

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN
CATERING SIMPLE AQIQAH PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan kepada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam (FAI)
Universitas Islam Riau (UIR) untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)*



Oleh :

RATNA DEWI PUSPITA

NPM: 152310056

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2020



UNIVERSITAS ISLAM RIAU

FAKULTAS AGAMA ISLAM

الجامعة الإسلامية الريفية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax: +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

BERITA ACARA UJIAN MEJA HIJAU / SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru tanggal 24 Maret Nomor : 26/Kpts/Dekan/FAI/2020, maka pada hari ini Kamis Tanggal 26 Maret 2020 telah dilaksanakan Ujian Meja Hijau/Skripsi Program Studi Pendidikan Ekonomi Syariah Agama Islam Universitas Islam Riau :

1. Nama : Ratna Dewi Puspita
2. NPM : 152310056
3. Program Studi : Ekonomi Syariah (S.1)
4. Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru
5. Waktu Ujian : 09.00 – 10.00 WIB
6. Lulus Yudicium / Nilai : 77,33 (B+)
7. Keterangan lain : Ujian berjalan dengan lancar dan aman

PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy

Dosen Penguji :

1. Dr. Zulkifli, MM, ME, Sy : Ketua
2. Boy. S. Bakhri, SE, M.Sc, Ak : Anggota
3. Muhammad Arif, SE, MM : Anggota



Dekan,
Fakultas Agama Islam UIR,
Dr. Zulkifli, M.M., M.E. Sy
NIDN. 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الریویة

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28264
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini dimunaqasahkan dalam sidang ujian sarjana (S1) Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau:

Nama : Ratna Dewi Puspita
NPM : 152310056
Hari/Tanggal : Kamis, 26 Maret 2020
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru.

Skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana (S1).

PANITIA UJIAN SKRIPSI
TIM PENGUJI

KETUA

Dr. Zulkifli, MM. ME.Sy
NIDN: 1025066901

PENGUJI I

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1025066901

PENGUJI II

Muhammad Arif, SE, NIM
NIDN: 1028048801

Diketahui Oleh
Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Islam Riau



Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الزيتونية

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Ratna Dewi Puspita
NPM : 152310056
Pembimbing : Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
Judul Skripsi : Analisis Keppuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan
Catering Simple Aqiqah Pekanbaru

Disetujui
Pembimbing

Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901

Turut Menyetujui

Ketua Prodi
Ekonomi Syariah

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak
NIDN: 1012097002

Dekan
Fakultas Agama Islam



Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
الجامعة الإسلامية الرiau

Alamat: Jalan Kaharuddin Nasution No. 113, Marpoyan, Pekanbaru, Riau, Indonesia - 28284
Telp. +62 761 674674 Fax. +62761 674834 Email: fai@uir.ac.id Website: www.uir.ac.id

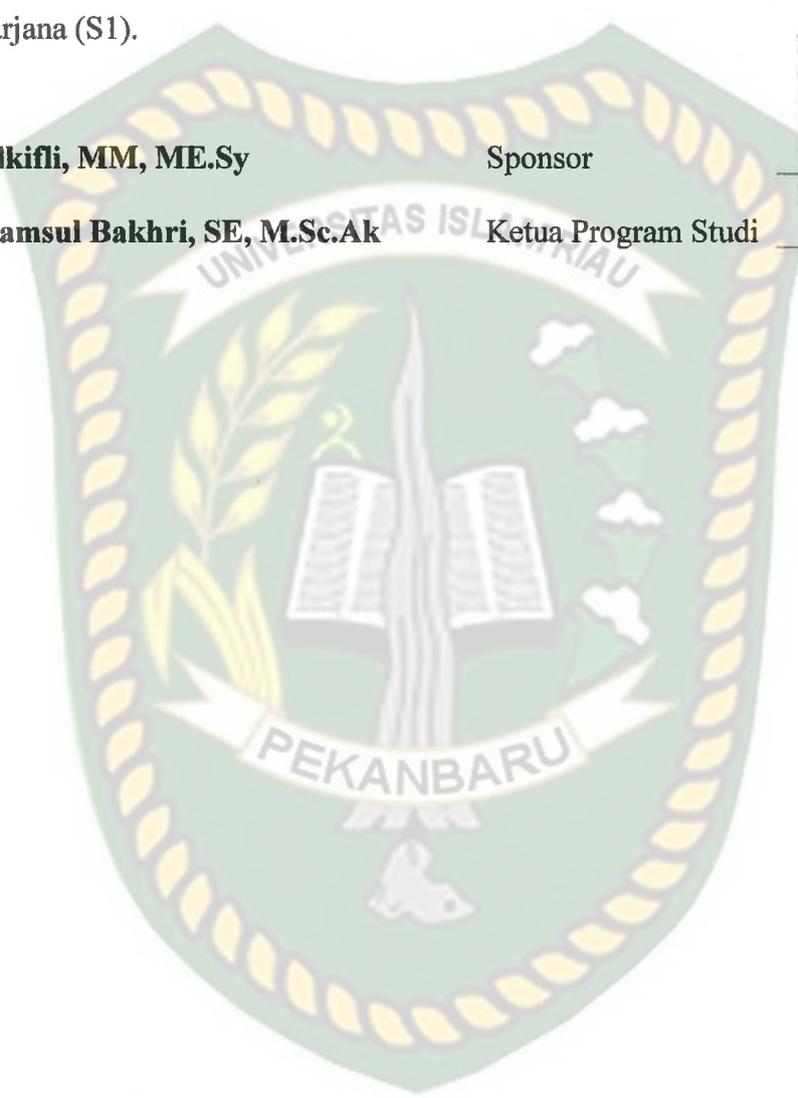
Skripsi ini diterima dan disetujui untuk dimunaqasahkan oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau, sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1).

Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy

Sponsor

Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc.Ak

Ketua Program Studi



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Telah dilaksanakan bimbingan skripsi terhadap :

Nama : Ratna Dewi Puspita

NPM : 152310056

Pembimbing : Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan
Catering Simple Aqiqah Pekanbaru

Dengan rincian sebagai berikut :

| No | Tanggal | Pembimbing | BeritaBimbingan | Paraf |
|----|--------------|-------------------------|--------------------------|-------|
| 1 | 18 Okt 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan BAB I | |
| 2 | 21 Okt 20219 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan BAB II | |
| 3 | 23 Okt 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan BAB III | |
| 4 | 25 Okt 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan Abstrak | |
| 5 | 29 Okt 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan Daftar Pustaka | |
| 6 | 3 Des 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan IV | |
| 7 | 4 Des 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Perbaikan BAB V | |
| 8 | 6 Des 2019 | Dr.Zulkifli, MM, ME. Sy | Persetujuan (ACC) | |

Pekanbaru, 11 Mei 2020

Diketahui oleh:

Dean Fakultas Agama Islam

Dr. Zulkifli, MM, ME.Sy
NIDN: 1025066901



SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang datanya di bawah ini :

Nama : Ratna Dewi Puspita

NPM : 152310056

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Catering
Simple Aqiqah Pekanbaru

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya, dan dapat dipertanggung jawabkan bila kemudian hari ternyata skripsi yang saya buat adalah **Plagiat** dari orang, dan saya bersedia ijazah saya dicabut oleh Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau (UIR).

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekanbaru 3 Maret 2020

Yang membuat pernyataan


003ADF64542829


Ratna Dewi Puspita
NPM. 152310056



UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Perhentian Marpoyan 28284; Pekanbaru, Riau, Indonesia

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT
No. 51/A-EKIS/FAI-UIR/III/2020

Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

| | |
|---------------|--------------------|
| Nama | Ratna Dewi Puspita |
| NPM | 152310056 |
| Program Studi | Ekonomi Syariah |

Judul Skripsi: **ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN CATERING SIMPLE AQIQAH PEKANBARU**

Dinyatakan sudah memenuhi syarat batas maksimal plagiasi kurang dari 30% pada setiap sub bab naskah skripsi yang disusun. Surat keterangan ini digunakan sebagai prasyarat untuk pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 4 Maret 2020
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,

Boy Syamsul Bakhri, S.E., M.Sc., Ak
NIDN. 1012097002

ABSTRAK

ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN DI CATERING SIMPLE AQIQAH PEKANBARU

RATNA DEWI PUSPITA
NPM : 152310056

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah kualitas layanan dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan berikanlah yang berkualitas kepada orang lain. Selain itu, kita juga harus berlaku lemah lembut kepada orang lain. Jenis penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Sedangkan subjek dalam penelitian ini yaitu konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru yang berjumlah 93 orang. Sementara itu objek dalam penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan proportionate stratified random sampling yaitu mengambil sampel dari anggota populasi dan berstrata secara professional sebanyak 93 orang. Sedangkan teknik pengumpulan datanya yaitu kuantitatif yang menggunakan SPSS for Windows 22.0 hasil penelitian ini diketahui dari hasil uji parsial terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Ini diketahui dari tingginya tingkat signifikan sebesar 11,875 dan diketahui bahwa tingkat kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang kuat, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.780 atau sebesar 78,0%. Kemudian terdapat kontribusi yang cukup besar antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, ini diketahui dari besaran nilai koefisien determinasi sebesar 0,603 atau sebesar 60,3% ini berarti secara umum dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di catering simple aqiqah Pekanbaru.

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, Kualitas Layanan, Catering*

