelayanan adalah upaya dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen sehingga memuaskan kebutuhan konsumen.

Dimensi kualitas pelayanan:

a. Tampilan Fisik (*Tangibles*)

Tampilan fisik merupakan kemampuan dari Penerbit dan Toko Zanafa Pekanbaru menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal (konsumen dan pesaing).

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan dengan akurat dan handal.

c. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kesediaan dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan segera dan tepat.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru serta kemampuannya untuk memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan.

e. Kepedulian (*Emphaty*)

Kepedulian adalah sikap karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru memiliki rasa memperhatikan dan memelihara kepada masing-masing pelanggan.

5. Kepuasan Pelanggan adalah perasaan konsumen dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru yang timbul karena membandingkan kinerja produk atau karyawan dengan keinginan yang diharapkan.

Dimensi Kepuasan Pelanggan:

6. Zanafa adalah jenis bisnis yang bergerak di bidang penerbitan dan penjualan buku (Distributor dan Toko Buku) di kota Pekanbaru. Saat ini ada 2 jenis usaha yang sudah berjalan yakni penerbit ZANAF A PUBLISHING dan Toko Buku ZANAF A.

E. Operasionalisasi Variabel

Tabel II.III : Operasional Variabel Analisis Kualitas Pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.

Konsep	Variabel	Indikator	Sub Indikator	Skala
Kualitas pelayanan adalah ukuran selisih antar perbedaan antara harapan konsumen dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. (Parasuraman, 1998)	Analisis Kualitas Pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.	1. Tangibles (Berwujud)	1. Penampilan karyawan dalam melayani konsumen rapi. 2. Memiliki fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan secara visual	Baik Cukup Baik Kurang Baik
		2. Realibility (Kehandalan)	1. Karyawan cermat dalam melayani konsumen. 2. Ketepatan waktu open close	Baik Cukup Baik Kurang Baik
		3. Responsiveness (Ketanggapan)	1. Karyawan bertanggung jawab atas seluruh informasi yang diberikan kepada konsumen. 2. Cepat dan tepat dalam menanggapi keluhan	Baik Cukup Baik Kurang Baik

			konsumen.	
		4. Assurance (Jaminan)	1. Karyawan menguasai segala macam produk yang ditawarkan. 2. Memiliki jaminan produk pada setiap produk yang rusak.	Baik Cukup Baik Kurang Baik
		5. Emphaty (Empati)	1. Karyawan menyambut dan membantu konsumen dalam memilih produk yang dibutuhkan. 2. Karyawan memberikan pelayanan dan kesungguhan dalam melayani keluhan konsumen.	Baik Cukup Baik Kurang Baik

Sumber: Data Olahan Penelitian, 2020

F. Teknik Pengukuran

Untuk mengetahui bagaimana Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru, maka perlu adanya teknik pengukuran yang jelas. Pengukuran yang dilaksanakan pada peneliti tersebut menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiono 2017:157). Kategori ukuran untuk menilai pelaksanaan variabel beserta indikatornya yang akan dibedakan menjadi tiga, yaitu baik, cukup baik dan kurang baik. Penilaian dilakukan dengan skala likert dengan tiga kategori dengan memberikan nilai skor atas alternatif tanggapan responden yang diberikan. Jika penilaian baik akan diberikan skor (3), cukup baik (2), kurang baik (1).

Tabel II.iV Pengukuran Skala Likert

Sikap Responden	Skor
Baik	3
Cukup Baik	2
Kurang Baik	1

Sumber: Olahan Penelitian, 2020

Variable Kualitas Pelayanan memiliki 5 indikator : *Tangibles* (Berwujud); *Reliability* (Kehandalan); *Responsiveness* (Daya Tanggap); *Assurance* (Jaminan); *Emphaty* (Kepedulian). Untuk variabel ini penulis mangajukan (10) pertanyaan. Dari sejumlah yang kemudian untuk mencari interval kriteria penilaian dengan cara nilai skor tertinggi dikurangi nilai skor terendah setelah itu dibagi dengan jumlah kategori pengukuran, selanjutnya hasil pembagian dikurangi 1.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Total skor tertinggi} - \text{total skor terendah}}{\text{Jumlah kategori pengukuran} - 1}$$

Dimana dengan :

Total skor tertinggi : nilai kategori tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Total skor terendah : nilai kategori terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Maka interval skor seluruh indikator pelayanan (X) dengan item pengajuan pertanyaan sebagai berikut

Total skor tertinggi : 3 x 20 x 42 = 2.520

Total skor terendah : 1 x 20 x 42 = 840

$$\text{Interval} = \frac{2.520-840}{3} = 560$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka dalam variabel penelitian jumlah skor tertinggi 2.520 dan nilai skor terendah 840 dengan interval total skor = (2.520 – 840) : 3 – 1 = 559, maka menjadi ukuran penelitian :

Baik : Apabila semua indikator pada katagori Baik berada pada interval skor 1.961 – 2.520

Cukup Baik : Apabila semua indikator pada katagori Cukup Baik berada pada interval skor 1.402 – 1.960

Kurang Baik : Apabila semua indikator pada katagori Kurang Baik berada pada interval skor 840 – 1.401

Adapun pengukuran indikator sebagai berikut :

1. Tangibles (Tampilan Fisik)

Dikatakan :

Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 393 – 504.

Cukup Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 282 – 392.

Kurang Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 171 – 281.

2. Reliability (Kehandalan)

Dikatakan :

Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 393 – 504.

Cukup Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 282 – 392.

Kurang Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 171 – 281.

3. Responsiveness (Daya tanggap)

Dikatakan :

Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 393 – 504.

Cukup Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 282 – 392.

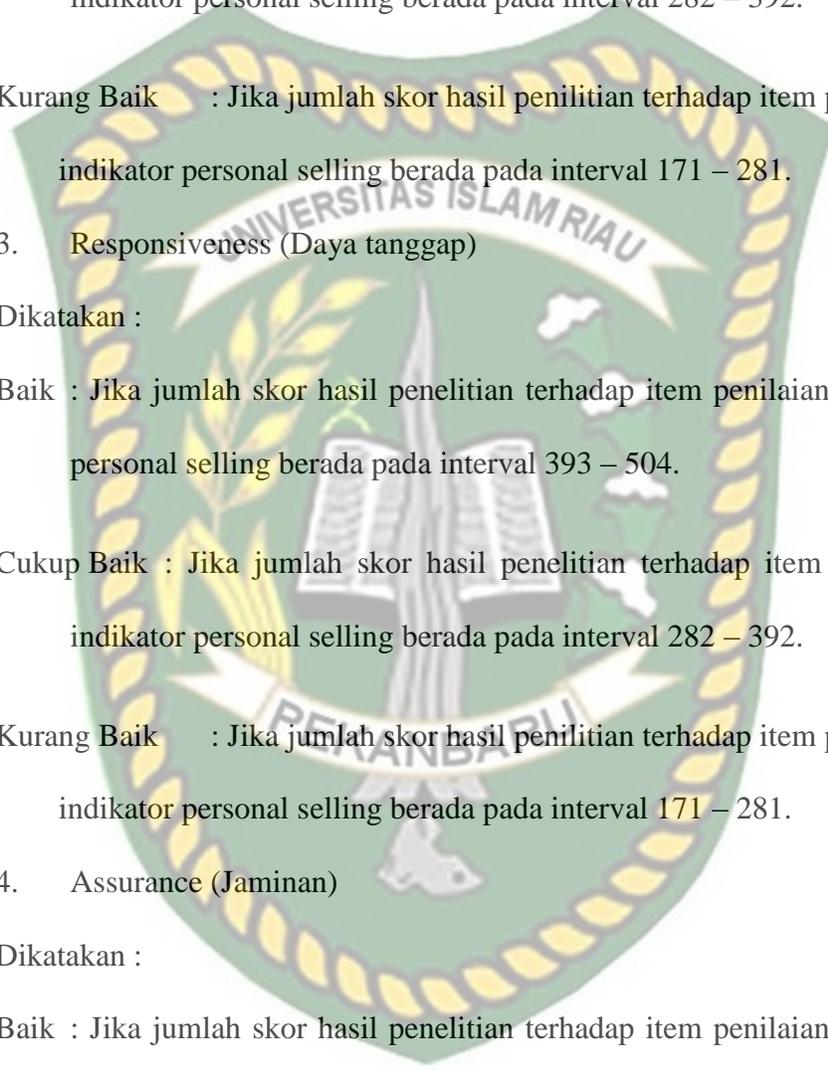
Kurang Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 171 – 281.