الخلاصة

تحليل رضا المستهلكين عن جودة الخدمة في تموين سيمبل عقيقة بيكانبارو

راتنا ديوي بوسيتا

152310056

الغرض من هذه الدراسة هو تحديد ما إذا كانت جودة الخدمة يمكن أن تؤثر على رضا المستهلكين. يعلم الإسلام أنه عند تقديم الخدمات من الشركات التي يتم إدارتها إما على شكل سلع أو خدمات لا تعطي شيئاً سيئاً، ولكن تعطي شيئاً جيداً للآخرين. بالإضافة إلى ذلك ، يجب أن نكون لطيفين مع الآخرين. هذا النوع من البحث هو بحث السببية. بينما كان سكان البحث مستهلكي التموين سيمبل عقيقة بيكانبارو يبلغ عددهم 93 شخصاً. وفي الوقت نفسه ، فإن موضوع من هذه الدراسة هو جودة الخدمة لرضا المستهلكين. تتمثل طريقة أخذ العينات في هذه الدراسة في استخدام أخذ العينات العشوائية الطبقية المناسبة التي تأخذ عينات من أفراد السكان وطبقية بشكل احترافي يصل إلى 93 شخصاً. في حين أن تقنية جمع البيانات الكمية باستخدام SPSS لنظام التشغيل Windows 22 ، فإن نتائج هذه الدراسة تعرف من نتائج الاختبار الجزئي ، هناك تأثير كبير بين جودة الخدمة على رضا المستهلكين. وهذا يعرف من المستوى المرتفع البالغ 875،11 ومن المعروف أن مستوى جودة الخدمة على رضا المستهلكين له علاقة قوية مع معامل ارتباط قدره 0.780 أو 78.0%. ثم هناك مساهمة كبيرة بين جودة الخدمة في إرضاء العملاء ، وهذا يعرف من حجم قيمة معامل التحديد 0.603 أو 60.3% وهذا يعني بشكل عام أنه يمكن الاستنتاج أن هناك تأثير لجودة الخدمة على رضا المستهلكين في التموين سيمبل عقيقة بيكانبارو.

الكلمات المفتاحية: رضا المستهلك ، جودة الخدمة ، التموين

ABSTRACT

AN ANALYSIS OF COSTUMER SATISFACTION ON SERVICE QUALITY OF SIMPLE AQIQAH CATERING OF PEKANBARU CITY

RATNA DEWI PUSPITA

NPM: 152310056

The aim of this study is to investigate whether the service quality can influence customer satisfaction. In islamic teachings, the businessmen are prohibited to provide bad services or bad product quality in running their bussiness, but only give the good quality instead. In addition, the businessmen must also be gentle to the costumers. The type of this study is causal research. The subject of this study is costumers of 'Simple Aqiqah' catering of Pekanbaru city, amounting to 93 people. Meanwhile the object of this study is the service quality on customer satisfaction. The sampling technique in this study is proportionate stratified random sampling, that is taking samples from members of the population and stratified professionally as many as 93 people. The data analysis technique is quantitative by using SPSS for Windows 22.0. The results of this study show that based on the partial test, there is a significant influence of service quality on customer satisfaction. It is recognized from the high significant level of 11,875 and found that the level of service quality on customer satisfaction has a strong relationship, with a correlation coefficient of 0.780 or 78.0%. Then, there is a significant contribution of service quality to customer satisfaction, this is recognized from the magnitude of a coefficient of determination of 0.603 or 60.3%. In general, it can be concluded that there is an influence of service quality on costumers satisfaction in 'Simple Aqiqah' catering of Pekanbaru city.

Keywords: Costumer Satisfaction, Service Quality, Catering

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur atas kehadiran rahmat dan karunia Allah Swt yang telah diberikan kepada penulis sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa salam senantiasa penulis haturkan kepada Rasulullah Saw beserta para sahabat. Akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Islam Riau.

Kepuasan konsumen diantaranya dipengaruhi oleh tingkat kualitas layanan, apabila konsumen tidak puas atas kualitas layanan yang diberikan perusahaan maka konsumen akan berpindah keperusahaan lain, dan itu dapat menyebabkan penurunan pendapatan. Oleh sebab itu perusahaan harus memberikan layanan yang berkualitas agar konsumen puas. Karena itu penulis ingin meneliti tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan catering Simple Aqiqah.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari tentu masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dengan keterbatasan kemampuan, waktu dan kesempatan. Halangan, rintangan dan doa serta berbagai usaha maksimal telah dilakukan peneliti untuk menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini memerlukan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Islam Riau, Bapak Prof. Dr . H. Syafrinaldi SH, MCL
2. Bapak Dr. Zulkifli, MM, M.E.Sy, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Zulkifli, MM, M.E.Sy, selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau dan dosen pembimbing, yang telah mencurahkan waktu serta ilmunya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Boy Syamsul Bakhri, SE, M.Sc, Ak selaku ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
5. Seluruh dosen dan staf tata usaha serta karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.

Sesungguhnya penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritikan dari berbagai pihak yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga kelak skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca serta dapat menjadi referensi untuk peneliti berikutnya.

Pekanbaru, 21 Februari 2020

Penulis

Ratna Dewi Puspita

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|----------------|
| KATA PENGANTAR | i |
| DAFTAR ISI | iii |
| DAFTAR TABEL | vi |
| DAFTAR GAMBAR | viii |
| DAFTAR LAMPIRAN | ix |
| ABSTRAK | x |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| A. Latar Belakang Masalah | 1 |
| B. Perumusan Masalah | 8 |
| C. Tujuan Penelitian | 8 |
| D. Kegunaan Penelitian | 9 |
| E. Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | |
| A. Kepuasan Konsumen | |
| 1. Kepuasan Konsumen | 11 |
| 2. Kepuasan Konsumen Menurut Islam | 12 |
| 3. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan | 13 |
| 4. Sebab-Sebab Timbulnya Ketidakpuasan | 15 |
| 5. Faktor-Faktor Pendorong Kepuasan Pelanggan | 15 |
| B. Kualitas Layanan | |
| 1. Pengertian Kualitas | 19 |
| 2. Pengertian Layanan | 19 |
| 3. Kualitas Layanan | 20 |
| 4. Dimensi Kualitas Layanan | 21 |

| | |
|--|----|
| 5. Kualitas Layanan Dalam Perspektif Islam | 22 |
| C. Catering | |
| 1. Pengertian Catering | 27 |
| 2. Ruang Lingkup Industry | 27 |
| 3. Jenis-Jenis Industri Jasa Boga | 28 |
| D. Penelitian Relevan | 29 |
| E. Variabel Penelitian | 31 |
| F. Variabel Operasional | 31 |
| G. Kerangka Konseptual | 34 |
| H. Hipotesis | 35 |

BAB III METODE PENELITIAN

| | |
|---|----|
| A. Jenis Penelitian | 36 |
| B. Tempat Dan Waktu Penelitian | 36 |
| C. Subjek Dan Objek Penelitian | 37 |
| D. Populasi Dan Sampel | 37 |
| E. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| F. Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data | 40 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|---|----|
| A. Gambaran Umum Perusahaan | |
| 1. Sejarah Berdirinya Perusahaan | 47 |
| 2. Struktur Organisasi Perusahaan | 48 |
| 3. Sistem Pemesanan | 51 |
| 4. Prosedur Pemesanan | 51 |
| B. Deskripsi Data Responden | 53 |
| C. Analisis Data | 57 |
| D. Pembahasan | 65 |