4. Assurance (Jaminan)

Dikatakan :

Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 393 – 504.

Cukup Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 282 – 392.



Kurang Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 171 – 281.

5. Emphaty (Kepedulian)

Dikatakan :

Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 393 – 504.

Cukup Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 282 – 392.

Kurang Baik : Jika jumlah skor hasil penelitian terhadap item penilaian dari indikator personal selling berada pada interval 171 – 281.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini survey deskriptif yaitu tipe penelitian yang menggambarkan mengenai variable yang diteliti dan metode kuantitatif dan Kualitatif yaitu penelitian dalam bentuk persentase dan di akhiri dengan penarikan suatu kesimpulan dalam pemberian saran. Sugiyono (2012;80).

Untuk mengetahui dan melihat serta melukiskan keadaan yang sebenarnya secara rinci dan actual dengan melihat masalah dan tujuan yang telah disampaikan sebelumnya dengan pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, maka tipe penelitian ini yang digunakan adalah penelitian survey. Pengertian survey dibatasi dengan penelitian yang datanya dikumpulkan dari sampel atau populasi untuk mewakili seluru populasi. Dengan demikian, penelitian survey secara komplit adalah penelitian yang mengambil sampel dari tiap-tiap populasi dengan menggunakan kusioner dan wawancara sebagai alat pengumpulan yang pokok. Penelitian ini akan menuntun si peneliti dalam membuat daftar pertanyaan kusioner dan wawancara yang dimaksud diats untuk disebarkan kepada responden dan informan yang sudah ditentukan.

B. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menetapkan lokasi penelitian pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa yang beralamat di jalan HR. Soebrantas Kompleks Metropolitan City (MTC) Giant Blok A 39-41 Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. (Sugiyono 2012:80). Sampel merupakan bagian atau jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun yang menjadi populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Pemilik Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa, Manager Penerbit dan Toko Buku Zanafa, Karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa dan Konsumen Penerbit dan Toko Zanafa. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III. 1 : Populasi dan Sampel Penelitian

No	Jenis Populasi	Populasi (Orang)	Sampel (Orang)	Persentase (%)
1	Pemilik Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	1	1	100 %
2	Manager Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	1	1	100 %
3	Karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	5	5	100 %
4	Pembeli/Konsumen Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru	1001	42	15%
Jumlah		49		

Sumber : Olahan Penelitian 2020

Rumusan penarikan sampel yang dipakai adalah Rumus Slovin, Rumus Slovin ialah sebuah rumus atau formula untung menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku adalah sebuah populasi tida diketahui secara pasti. Rumus Slovin diperkenalkan pertama kali pada tahun 1960.

Gambar III.I Rumus Slovin

$$n = \frac{n}{1+Ne^2}$$

n = jumlah sampel minimal

N = populasi

e = Margin of error

Data Sampel berdasarkan Rumus Slovin:

$$n = \frac{1001}{1+1001(15\%)^2}$$

$$n = \frac{1001}{23,6}$$

$$n = 42$$

informan yang dipilih adalah konsumen. Konsumen yang di pilih dalam penelitian ini adalah konsumen Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.

D. Teknik Penarikan Sampel

Menurut Sugiono (2012;80) populasi adalah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Adapun sampel penelitian terhadap Pemilik Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa, Manager Penerbit Toko Buku Zanafa yakni menggunakan teknik *sensus*.

Teknik sensus adalah teknik penarikan sampel yang semua anggota populasi digunakan sebagai sampel dikarenakan populasi relatif kecil sebanyak 2 Sampel.

Karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa yakni menggunakan teknik *Purposive Sampling* Yaitu Teknik penarikan sampel yang merupakan responden penelitian dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu karena jumlahnya banyak, halini dilakukan Pertimbangan sampel yang diambil dianggap dapat mewakili seluru jumlah populasi karena populasi jumlahnya sangat besar sehingga sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 5 sampel.

Begitu juga untuk sampel terhadap Pembeli atau Konsumen yakni menggunakan teknik yang sama dengan Karyawan Penerbit dan Toko Buku Zanafa dikarenakan alasan yang sama sehingga sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak sampel.

E. Jenis Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah menggali informasi dengan menanyakan tujuan data yang di peroleh secara langsung dari sumber di lapangan, melalui wawancara terpimpin dengan mengajukan pertanyaan yang meliputi Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru. Adapun data tersebut adalah Pemilik Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa, Manager Penerbit Toko Buku Zanafa.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan penelitian untuk menjelaskan permasalahan yang diteliti. Adapun data sekunder berupa Undang-Undang, buku-buku, Jurnal, Laporan Penelitian yang telah ada, serta sumber-sumber lain yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data dan keterangan yang diperlukan sehubungan dengan penelitian ini, dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Observasi (*observation*) adalah pengamatan langsung yang dilakukan penelitian ke lapangan untuk mengetahui secara nyata mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru
2. Wawancara (*interview*), yakni dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini, guna memperoleh data primer. Melalui wawancara terhadap Pemilik Usaha Penerbit dan Toko Buku Zanafa, Manager Penerbit Toko Buku Zanafa.
3. Daftar pertanyaan (*Quesioner*), yakni dengan mengajukan daftar pertanyaan yang telah dipersiapkan terlebih dahulu kepada responden penelitian, untuk mendapatkan data mengenai Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru

4. Dokumentasi yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melihat dokumen-dokumen atau arsip yang ada dan berkaitan dengan penelitian ini.

G. Teknik Analisa Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif dengan teknik penganalisaan secara deskriptif. Setelah data dikumpulkan secara lengkap dan menyeluruh, maka data tersebut dikelompokan dan disesuaikan dengan jenis data yang diperoleh, selanjutnya akan dibahas dan dianalisa dalam dua bentuk. Data yang bersifat kualitatif yang diuraikan secara lengkap dan rinci dalam bentuk kalimat, sedangkan data yang bersifat kuantitatif akan ditabulasikan dalam bentuk tabel. Selanjutnya data tersebut dianalisis dengan menghubungkan pada konsep pengukuran yang telah ditentukan, kemudian diambil kesimpulannya.

$$\text{Rumus Skala Likert} = \frac{\text{Total skor} \times 100}{\text{Skor tertinggi}}$$

H. Jadwal Kegiatan Penelitian

Tabel III.II : Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Analisis Kualitas Pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru

No	Kegiatan	Bulan dan Minggu ke																											
		Juli				Agustus				September				Oktober				November				Desember							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Penyusunan Up																												
2	Seminar UP																												

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN DAN KERANGKA PIKIRAN

Pada bab ini berisikan penguraian atau penjelasan dari pengertian, definisi, konsep dan teori-teori yang menyangkut studi kepustakaan. Dan dilanjutkan dengan Kerangka Pikiran, Hipotesis, Konsep Operasional dan Operasional Variable serta Teknik Pengukuran Variable.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian berisikan Tipe Penelitian, Lokasi Penelitian, Informan penelitian, Teknik Penarikan Sampel, Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Jadwal dan Waktu Kegiatan Penelitian dan Rencana Sistematika Laporan Penelitian.

BAB IV DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai deskriptif atau penggambaran umum tentang situasi dan kondisi mengenai lokasi penelitian.

BAB V HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas permasalahan yang akan ditulis mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru

BAB VI PENUTUP

Bab ini merupakan kesimpulan dari hasil penelitian yang penulis temukan dan kemudian diberi saran atas temuan tersebut.