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 68

B. Saran 68

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

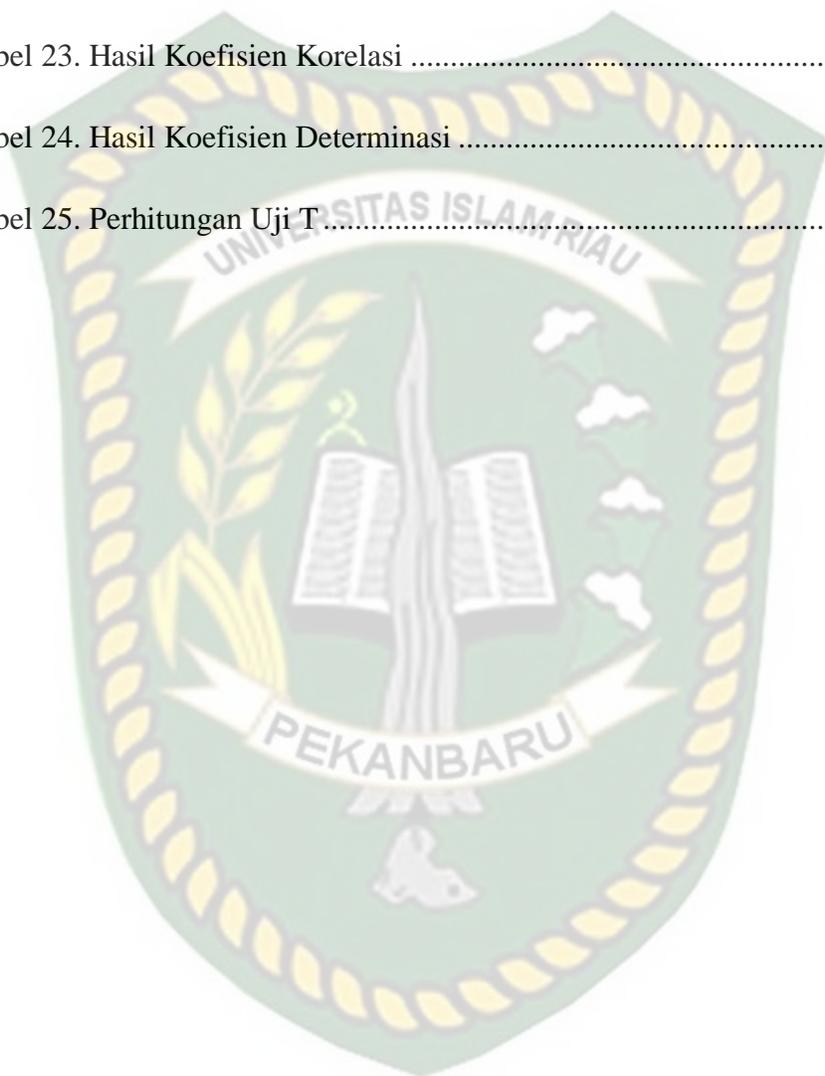


Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|---|----------------|
| Tabel 1. Data Pendapatan Perbulan Pada Tahun 2016 | 4 |
| Tabel 2. Data Pendapatan Perbulan Pada Tahun 2017..... | 5 |
| Tabel 3. Data Pendapatan Perbulan Pada Tahun 2018..... | 5 |
| Tabel 4. Jumlah Konsumen Simple Aqiqah Dalam 3 Tahun Terakhir | 6 |
| Tabel 5 Jumlah Konsumen yang melakukan repeat order..... | 7 |
| Tabel 6. Variabel Operasional | 31 |
| Tabel 7. Jadwal Kegiatan Penulisan..... | 36 |
| Table 8. Alternatif Pilihan Jawaban | 42 |
| Table 9. Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 45 |
| Tabel 10. Jenis Kelamin Konsumen Simple Aqiqah..... | 53 |
| Tabel 11. Umur Konsumen Simple Aqiqah | 53 |
| Tabel 12. Tingkat Pendidikan Terakhir Konsumen Simple Aqiqah | 54 |
| Tabel 13. Jenis Pekerjaan Konsumen Simple Aqiqah..... | 54 |
| Tabel 14. Tingkat Penghasilan Konsumen Simple Aqiqah..... | 55 |
| Tabel 15 Hasil Rekapitulasi Perhitungan Data Angket Dimensi Kualitas Layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru..... | 55 |
| Tabel 16. Hasil Rekapitulasi Perhitungan Data Angket Dimensi Kepuasan Konsumen Catering Simple Aqiqah Pekanbaru..... | 56 |
| Tabel 17. Hasil Uji Validitas | 58 |
| Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas | 59 |

| | |
|--|----|
| Tabel 19. Hasil Uji Normalitas..... | 60 |
| Tabel 20. Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 61 |
| Table 21. Hasil Uji Multikolinearitas..... | 62 |
| Tabel 22. Hasil Uji Regresi Sederhana..... | 62 |
| Tabel 23. Hasil Koefisien Korelasi | 63 |
| Tabel 24. Hasil Koefisien Determinasi | 64 |
| Tabel 25. Perhitungan Uji T..... | 65 |



DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|--|----------------|
| Gambar 1 : Kerangka Konseptual | 34 |
| Gambar 2 : Struktur Organisasi Catering Simple Aqiqah..... | 48 |



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuisisioner/Angket Responden

Lampiran 2: Tabulasi Responden

Lampiran 3: Hasil Output SPSS Versi 22.0 dari Pengujian Validitas

Lampiran 4: Hasil Output SPSS Versi 22.0 dari Pengujian Reliabilitas

Lampiran 5: Hasil Output SPSS Versi 22.0 dari Analisis Regresi Linier Sederhana

Lampiran 6: Surat Pra Riset

Lampiran 7: Surat Permohonan Riset/Penelitian

Lampiran 8: Surat Balasan Penelitian dari Catering Simple Aqiqah Pekanbaru

Lampiran 9: Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan masyarakat yang semakin hari semakin sibuk dengan kegiatannya masing-masing menuntut pada kehidupan yang serba instan dan modern, dimulai dari bagaimana cara bertahan hidup, fashion, hingga tidak terkecuali dalam beribadah, salah satu cara bertahan hidup yang banyak dilakukan saat ini yaitu berbisnis dengan menerapkan aturan agama.

Agama merujuk kepada amalan yang merangkum cara hidup, setiap amalan akan dianggap sebagai amalan agama dan mempunyai nilai agama atau dianggap sebagai tanggung jawab agama dan tanggung jawab kepada tuhan (Bakhri, Vol.1:2011). Al-quran dan sunnah nabi dapat dijadikan sebagai acuan untuk mengarahkan umatnya dalam melakukan kegiatan bisnis. Adapun prinsip-prinsip dalam penerapan bisnis yang sesuai dengan ajaran Islam yaitu terdapat dalam Q.S Al-Jumu'ah:10 :

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat maka bertebaranlah kamu di muka bumi dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung” (Departemen Agama RI, 2012).

Ayat diatas menerangkan, jika seseorang dianjurkan untuk melaksanakan bisnis untuk mencapai tujuan kehidupannya. Menurut

seorang ulama yaitu Imam Al-Ghazali bahwa kegiatan bisnis/ekonomi sudah ada sejak dahulu yang mana sudah ditetapkan oleh sang pencipta Allah SWT, kehidupan di dunia akan rusak dan binasa apabila kegiatan ekonomi tidak dijalankan dengan sebaik-baiknya.

Selain itu Al-Gazali juga merumuskan tiga alasan mengapa seseorang harus melakukan aktivitas ekonomi yaitu: pertama, untuk memenuhi kebutuhan hidup masing-masing kedua, untuk menciptakan kesejahteraan bagi dirinya dan keluarganya dan ketiga untuk membantu orang lain yang sedang membutuhkan.

Dengan pesatnya perkembangan zaman sekarang maka tata cara kehidupan manusia pun ikut mengalami perubahan salah satunya pada kehidupan primer yaitu seperti makanan dan minuman. Usaha makanan dan minuman dikatakan mengalami peningkatan yang pesat apabila banyaknya pemanfaatan usaha dalam penyediaan makanan dan minuman salah satunya pada usaha catering. Catering merupakan bisnis yang melayani atau menyediakan jasa makanan.

Dalam industri jasa, memberikan kepuasan kepada konsumen merupakan salah satu kunci utama dalam proses perkembangan suatu usaha tersebut. Apabila pelanggan tidak merasa puas mereka akan menjadi pelanggan pesaing serta bisa menyebabkan menurunnya laba (Supranto, 1997).