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Gambaran Umum Kota Pekanbaru

1. Sejarah Singkat Kota Pekanbaru

Nama Pekanbaru dahulunya dikenal dengan nama “Senapelan” yang ada pada saat itu dipimpin oleh seorang kepala suku disebut Batin. Daerah yang mulanya sebagai ladang, lambat laun menjadi perkampungan. Kemudian perkampungan Senapelan berpindah ke tempat pemukiman baru yang kemudian disebut Dusun Payung Sekaki yang terletak ditepi muara sungai siak. Namun payung sekaki tidak begitu dikenal pada masanya melainkan Senapelan. Perkembangan Senapelan berhubungan erat dengan perkembangan kerjaan Siak Sri Indrapura. Semenjak Sultan Abdul Jalil Alamudin Syah mempunyai inisiatif untuk membuat pekan di senapelan tetapi tidak berkembang. Usaha yang telah dirintis tersebut kemudian dilanjutkan oleh putranya raja mudah muhammad ali ditempat baru yaitu disekitar pelabuhan sekarang. Selanjutnya pada hari selasa tanggal 21 Rajab 1204 H atau tanggal 23 Juni 1784 M berdasarkan musyawarah datuk-datuk empat suku (Pesisir, Lima Puluh, Tanah Datar dan Kampar), negeri senapelan diganti namanya menjadi “Pekan Baharu” selajutnya diperigati sebagai hari lahir kota pekanbaru. Mulai saat ini sebutan senapelan sudah ditinggalkan dan mulai populer sebutan “Pekanbaru”, yang dalam bahasa sehari-hari disebut Pekanbaru.

2. Kondisi Geografis dan Demografis Kota Pekanbaru.

Kota Pekanbaru terletak antara 1010 14'-1010 34' Bujur Timur dan 00 25'- 00 45' Lintang Utara. Dengan ketinggian dari permukaan laut berkisar 5-50 meter. Permukaan wilayah bagian utara landai dan bergelombang dengan ketinggian berkisar antara 5-11 meter. Berdasarkan Peraturan Pemerintah No.19 Tahun 1987 tanggal 7 September 1987 daerah kota pekanbaru diperluas dari 62,96 Km menjadi 446,50 Km, terdiri dari 8 kecamatan dan 45 kelurahan/desa. Dari hasil pengukuran/pematokan dilapangan oleh BPN Tk I Riau maka ditetapkan luas wilayah kota pekanbaru adalah 632,26 Km. Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatnya oula tuntunan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan lainnya. Untuk lebih terciptanya tertib pemerintahan dan pembinaan wilayah yang cukup luas, maka dibentuk kecamatan baru dengan perda kota pekanbaru no.4 tahun 2003 menjadi 12 kecamatan dan kelurahan/desa baru dengan perda tahun 2003 menjadi 58 kelurahan/desa. Kota pekanbaru berbatasan dengan daerah kabupaten/kota : 1. Sebelah Utara : Kabupaten Siak dan Kabupaten Kampar 2. Sebelah Selatan : Kabupaten Kampar dan Kabupaten Pelalawan 3. Sebelah Timur : Kabupaten Siak dan Kabupaten Pelalawan 4. Sebelah Barat : Kabupaten Kampar Kota Pekanbaru merupakan kota terbesar di provinsi riau sekaligus inu kota provinsi. Pada sensus penduduk tahun 2010, penduduk di kota pekanbaru mencapai 850.000 jiwa. Laju perkembangan ekonomi dikota pekanbaru memacu pertambahan penduduk mencapai 71 ribu jiwa dengan kepadatan penduduk sekitar 1.429,6/km. Etnis minangkabau merupakan etnis yang banyak terdapat dikota

ekanbaru yang mencapai 37,96% dan etnis yang lain seperti etnis melayu 26,10%, tinghoa 2,5%, batak 11, 06%, jawa 15,70% dan lain-lain 6,7%.

B. Sejarah Singkat Perusahaan

Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang penerbit, penjualan (retail), ekspedisi pengiriman barang. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru mempunyai penjualan (retail) ada dua jenis toko, yaitu Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru yang menjual buku, alat tulis kantor, perlengkapan sekolah, yang terletak di Komp. Metropolitan City Jl.HR. Soerbrantas, Panam Tampan Pekanbaru sebagai pusat usaha dan mengembangkan usaha dengan membuka cabang di Jl. Kharudin Nasution dan di pasar kodim Jl. Ahmad Yani Pekanbaru. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru juga membuka ekspedisi barang yang bekerja sama dengan Ekspedisi JET (Jaringan Ekspedisi Transportasi) yang mulai beroperasi pada tanggal 3 Juli 2008. Pada tanggal 8 April 2020 Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru juga membuka Zanafa Mart yang menjual berbagai kebutuhan pokok harian seperti beras, minyak, perlengkapan mandi, kue, aneka minuman, perlengkapan dapur, elektronik, perlengkapan belajar. Zanafa Mart terletak di Jl. Kubang Raya no. 17 Pekanbaru.

C. Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Menjadi penerbit yang handal dan toko ritel yang unggul dalam memberikan pelayanan ke masyarakat.

2. Misi Perusahaan

- a. Memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mendapatkan barang-barang berkualitas dengan harga bersaing.
- b. Menciptakan imej sebagai toko ritel yang nyaman dan bergengsi, sehingga masyarakat merasa senang dan bangga berkunjung ke toko ritel.
- c. Memberikan pelayanan prima kepada pengunjung yang selalu memperbaharui barang yang dijual di toko retail.
- d. Memberikan kesempatan kepada penulis buku untuk dapat menerbitkan buku berkualitas dan mampu bersaing dengan penulis lainnya di Indonesia.
- e. Memberikan pelayanan kepada konsumen untuk mengirim barang dan dokumen keseluruh Indonesia dan luar negeri dengan mudah aman dan nyaman.

D. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan gambaran umum tentang kerangka dan susunan perwujudan dan hubungan diantara fungsi, bagian posisi maupun orang yang menunjukkan jabatan, tugas dan wewenang. Dengan terciptanya susunan organisasi

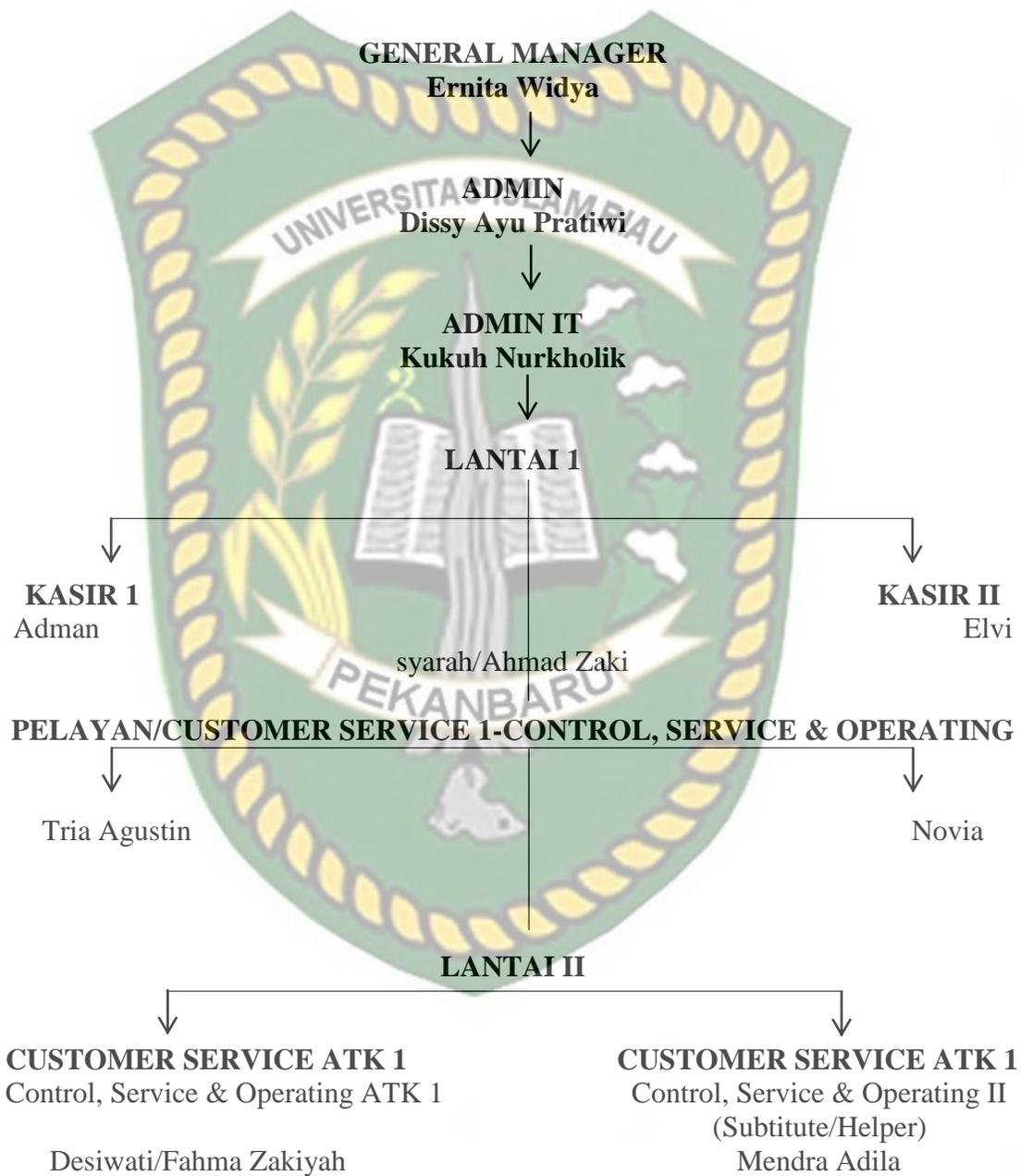
yang baik, maka akan menimbulkan kerjasama yang harmonis dengan sesama anggota dan pimpinan.

Struktur yang dimaksud dalam penelitian skripsi ini adalah bagian organisasi yang menggambarkan garis kerjasama secara individu yang tergabung dalam perusahaan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru.



Gambar IV.1 STRUKTUR ORGANISASI PENERBIT DAN TOKO BUKU ZANAFANA PEKANBARU

**STRUKTUR ORGANISASI
PENERBIT DAN TOKO BUKU ZANAFANA PANAM, PEKANBARU**



1. General Manager

General Manager adalah manager yang memiliki peran semua tanggung jawab semua pejabat yang ada di organisasi/perusahaan. General manager berkewajiban untuk membuat keputusan untuk mencapai tujuan perusahaan serta fungsi pertama dan kendali semua kegiatan perusahaan.

2. Admin

Admin adalah pekerjaan administratif atau bersifat ketatausahaan yang bekerja dalam sebuah perusahaan. Tugas dari seorang admin adalah membuat pengaturan perjalanan, penjualan, dan mengambil pemesanan. Tugas dari admin sangat luas, namun intinya memasikan segala kegiatan administrasi perusahaan /kantor agar berjalan dengan baik dan lancar.

3. Admin IT

IT Administration atau disingkat dengan admin IT adalah jabatan yang menhandel jaringan dan sistem. Tugas dari admin IT adalah bertanggung jawab terhadap sistem, jaringan, pemeliharaan sistem, dan yang mempunyai kewengan terhadap mengatur hak akses terhadap sistem.

4. Kasir

Kasir adalaah orang yang bertanggung jawab memegang kas dan yang berkewajiban menerima dan memsukkan uang. Profesi kasir dalam penjualan retail atau supermarket adalah seseorang yang menerima uang pembayaran saat pembelian produk atau jasa. Tugas dari seorang kasir adalah menjalankan proses penjualan, melakukan pencatatan penjualan, bertanggung jawab atas pengecekan atas stok bulanan.

5. Costumer Service

Costumer service adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap calon konsumennya. Pelayanan yang dilakukan adalah dengan termasuk menerima keluhan atau masalah.

E. Strategi Pelayanan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru

Menerapkan strategi merupakan sesuatu hal yang tepat bagi perusahaan ataupun organisasi, hal tersebut dilakukan untuk menarik calon konsumen dan menarik calon pelanggan tetap.

Tabel IV.I : Jenis Media dan Kegiatan Pelayanan Yang Telah Dilakukan Oleh Penerbit dan Toko Buku Zanafa

Bentuk Pelayanan	Media/Jenis Kegiatan Pelayanan	Kegiatan
Tangibles (Tampilan Fisik)	Bertemu langsung dengan konsumen dan memberikan pelayanan sesuai dengan kebtuhan konsumen, dan menyediakan fasilitas-fasilitas sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan menggunakan seragam kerja yang rapi dan sopan. • Menyediakan mushalla. • Menyediakan area parkir. • Menyediakan tempat pencuci tangan diluar, pendingin ruangan dan pengharum ruangan
Reliability (Kehandalan)	Pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan mengandalkan kehandalan dari tiap masing masing karyawan terhadap konsumen dan mendapatkan respon secara langsung.	<ul style="list-style-type: none"> • Cermat saat konsumen membutuhkan diwaktu operasional. • Pengaplikasian waktu open/close. • Menawarkan produk kepada konsumen
Responsiveness	Pelayanan yang dilakukan oleh	<ul style="list-style-type: none"> • Menanggapi

(Ketanggapan)	karyawan secara langsung dengan sikap tanggap dan mendapat respon secara langsung.	<p>keluhan konsumen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Memberi solusi saat konsumen menghadapi masalah. • Bertanggung jawab atas informasi yang diberikan kepada konsumen
Assurance (Jaminan)	Pelayanan yang dilakukan secara langsung ataupun tidak langsung dengan memberikan pengetahuan dan keramahan sehingga mendapat kesan dapat dipercaya.	<ul style="list-style-type: none"> • Menguasai segala produk yang ditawarkan • Memberi jaminan disetiap produk yang rusak • Diskon produk.
Empathy (Kepedulian)	Pelayanan yang dilakukan secara langsung dengan rasa peduli kepada tiap masing-masing konsumen dan mendapat respon secara langsung.	<ul style="list-style-type: none"> • Menyambut konsumen. • Membantu konsumen dalam memilih produk. • Respon dari Contact Person. • Sungguh-sungguh mendengar keluhan konsumen. • Komunikasi dan berbahasa dengan baik.

Sumber : Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Identitas Responden

Didalam bab ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru. Selanjutnya penulis akan mengklasifikasi usia, pendidikan terakhir dan jenis kelamin. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Identitas Responden Berdasarkan Usia

Berhubungan dengan keterkaitan antara usia dan juga tingkat kedewasaan seseorang dalam bersikap terhadap sebuah masalah, maka pada tabel berikut akan digambarkan kriteria responden:

Tabel V.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No.	Tingkat Umur	Jumlah	Persentase
1.	10-19	4	10%
2.	20-29	27	64%
3.	30-39	6	14%
4.	40-49	5	12%
5.	50 keatas	-	-
Jumlah		42	100%

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tabel dapat diketahui identitas dari responden berdasarkan usia dari 42 orang, 4 orang (10%) berusia antara 10-19 tahun, 27 orang (64%) berusia 20-

29 tahun, selanjutnya 6 orang (14%) berusia 30-39 tahun, 5 orang (12%) berusia 40-49 dan tidak ada konsumen yang berusia antara 50 tahun ke atas selama dilakukannya penelitian.

Dari gambaran usia diatas, maka dapat disimpulkan bahwa usia responden yang melakukan pembelian pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru yang digunakan dalam penelitian ini berkisar antara usia 20 sampai 29 dengan persentase 64% dan dewasa dalam berfikir. Dan pengambilan keputusan tidak dapat dipengaruhi oleh orang lain dan berdasarkan pengalaman responden dalam keputusan pembelian.

2. Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan

Identitas respon pada tingkat pendidikan diperlukan untuk gambaran akan tanggapan dari penelitian ini. Faktor pendidikan berperan penting bagi penulis untuk memperoleh pengetahuan terhadap hasil penelitian ini, karna menurut penulis orang yang berpendidikan akan lebih tinggi ilmu pengetahuannya. Berdasarkan penelitian lapangan terlihat jenjang pendidikan terdiri dari rendah sampai tinggi, untuk mengetahui jenjang pendidikan responden dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel V.II. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SMA	20	48%
2.	D3	5	12%
3.	S1	12	28%
4.	S2	5	12%
Jumlah		42	100%

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui identitas responden berdasarkan pendidikan, yakni 42 orang yang dijadikan respon sebanyak 20 orang (48%) berpendidikan SMA, sebanyak 5 orang (12%) berpendidikan D3, selanjutnya sebanyak 12 orang (28%) berpendidikan S1, dan sebanyak 5 orang (12%) berpendidikan S2.

Sesuai data diatas dapat disimpulkan bahwa responden yang melakukan pembelian pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah dengan tingkat pendidikan SMA yang berjumlah 20 orang dengan persentase 48%. Hal tersebut terjadi karena konsumen menyadari seberapa pentingnya pendidikan, sehingga semakin tinggi pendidikan maka semakin tinggi pola pikir dan pengambilan keputusan.

3. Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk mengetahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel V.III. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-laki	16	38%
2.	Perempuan	26	62%
	Jumlah	42	100%

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui identitas responden berdasarkan jenis kelamin yaitu 42 orang yang dijadikan respon sebanyak 16 orang (38%) berjenis kelamin laki-laki dan sebanyak 26 orang (62%) berjenis kelamin perempuan. Dari identitas diatas dapat disimpulkan jenis kelamin terbanyak oleh responden adalah perempuan. Dengan demikian, berdasarkan tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen yang sering melakukan pembelian pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah Perempuan.

B. Kualitas Pelayanan Pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru.

Kualitas pelayanan adalah ciri, karakteristik atau sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari Tangibles (tampilan fisik atau berwujud), Reliability (kehandalan), Responsiveness (ketanggapan), Assurance

(jaminan) dan Emphaty (kepedulian) yang didalamnya menentukan tingkat keberhasilan dari kualitas pelayanan itu sendiri dan semua itu ditujukan untuk mendapat respon dari konsumen atas kualitas pelayanan.

Penerbit dan Toko Buku Zanfa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru bergerak dibidang penerbit dan penjualan buku (Distributor dan Toko Buku) yang berusaha meningkatkan penjualan melalui beberapa kegiatan pemasaran dan salah satunya ialah dengan kegiatan pelayanan sehingga menjadi pilihan utama dari konsumen atau pelanggan untuk melakukan kerjasama. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru juga berupaya untuk meningkatkan loyalitas dari konsumen. Untuk mengetahui kualitas pelayan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru Metropolitan City (MTC) Pekanbaru, penulis telah menerapkan beberapa indicator dari penelitian sebagai berikut:

1. Tangibles

Tangibles diukur dalam 5 indikator yang dibagi dalam 4 buah pernyataan. Hasil tanggapan Tangibles dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel V.IV Tanggapan responden mengenai Tangibles

No	Item penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik (3)	Cukup Baik (2)	Kurang Baik (1)	
1	Penampilan karyawan	10	24	8	42 (86)
2	Fasilitas yang tersedia (mushalla, wc, area baca)	12	23	7	42 (89)

	buku, area tunggu)				
3	Area parker	14	16	12	42 (86)
4	Peralatan pendukung (alat pencari, ac, pengharum ruang, alat prokes)	10	23	9	42 (85)
	Total skor	346			
	Rentang skor	282-392			
	Kategori	Cukup Baik			

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang penampilan karyawan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 10 orang menyatakan baik, 24 orang menyatakan cukup baik, dan 8 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 24 orang menyatakan cukup baik tentang penampilan karyawan, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 8 orang yang menyatakan kurang baik tentang penampilan karyawan. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari penampilan karyawan menyatakan cukup baik. Karena berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Tjiptono (2006)

Seperti pendapat Martul (2004) bahwa kualitas pelayanan berupa kondisi fisik merupakan bentuk kualitas pelayanan nyata yang memberikan adanya apresiasi dan membentuk imej positif bagi setiap individu yang dilayaninya dan menjadi suatu penilaian dalam menentukan kemampuan dari pengembang pelayanan tersebut memanfaatkan segala kemampuannya untuk dilihat secara fisik, baik dalam menggunakan alat dan perlengkapan pelayanan, kemampuan menginovasi dan

mengadopsi teknologi. Kondisi fisik ini juga menjadi penilaian utama pembeli karena merupakan hal pertama yang dilihat dan dirasakan oleh pembeli secara langsung.

Kemudian pada sub indikator ke dua tanggapan konsumen pada tabel pernyataan fasilitas yang tersedia pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 12 orang menyatakan baik, 23 orang menyatakan cukup baik, dan 7 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 23 orang yang cukup baik tentang fasilitas yang tersedia, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah sebanyak 7 orang yang menyatakan kurang baik tentang fasilitas yang tersedia. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari fasilitas yang tersedia menyatakan cukup baik.

Selanjutnya, pada sub indikator ke tiga tanggapan konsumen pada tabel pernyataan area parkir pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 14 orang menyatakan baik, 16 orang menyatakan cukup baik, dan 12 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 16 orang yang cukup baik tentang area parkir, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 12 orang yang menyatakan kurang baik tentang area parkir. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari area parkir menyatakan cukup baik.

Pada sub indikator ke yang terakhir tanggapan konsumen pada tabel pernyataan peralatan pendukung pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 10 orang menyatakan baik, 23 orang menyatakan cukup

baik, dan 9 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 23 orang yang cukup baik, tentang peralatan pendukung, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 9 orang yang menyatakan kurang baik tentang peralatan pendukung. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari peralatan pendukung menyatakan cukup baik.

Berdasarkan tanggapan responden diatas pada indikator Tangibles (tampilan fisik), maka dapat disimpulkan bahwa Tangibles (tampilan fisik) terhadap kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dapat dikatakan cukup baik dengan skor 346.

“Saya sudah cukup lama bekerja di Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru, sebagai Admin, menurut saya pelayanan secara langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru sudah baik, dengan kami melakukan pendekatan secara langsung kepada konsumen dengan ramah dan sopan santun, dan kami juga menyediakan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan konsumen agar terciptanya kenyamanan di toko kami.” (13 Juni 2021, Dissy Ayu Putri).

Selanjutnya dalam observasi yang dilakukan oleh penulis dilapangan, dapat dilihat bahwa dari segi penampilan dari karyawan memiliki penampilan yang rapi dan sopan serta memiliki seragam kerja dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru. Tetapi ada beberapa fasilitas ataupun alat pendukung dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru yang kurang memuaskan seperti AC yang tidak menyala padahal AC telah terpasang di dinding toko, sehingga merasa bahwa alat tersebut useless. Pewangi ruangan juga tidak terlalu banyak di toko ini melihat ruangan toko cukup besar dan memiliki 3 lantai. Area parkir juga tidak terlalu baik menurut penulis, sebab apabila konsumen dari Penerbit

dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru parkir dapat bebas dimana saja, sehingga yang tidak menjadi konsumen dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru pun dapat parkir didepan toko. Yang terakhir menurut penulis, pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru tidak terdapat teknologi pencari buku sebagaimana telah ada di toko buku besar sehingga kita harus berinteraksi langsung terhadap karyawan. Adanya teknologi pencari buku dapat memudahkan konsumen mencari produk yang dibutuhkan.

Tabel V.5 Tanggapan responden mengenai Reliability

No	Item penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik (3)	Cukup Baik (2)	Kurang Baik (1)	
1	Karyawan sigap cermat	25	10	7	42 (102)
2	Ketepatan waktu open/close	30	8	4	42 (110)
3	Sikap siap karyawan	26	11	5	42 (105)
4	Produk yang ditawarkan sesuai	23	12	7	42 (100)
	Total skor	417			
	Rentang skor	393-504			
	Kategori	Baik			

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang karyawan sigap cermat pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 25 orang menyatakan baik, 10 orang menyatakan cukup baik,

dan 7 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 25 orang menyatakan baik tentang karyawan sigap cermat, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 7 orang yang menyatakan kurang baik tentang karyawan sigap cermat. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari karyawan sigap cermat menyatakan baik.

Kemudian pada sub indikator ke dua tanggapan konsumen pada tabel pernyataan ketepatan waktu open/close pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden 30 orang menyatakan baik, 8 orang menyatakan cukup baik, dan 4 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 30 orang yang baik tentang ketepatan waktu open/close, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah sebanyak 4 orang yang menyatakan kurang baik tentang ketepatan waktu open/close. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari ketepatan waktu open/close menyatakan baik.

Selanjutnya, pada sub indikator ke tiga tanggapan konsumen pada tabel pernyataan sikap siap karyawan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 26 orang menyatakan baik, 11 orang menyatakan cukup baik, dan 5 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 26 orang yang baik tentang sikap siap karyawan, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 5 orang yang menyatakan kurang baik sikap siap karyawan. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari sikap siap karyawan menyatakan baik.