Selain itu, apabila peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pembeli baik maka pembeli akan tertarik dan laba pun semakin meningkat.

Namun pihak yang melakukan kegiatan usaha tersebut harus memiliki cara untuk memuaskan konsumen, supaya tidak menyebabkan penurunan penjualan.

Konsumen tentu mempunyai banyak persepsi tentang kualitas, karena konsumen punya standar kualitas sendiri tentang suatu layanan. Kualitas layanan adalah salah satu faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian pada sebuah usaha. Dengan kualitas layanan yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu layanan akan terpenuhi.

Pelanggan (*customer*) akan merasa dihargai dan dihormati bila pelayanan yang diterima sangat baik dan memuaskan. Pembeli akan memutuskan melakukan pembelian apabila kebutuhannya terpuaskan dan terpenuhi, mulai dari produk yang beraneka ragam, penyusunannya yang menarik hingga mudahnya melakukan pemesanan serta pelayanan yang berkualitas dan memadai. Dengan adanya pemesanan yang sesuai dengan harapan pembeli maka akan membuatnya puas dan ia akan melakukan pembelian secara berulang-ulang.

Salah satu penyedia jasa makanan adalah catering Simple Aqiqah, yang sudah berdiri sejak tahun 2012 dan catering Simple Aqiqah ini merupakan unit usaha yang bekerja sama dengan PT.Simple Niaga

Perkasa. Kantor catering Simple Aqiqah berada di Jl. Paus No.47, Kec. Marpoyan Damai, Kota Pekanbaru.

Selain catering simple aqiqah tersebut banyak pula perusahaan sejenisnya di Pekanbaru, persaingan antara perusahaan-perusahaan untuk menciptakan produk dan layanan yang terbaik harus memiliki strategi agar perusahaan tetap bertahan dan perusahaan yang ingin berkembang harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan memahami harga yang diinginkan konsumen merupakan salah satu strategi agar konsumen memakai jasa yang perusahaan berikan. Berikut data pendapatan catering simple Aqiqah Pekanbaru pada tahun 2016:

Tabel 1 : Data Pendapatan catering Simple Aqiqah Tahun 2016

| No. | Bulan | Total |
|-----|-----------|-----------------|
| 1 | Januari | Rp. 65,650,000 |
| 2 | Februari | Rp. 58,200,000 |
| 3 | Maret | Rp. 72,930,000 |
| 4 | April | Rp. 57,160,000 |
| 5 | Mei | Rp. 104,820,000 |
| 6 | Juni | Rp. 81,580,000 |
| 7 | Juli | Rp. 100,620,000 |
| 8 | Agustus | Rp. 101,260,000 |
| 9 | September | Rp. 108,350,000 |
| 10 | Oktober | Rp. 90,860,000 |
| 11 | November | Rp. 95,960,000 |
| 12 | Desember | Rp. 114,350,000 |

Sumber Data: Simple Aqiqah, 2019

Berdasarkan tabel 1 di atas terlihat pendapatan setiap bulan catering simple aqiqah pada tahun 2016, pendapatan paling kecil terdapat pada bulan April yaitu sebesar Rp.57.160.000 dan pendapatan terbesar terdapat di akhir tahun yaitu bulan Desember sebesar Rp.114.350.000.

Pada tahun 2017 catering simple aqiqah juga memiliki data pendapatan konsumen yang berbeda-beda disetiap bulannya, berikut data pendapatan simple aqiqah Pekanbaru:

Tabel 2. Data Pendapatan Sempel Aqiqah Tahun 2017

| No. | Bulan | Total |
|-----|-----------|-----------------|
| 1 | Januari | Rp. 84,700,000 |
| 2 | Februari | Rp. 81,600,000 |
| 3 | Maret | Rp. 124,000,000 |
| 4 | April | Rp. 73,700,000 |
| 5 | Mei | Rp. 112,200,000 |
| 6 | Juni | Rp. 43,400,000 |
| 7 | Juli | Rp. 152,550,000 |
| 8 | Agustus | Rp. 100,950,000 |
| 9 | September | Rp. 83,550,000 |
| 10 | Oktober | Rp. 121,310,000 |
| 11 | November | Rp. 108,650,000 |
| 12 | Desember | Rp. 150,000,000 |

Sumber Data: *Simple Aqiqah, 2019*

Pada tabel 2 terdapat pendapatan dalam tahun 2017 pendapatan terbesar ada di bulan Juli sebesar Rp.152.550.000, pendapatan terkecil di bulan Juni sebesar Rp.43.400.000.