Sunyoto (2004: 16) kehandalan dari suatu individu organisasi dalam memberikan pelayanan sangat diperlukan untuk menghadapi gerak dinamika kerja yang terus bergulir menuntut kualitas layanan yang tinggi sesuai kehandalan individu pegawai. Penelitian dari indikator kehandalan ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2012) bahwa kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali, artinya dari pertama kali berkunjung hingga beberapa kali berkunjung terbukti bahwa pelayanan yang diberikan tidak berubah.

Pada sub indikator ke yang terakhir tanggapan konsumen pada tabel pernyataan produk yang ditawarkan sesuai pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 23 orang menyatakan baik, 12 orang menyatakan cukup baik, dan 7 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 23 orang yang baik, tentang produk yang ditawarkan sesuai, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 7 orang yang menyatakan kurang baik tentang produk yang ditawarkan sesuai. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari produk yang ditawarkan sesuai menyatakan baik.

Berdasarkan tanggapan responden diatas pada indikator Reliability (kehandalan), maka dapat disimpulkan bahwa Reliability (kehandalan) terhadap kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dapat dikatakan baik dengan skor 417.

“Kita dari pihak Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru mencoba mengikuti jaman dengan melakukan penjualan dan melayani konsumen melalui online juga seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, dan Shoope. Dalam hal ini masih dipegang oleh admin IT kami sendiri catalog juga kita sediakan, dan brosur

juga disediakan lalu dapat dibawa pulang. Selama ini belum ada masalah yang terlihat dari ketidak mampuan karyawan IT dalam mengoperasikan teknologi dek". (13 Agustus 2021, Dissy Ayu Putri).

Selanjutnya dalam observasi yang dilakukan oleh penulis dilapangan terhadap indikator Reliability (kehandalan) kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru terbilang baik. Karena sub indikator sub indikator yang digunakan dalam penelitian ini terpenuhi dengan baik. Sub indikator tersebut seperti kecermatan karyawan dan sikap siap karyawan dalam melayani konsumen di toko ini dimana sistem pelayanan sudah menggunakan teknologi dan melakukan pelayanan secara langsung juga sehingga siap membantu kebutuhan konsumen. Ketepatan waktu open/close (09.00wib/22.00wib) pun menurut penulis dinilai tepat dan sub indikator seperti produk yang ditawarkan sesuai dengan yang dijanjikan. Hal tersebut tak aka nada gunanya tanpa di dukung oleh sarana/prasarana yang memadai dan juga sumber daya manusia yang kompeten.

Tabel V.V Tanggapan responden mengenai Responsiveness

No	Item penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik (3)	Cukup Baik (2)	Kurang Baik (1)	
1	Rasa tanggung jawab atas informasi yang diberikan	26	10	6	42 (104)
2	Sikap cepat dan tepat karyawan	29	8	5	42 (108)
3	Memahami permasalahan konsumen	22	11	9	42 (97)
4	Respon Customer Service dan media sosial	24	10	8	42 (100)
	Total skor	409			
	Rentang skor	393-504			

	Kategori	Baik
--	----------	------

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang bertanggung jawab atas informasi yang diberikan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 26 orang menyatakan baik, 10 orang menyatakan cukup baik, dan 6 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 26 orang menyatakan baik tentang bertanggung jawab atas informasi yang diberikan, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 6 orang yang menyatakan kurang baik tentang bertanggung jawab atas informasi yang diberikan. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari bertanggung jawab atas informasi yang diberikan menyatakan baik.

Menurut Tjiptono (2012:175) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya

Kemudian pada sub indikator ke dua tanggapan konsumen pada tabel pernyataan sikap cepat dan tepat karyawan terhadap kebutuhan konsumen pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden 29 orang menyatakan baik, 8 orang menyatakan cukup baik, dan 5 orang menyatakan

kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 30 orang yang baik tentang sikap cepat dan tepat karyawan, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah sebanyak 5 orang yang menyatakan kurang baik tentang sikap cepat dan tepat karyawan. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari sikap cepat dan tepat karyawan menyatakan baik.

Selanjutnya, pada sub indikator ke tiga tanggapan konsumen pada tabel pernyataan memahami permasalahan konsumen pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 22 orang menyatakan baik, 11 orang menyatakan cukup baik, dan 9 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 22 orang yang baik tentang memahami permasalahan konsumen, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 9 orang yang menyatakan kurang baik tentang memahami permasalahan konsumen. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari memahami permasalahan konsumen menyatakan baik.

Pada sub indikator ke yang terakhir tanggapan konsumen pada tabel pernyataan respon customer service dan media sosial pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 24 orang menyatakan baik, 10 orang menyatakan cukup baik, dan 8 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 24 orang yang baik, tentang solusi permasalahan konsumen, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 8 orang yang menyatakan kurang baik tentang solusi permasalahan konsumen. Dari tanggapan

responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari solusi permasalahan konsumen menyatakan baik.

Berdasarkan tanggapan responden di atas pada indikator Responsiveness (ketanggapan), maka dapat disimpulkan bahwa Responsiveness (ketanggapan) terhadap kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dapat dikatakan baik dengan skor 409.

“Sesuai dengan indikator yang adek tanya tadi, menurut saya karyawan di seluruh bagian toko ini sudah melakukan tugasnya dengan baik terhadap konsumen yang mencari produk kesini, seperti merespon dengan baik terhadap konsumen, memahami dan memberi solusi terhadap konsumen yang mencari produk atau memiliki masalah terhadap produknya, dan seluruh karyawan ditoko ini sudah memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat terhadap keperluan dari konsumen. Cuman, ada saat saat memang tidak semua karyawan dapat melayani dengan cepat dan tepat, tergantung situasi dan kondisii pula. Semisal ada karyawan yang sedang sholat, atau sedang ada di WC, atau situasi dan kondisi yang tak bisa dielakkan dek. Kami juga selalu online untuk media sosial dan customer service disaat jam operasional toko, kami bakal melayani konsumen dalam bentuk online pula.” (13 Juni 2021, Dissy Ayu Putri).

Selanjutnya berdasarkan observasi serta analisa penulis, dalam indikator Responsiveness (ketanggapan) kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru terbilang baik. Karena sub indikator sub indikator yang digunakan dalam penelitian ini terpenuhi dengan baik. Sub indikator tersebut seperti sikap bertanggung jawab, cepat dan tepat dalam melayani setiap keluhan konsumen di toko ini dimana sistem pelayanan sudah menggunakan teknologi dan melakukan pelayanan secara langsung juga sehingga siap membantu kebutuhan konsumen. Adanya rasa memahami permasalahan konsumen dan memberikan solusi disetiap permasalahan konsumen dinilai bagus sebab dengan adanya sikap seperti itu menambah kenyamanan konsumen dalam memilih produk di

Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru. Selain itu, jawaban dari customer service melalui telepon atau media social lainnya yang jelas memberikan hal lebih pada konsumen yang ingin bertanya tentang produk atau memesan melalui sistem online.

Tabel V.VI Tanggapan responden mengenai Assurance

No	Item penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik (3)	Cukup Baik (2)	Kurang Baik (1)	
1	Menguasai produk yang ditawarkan	10	25	7	42 (87)
2	Jaminan produk	10	23	9	42 (85)
3	Sikap sopan dan ramah	12	20	10	42 (86)
4	Memiliki pengetahuan kerja yang baik dan benar	11	22	9	42 (86)
	Total skor	344			
	Rentang skor	282-392			
	Kategori	Cukup Baik			

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang menguasai produk yang ditawarkan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 10 orang menyatakan baik, 25 orang menyatakan cukup baik, dan 7 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 25 orang menyatakan cukup baik tentang menguasai produk yang ditawarkan, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 7 orang yang menyatakan kurang baik tentang menguasai produk yang ditawarkan. Dari

tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari menguasai produk yang ditawarkan menyatakan cukup baik.

Menurut Tjiptono (2012) berkenaan dengan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka dalam menumbuhkan rasa percaya (trust) dan keyakinan pelanggan (confidence). Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu pelayanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan merasa puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang dilakukan atas tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan (Parasuraman, 2001: 69).