Pada tahun 2018 catering simple aqiqah juga mendapatkan pendapatan yang berbeda disetiap bulannya, namun pada tahun ini bisa dilihat bahwa pendapatan setiap bulannya lebih banyak dari pada dua tahun belakangan, berikut data pendapatan catering simple aqiqah Pekanbaru:

Tabel 3. Data Pendapatan Simple Aqiqah Tahun 2018

| No | Bulan | Total |
|----|----------|-----------------|
| 1 | Januari | Rp. 113,450,000 |
| 2 | Februari | Rp. 138,225,000 |
| 3 | Maret | Rp. 112,900,000 |
| 4 | April | Rp. 138,520,000 |
| 5 | Mei | Rp. 182,360,000 |

| | | |
|----|-----------|-----------------|
| 6 | Juni | Rp. 99,100,000 |
| 7 | Juli | Rp. 125,920,000 |
| 8 | Agustus | Rp. 127,350,000 |
| 9 | September | Rp. 174,000,000 |
| 10 | Oktober | Rp. 130,850,000 |
| 11 | November | Rp. 115,440,000 |
| 12 | Desember | Rp. 398,000,000 |

Sumber Data : Simple Aqiqah 2019

Pada tabel 3 pendapatan Catering simple aqiqah Pekanbaru tahun 2018 yang paling besar dalam tiga tahun terakhir ada di bulan Desember sebesar Rp.398.000.000 dan pendapatan terkecil ada di bulan Juni sebesar Rp.99.100.000.

Bukan hanya pendapatan catering saja sebagai data penunjang dalam penelitian ini namun data konsumen pertahun juga diperlukan. Masyarakat saat ini cenderung menggunakan jasa dari pihak lain untuk memenuhi kebutuhan makanan dan minuman dalam mengadakan sebuah acara, seperti jasa restoran, warung makan dan catering. Berikut jumlah konsumen catering simple pada tiga tahun terakhir.

Tabel 4: Jumlah Konsumen Simple Aqiqah dalam Tiga Tahun Terakhir

| No. | Tahun | Jumlah Konsumen |
|-----|-------|-----------------|
| 1 | 2016 | 340 Orang |
| 2 | 2017 | 446 Orang |
| 3 | 2018 | 457 Orang |

Sumber Data : Simple Aqiqah 2019

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat jumlah konsumen setiap tahunnya mengalami peningkatan pada tahun 2017 jumlah konsumen meningkat

dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 106 orang sedangkan pada tahun 2018 jumlah konsumen hanya mengalami kenaikan 11 orang.

Selain itu ada juga beberapa konsumen yang sudah pernah menggunakan jasa catering ini sebelumnya dan melakukan pembelian ulang/*repeat order*, berikut jumlah konsumen yang melakukan *repeat order*:

Tabel 5: Jumlah Konsumen yang Melakukan *Repeat Order* (pembelian ulang)

| No. | Tahun | Jumlah konsumen yang melakukan <i>repeat order</i> (RO) |
|-----|-------|---|
| 1 | 2016 | 80 Orang |
| 2 | 2017 | 97 orang |
| 3 | 2018 | 110 orang |

Sumber Data: *Simple Aqiqah 2019*

Dari table diatas menjelaskan bahwa 80 orang konsumen dari 340 konsumen pada tahun 2016 melakukan *repeat order*/pembelian ulang pada catering, di tahun 2017 sebanyak 97 orang konsumen dari 446 orang yang melakukan pembelian ulang, dan di tahun 2018 dari 457 orang konsumen hanya 110 orang saja yang melakukan pembelian ulang. Jika dilihat peningkatan jumlah konsumen yang melakukan pembelian ulang pada catering ini tidak begitu banyak maka dapat disimpulkan, konsumen tidak begitu puas akan layanan yang diberikan catering simple aqiqah, sesuai dengan pernyataan sebelumnya bahwa setiap kepuasan konsumen salah satunya dipengaruhi oleh tingkat kualitas layanan.

Pelayanan ini sangat penting untuk membuat konsumen merasa puas dan akhirnya melakukan pembelian ulang yang menyebabkan peningkatan penjualan.

Catering Simple Aqiqah perlu mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga Catering Simple Aqiqah dapat mengevaluasi kualitas layanan yang di berikan. Dengan mengevaluasi kualitas layanan tersebut diharapkan Catering Simple Aqiqah melakukan inovasi untuk dapat meningkatkan penjualan dan jumlah konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis akan membahas lebih lanjut dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru”**.

B. Perumusan Masalah

Setelah dilihat dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat di kemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang di kemukakan di atas, maka tujuan yang hendak di capai adalah untuk mengetahui apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan untuk para pembaca, dan penulis, kegunaannya ialah :

1. Penelitian ini dapat dijadikan salah satu bahan informasi masyarakat tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Catering Simple Aqiqah Pekanbaru
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi berbagai pihak yang terkait dalam memahami kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada Catering Simple Aqiqah Pekanbaru.