Kemudian pada sub indikator ke dua tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang jaminan produk pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden 10 orang menyatakan baik, 23 orang menyatakan cukup baik, dan 9 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 23 orang menyatakan cukup baik tentang jaminan produk, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah sebanyak 9 orang yang menyatakan kurang baik tentang jaminan produk. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari jaminan produk menyatakan cukup baik.

Selanjutnya, pada sub indikator ke tiga tanggapan konsumen pada tabel pernyataan sikap sopan dan ramah pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 12 orang menyatakan baik, 20 orang

menyatakan cukup baik, dan 10 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 20 orang menyatakan cukup baik tentang sikap sopan dan ramah, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 10 orang yang menyatakan kurang baik tentang sikap sopan dan ramah. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari sikap sopan dan ramah menyatakan cukup baik.

Pada sub indikator ke yang terakhir tanggapan konsumen pada tabel pernyataan memiliki pengetahuan kerja yang baik dan benar pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 11 orang menyatakan baik, 22 orang menyatakan cukup baik, dan 9 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 22 orang menyatakan cukup baik, tentang memiliki pengetahuan kerja yang baik dan bnear, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 9 orang yang menyatakan kurang baik tentang memiliki pengetahuan kerja yang baik dan benar. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari memiliki pengetahuan kerja yang baik dan benar menyatakan cukup baik.

Berdasarkan tanggapan responden diatas pada indikator Assurance (jaminan), maka dapat disimpulkan bahwa Assurance (jaminan) terhadap kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dapat dikatakan cukup baik dengan skor 344.

“Kalau tentang sub indikator yang adek tanya barusan, saya rasa sudah memenuhi standar, sudah dalam tahap baik dan benar. Karyawan-karyawan menguasai produk yang ditawarkan kok meski terkadang harus melihat list dari

produk-produk yang tersedia, karyawan juga memiliki pengetahuan kerja, mereka tau seperti apa kerja yang baik dan benar. Karyawan kami juga memiliki sikap sopan dan ramah, karyawan kami bakal mendatangi konsumen yang membutuhkan bantuan lalu akan dilayani sebaik mungkin. Biar konsumen merasa nyaman akan pelayanan kami, kami buat standar akan hal ini, karena penting rasa saya untuk membuat konsumen merasa nyaman, sehingga konsumen dapat berlangganan di toko kami ini. Salah satu yang kami sediakan disini untuk membuat konsumen kami gak merasa rugi, dengan menjamin produk-produk yang kami sediakan. Kami menyediakan jaminan produk yang kami jual, kalau semisal ada produk yang kami jual rusak, atau produk kami gak sempurna pada saat pencetakan, bisa diganti tapi gabisa dicancel untuk dibeli, asal emang bukan konsumen yang ngerusak ya. Contohnya kalau ada konsumen beli alat musik seperti suling, terus pas dah dibayar, lalu balik lagi karena ada keretakan sedikit padahal belum dipergunakan, bisa diganti dengan suling lebih bagus lagi, selagi diganti dengan item yang sama ya. Jadi saya rasa, sudah baik jaminan yang telah kami berikan dek”.

Selanjutnya berdasarkan observasi serta analisa penulis, dalam indikator Assurance (jaminan) kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) terbilang cukup baik. Dengan menyediakan jaminan produk-produk yang ada ditoko, menurut saya salah satu cara untuk menarik para konsumen untuk berlangganan di toko, jadi apabila ada produk yang tidak sesuai bisa diganti dengan item yang sama, tetapi memang sesuai dengan prosedur yang dibuat oleh Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru seperti harus dengan item yang sama, tidak diperbolehkan dengan produk yang berbeda. Lalu ditambah dengan sikap sopan dan ramah dari karyawan serta para karyawan memiliki pengetahuan kerja yang baik. Baik dalam artian, para karyawan tau akan tugasnya masing-masing. Admin tau dengan tugasnya, helper tau dengan tugasnya dan lain-lain. Hanya saja, setelah saya sebagai penulis melakukan observasi dan analisa, karyawan kurang menguasai produk-produk yang ditawarkan, sehingga sering kali harus melihat list-list produk dahulu baru dapat membantu konsumen mencari produk yang dibutuhkan. Tetapi mungkin dengan produk sebanyak itu, akan susah pula untuk

menguasai seluruh produk yang ditawarkan oleh karyawan dari Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru.

Tabel V.VII Tanggapan responden mengenai Emphaty

No	Item penilaian	Kategori Penilaian			Jumlah
		Baik (3)	Cukup Baik (2)	Kurang Baik (1)	
1	Menyambut lalu membantu konsumen	10	28	4	42 (90)
2	Kesungguhan melayani keluhan konsumen	11	25	6	42 (89)
3	Tidak diskriminatif	13	26	3	42 (94)
4	Memiliki komunikasi dan Bahasa yang baik	13	24	5	42 (92)
	Total skor	365			
	Rentang skor	282-392			
	Kategori	Cukup Baik			

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang menyambut lalu membantu konsumen pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 10 orang menyatakan baik, 28 orang menyatakan cukup baik, dan 4 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 28 orang menyatakan cukup baik tentang menyambut lalu membantu konsumen, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 4 orang yang menyatakan kurang baik tentang menyambut lalu membantu konsumen. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari menyambut lalu membantu konsumen menyatakan cukup baik.

. Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setiap pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa 19 empati atau perhatian (empathy) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan (Parasuraman, 2001:40).

Kemudian pada sub indikator ke dua tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tentang kesungguhan melayani keluhan konsumen pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 11 orang menyatakan baik, 25 orang menyatakan cukup baik, dan 6 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 25 orang menyatakan cukup baik tentang kesungguhan melayani keluhan konsumen, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah sebanyak 6 orang yang menyatakan kurang baik tentang kesungguhan melayani keluhan konsumen. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari kesungguhan melayani keluhan konsumen menyatakan cukup baik.

Selanjutnya, pada sub indikator ke tiga tanggapan konsumen pada tabel pernyataan tidak diskriminatif pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 13 orang menyatakan baik, 26 orang menyatakan cukup baik, dan 3 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 26 orang menyatakan cukup baik tentang tidak diskriminatif, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 3 orang

yang menyatakan kurang baik tentang tidak diskriminatif. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai tidak diskriminatif menyatakan cukup baik.

Pada sub indikator ke yang terakhir tanggapan konsumen pada tabel pernyataan memiliki komunikasi dan bahasa yang baik pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru adalah 42 orang dijadikan responden, 13 orang menyatakan baik, 24 orang menyatakan cukup baik, dan 5 orang menyatakan kurang baik. Jawaban yang lebih dominan adalah sebanyak 24 orang menyatakan cukup baik, tentang memiliki komunikasi dan bahasa yang baik, sedangkan untuk jawaban responden yang paling sedikit adalah 5 orang yang menyatakan kurang baik tentang memiliki komunikasi dan bahasa yang baik. Dari tanggapan responden diatas, maka dapat disimpulkan bahwa interval nilai dari memiliki komunikasi dan Bahasa yang baik menyatakan cukup baik.

Berdasarkan tanggapan responden diatas pada indikator Emphaty (kepedulian), maka dapat disimpulkan bahwa Emphaty (kepedulian) terhadap kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dapat dikatakan cukup baik dengan skor 365.

“Menurut saya ya dek, semua karyawan di toko ini sudah melakukan pelayanan dengan baik dan gak memperlakukan konsumen dengan secara diskriminatif atau membeda-bedakan, karena hal itu bertentangan dengan etika dan norma yang ada. Mau kenal atau tidak dengan konsumen, mau beda agama dan ras serta berbeda suku, gak ada karyawan yang memberikan pelayanan dengan cara dibeda-bedakan. Karyawan kami juga membantu konsumen dengan sungguh-sungguh loh, tanpa membeda-bedakan pula. Kalau soal menyambut konsumen, ya menyambut cuman tidak seperti di indomaret ataupun alfamart, paling kami nanya langsung ke konsumen mau nyari apa, atau butuhnya apa, gitu. Tapi dengan

komunikasi dan Bahasa yang baik yaa, dengan sopan pula, biar konsumen kami bisa merasa nyaman saat berada di toko kami”.

Selanjutnya berdasarkan observasi serta analisa penulis, dalam indikator Emphaty (kepedulian) kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru terbilang baik. Sikap karyawan yang tidak diskriminatif atau membeda-bedakan dalam melayani konsumen berarti karyawan sudah melakukan pelayanan dengan professional dan sudah sesuai dengan standar pelayanan serta telah sesuai dengan etika dan norma yang ada. Pada pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru. Menurut saya juga sebagai peneliti, para karyawan memiliki tutur bahasa dan komunikasi yang baik, dapat dilihat pada saat konsumen yang datang ke Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru untuk mencari produk yang dibutuhkan sedang berkomunikasi dengan beberapa karyawan yang berada ditoko, komunikasi dan bahasa yang digunakan karyawan dapat dicerna baik oleh telinga dan didasari oleh sikap yang sopan santun serta juga terdapat kesungguhan dari karyawan dalam melayani keluhan dari konsumen yang datang ke toko. Sesuai sub-indikator pertama pada indikator Emphaty (kepedulian), memang para karyawan tidak ada sambutan seperti halnya supermarket-supermarket sekarang ini (Alfamart dan Indomaret), tetapi dengan ditanya langsung oleh karyawan disaat konsumen masuk ke toko dan konsumeng langsung berjalan kearah kasir, ataupun disaat karyawan melihat konsumen yang sedang kebingungan mencari produk yang dibutuhkan, menurut saya sudah cukup.

Tabel V.VIII Tabel Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Seluruh Indikator pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa di Kota Pekanbaru

No.	Indikator	Item Pernyataan	Kategori			Jumlah	Skor	Total Skor	Kategori
			Baik	Cukup Baik	Kurang Baik				
1.	Tangibles	1	10	24	8	42	86	346	Cukup Baik
		2	12	23	7	42	89		
		3	14	16	12	42	86		
		4	10	23	9	42	85		
2.	Reliability	1	25	10	7	42	102	417	Baik
		2	30	8	4	42	110		
		3	26	11	5	42	105		
		4	23	12	7	42	100		
3.	Responsiveness	1	26	10	6	42	104	409	Baik
		2	29	8	5	42	108		
		3	22	11	9	42	97		
		4	24	10	8	42	100		
4.	Assurance	1	10	25	7	42	87	344	Cukup Baik
		2	10	23	9	42	85		
		3	12	20	10	42	86		
		4	11	22	9	42	86		
5.	Emphaty	1	10	28	4	42	90	365	Cukup Baik
		2	11	25	6	42	89		
		3	13	26	3	42	94		
		4	13	24	5	42	92		
Total Skor								1.881	
Kategori								Cukup Baik	

Sumber: data olahan penulis 2020

Berdasarkan tanggapan responden tabel V.8 dapat diketahui laporan kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru adalah indikator Tangibles terkategori Cukup Baik dengan total skor 346 dari 42

orang responden. Kemudian pada indikator Reliability terkategori Baik dengan total skor 417 dari 42 orang responden. Selanjutnya pada indikator Responsiveness terkategori Baik dengan skor 409 dari 42 responden. Lalu pada indikator Assurance terkategori Cukup Baik dengan total skor 344 dari 42 orang responden. Dan pada indikator yang terakhir yaitu Emphaty terkategori Cukup Baik dengan total skor 365 dari 42 responden.

Berdasarkan tabel rekapitulasi kualitas pelayanan yang terjadi pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru dalam kategori Cukup Baik dengan total skor 1.881 dari 42 orang responden. Karena masih banyaknya konsumen yang menilai kualitas dari pelayanan yang di lakukan oleh Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru masih belum maksimal.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis di lapangan, untuk meningkatkan kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru sudah cukup baik. Penerbit dan Toko Buu Zanafa Meropolitan City (MTC) Pekanbaru telah melakukan pelayanan sesuai dengan indikator kualitas pelayanan, hanya saja Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru belum maksimal dalam melakukan pelayanan terhadap konsumen dan perlu ditingkat sehingga kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru lebih sempurna lagi dan dapat dikatakan baik dan maksimal.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat disimpulkan bahwa dari ke 42 responden dengan tingkat pendidikan dan jenis kelamin yang berbeda, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru tergolong cukup baik. Hal ini dilihat dari hasil penilaian responden terhadap 5 indikator variabel kualitas pelayanan yang sudah ditentukan. Dimana terdapat 3 indikator yang tergolong dalam kategori cukup baik, yaitu Tangibles, Assurance, dan Emphaty. Kemudian 2 indikator lainnya yaitu Reliability dan Responsiveness tergolong dalam kategori baik. Dinilai cukup baik mengartikan bahwa berarti masih ada beberapa aspek yang kurang maksimal dari pelayanan yang diberikan oleh pihak Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) Pekanbaru terhadap konsumen, sehingga responden masih merasa kurang puas terhadap pelayanan yang disuguhkan dan memberi penilaian dengan rata-rata cukup baik.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas, penulis coba memberikan saran atau masukan yang mungkin dapat digunakan sebagai sumbangan pemikiran untuk Penerbit dan Toko Buku Zanafa Metropolitan City (MTC) di masa mendatang.

1. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru dapat lebih memperhatikan dan mengembangkan kualitas pelayanan toko lebih maksimal lagi, baik dengan melengkapi fasilitas toko begitupun dengan pelatihan terhadap kinerja karyawan agar mampu memberi kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan, serta memiliki rasa memperhatikan dan memelihara bagi pelanggan.
2. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru menambah tenaga kerja karyawan khusus untuk mengatur dan merapikan tata letak buku serta mendampingi konsumen dalam mencari buku. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru juga dapat membuat scan barcode pada produk yang dipasarkan, agar konsumen dapat mengetahui produk tersebut dengan jelas dan mampu menemukannya dengan lebih mudah.
3. Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru lebih aktif dalam melakukan cek kelengkapan buku dan survey kebutuhan konsumen agar ketersediaan buku selalu lengkap dan terbaru. Sehingga pembeli menjadikan Penerbit dan Toko Buku Zanafa Pekanbaru sebagai solusi dalam kebutuhan buku.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdi & Usman Rianse, 2006, *Metodologi Penelitian sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*, Bandung: Alfabeta
- Agustino, Leo, 2006. *Dasar-dasar Kebijakan Publik*, Bandung: Alfabeta
- Hasibuan. Melayu. S.P. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta, Bumi Aksara
- Hasibuan. 2009. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Hadari, Nawawi. 2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Gajah Mada Press
- Handayani, Drs. Soewarno. 1996. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi dan Manajemen*. Jakarta : PT. Toko Gunung Agung
- Kartono, Kartini. 1992. *Patologi Sosial*. Bandung: CV Rajawali.
- Kusdi, 2009, *Teori Organisasi dan Administrasi*. Jakarta, Salemba Empat
- Marnis. 2011. *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru: Arjuna Riau Grafindo
- Manullang, M. 2001. *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru : Arjuna Riau Grafindo
- Nugroho, Riant. 2009. *Public Policy*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Pasolong, Harbani. 2014. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta
- Robbins, Stephen P. 1994. *Teori Organisasi: Struktur, Desain, & Aplikasi*. Jakarta: Arcan
- Siagian, P. Sondang, 2003. *Filsafat Administrasi*, Jakarta: Bumi Aksara
- Siswanto, 2005. *Pengantar Manajemen*. Bandung: Bumi Aksara
- Syafri, Wirman. 2012. *Studi Tentang Administrasi Publik*. Jakarta : Erlangga
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tachjan, 2006. *Implementasi Kebijakan Publik*. Bandung: Alfi Bandung

- Terry, R George, 2000. *Prinsip-prinsip Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Winarno, Budi, 2016. *Kebijakan Publik Era Globalisasi*. Yogyakarta: Caps Publishing
- Zulkifli, 2005. *Pengantar Studi Ilmu Administrasi & Manajemen*. Pekanbaru: UIR Press
- Zulkifli, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. Pekanbaru: UIR
- Zulkifli & Nurmasari, 2015. *Pengantar Manajemen*. Pekanbaru: Marpoyan Tujuh Publishing
- Zulkifli & Moris A. Yogia, 2009. *Fungsi-Fungsi Manajemen*. Pekanbaru: Marpoyan Tujuh Publishing
- Zulkifli. Awang. Azam. dkk. 2013. *Buku Pedoman Penulisan Usulan Penelitian, Skripsi dan Kertas Kerja Mahasiswa*. Pekanbaru: Fisipol UIR