E. Sistematika Penulisan

Dalam melanjutkan penulisan skripsi ini nantinya, penulis membagi lima bab pembahasan, dimana masing-masing bab terdiri dari :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam Bab Ini Terdiri Atas Latar Belakang Masalah; Perumusan Masalah; Tujuan Penelitian; Kegunaan Penelitian; dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam Bab Ini Akan Menjelaskan Tentang tingkat kepuasan konsumen; Kualitas; Kualitas Layanan; Catering; Ruang Lingkup Industri; Jenis-Jenis Industri Jasa Boga; Tinjauan Penelitian Relevan; Variabel Penelitian; Variabel Penelitian; Kerangka Konseptual dan Uji Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam Bab Ini Akan Dijelaskan Tentang Jenis Penelitian; Tempat dan Waktu Penelitian; Populasi dan Sampel; Subjek dan Objek Penelitian; Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data dan Uji Hipotesis.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam Bab Ini Akan Dijelaskan Tentang Sejarah Berdirinya Catering Simple Aqiqah Pekanbaru; Struktur Organisasi Catering Simple Aqiqah Pekanbaru; Sistem Pemesanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru; Prosedur Pemesanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru; Deskripsi Data; Identitas Responden; Analisis Data; Uji Validitas; Uji Reliabilitas; Analisis Regresi Sederhana; Koefisien Korelasi; Koefisien Determinasi; Uji-T (Uji Parsial); Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Dalam Bab Ini Akan Dijelaskan Tentang Kesimpulan Dan Saran Dari Penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Konsumen

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan merupakan sebuah perasaan yang dimiliki seseorang baik senang maupun sedih dalam menghadapi suatu kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki (Sangadji, Sopiah, 2013: 181). Konsumen/ pelanggan merupakan pembeli atau orang yang memakai hasil akhir dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau suatu usaha (Gaspersz, 2001: 34). Sedangkan kepuasan konsumen artinya ialah respon emosional seseorang terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli atau digunakan (Tjiptono, 2014: 45).

Sama halnya kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen. Jika suatu barang maupun jasa yang dibeli oleh konsumen sesuai dengan harapan dan ekspektasi konsumen maka konsumen tersebut puas, begitu pula sebaliknya. Memahami keinginan konsumen dalam memilih suatu produk serta mampu memungkinkannya dan mempengaruhi keputusan konsumen atas pembelian dan memiliki kemampuan yang lebih baik untuk memenangkan kompetisi pasar.

Konsumen yang memiliki kepuasan yang tinggi biasanya akan setia lebih lama, membeli lebih banyak ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan meng-upgrade produk yang ada. Griffin menyatakan bahwa sukses tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan konsumen yang loyal sangat bergantung pada kemampuan perusahaan dalam menciptakan nilai dan secara terus menerus berupaya untuk memperbaikinya. Sebaliknya, semakin besar kesenjangan antara tingkat harapan dengan yang dirasakan konsumen, semakin tinggi tingkat ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen (Priansa, 2017:199).

2. Kepuasan Konsumen Menurut Islam

Dalam islam dijelaskan bahwa kepuasan konsumen didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Alquran telah memerintahkan agar umat muslim selalu lembut dengan sapaan yang baik dan sopan jika berbicara dengan orang lain. Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat 83 yang artinya:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا
وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا
الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ
مُعْرِضُونَ

“dan ingatlah ketika kami mengambil janji dari bani israil yaitu: janganlah kamu menyembah selain allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah sholat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu,

kecuali sebahagian kecil daripada kamu dan kamu selalu berpaling”
(Departemen Agama RI, 2012)

Ayat diatas menjelaskan bahwa allah swt menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dan dengan sikap yang baik. Hal ini akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah konsumen merasa dilayani dengan baik dan mereka akan merasa puas. Rasa puas yang dirasakan konsumen berdampak positif bagi perusahaan karena akan meningkatkan kepercayaan konsumen pada perusahaan. Namun bentuk kepuasan konsumsi seorang konsumen muslim tidak harus berupa kesenangan, melainkan terpenuhinya kebutuhan yang harus dipenuhi pada saat itu dan inilah yang sebenarnya diridhai oleh allah swt(Muflih, 2006).

3. Cara mengukur kepuasan konsumen

Di dalam buku Fandy Tjiptono dengan judul manajemen jasa, ada beberapa cara mengukur kepuasan pelanggan menurut Kotler :

- a. *Complaint and Suggestion System* (system keluhan dan saran).

Ada beberapa perusahaan menyediakan dan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh setiap pelanggannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik. Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Segala informasi yang terima melalui kotak saran maupun amplop yang telah disediakan perusahaan

ini kemudian dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

b. *Customer Satisfaction Surveys* (survey kepuasan pelanggan).

Untuk mengetahui kepuasan pelanggan perusahaan harus mendeteksi dan mengetahui bagaimana komentar pelanggan/konsumen, survey yang bisa dilakukan lewat pos, telfon atau wawancara secara pribadi atau konsumen mengisi angket yang berisi beberapa pernyataan yang telah ditulis oleh perusahaan.

c. *Ghost Shopping* (Pembeli bayangan).

Dalam melakukan pembelian bayangan ini perusahaan memilih seseorang untuk melakukan pembelian ke perusahaan lain ataupun perusahaan nya sendiri dan ia bisa memberi laporan tentang keunggulan ataupun kelemahan dalam pelayanan yang ia terima saat melakukan pembelian tersebut.

Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun kelapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

d. *Lost Customer Analisis* (Analisa pelanggan yang lari).

Dalam menganalisis pelanggan yang lari, perusahaan mencoba menghubungi kembali Pelanggan yang menghilang dan meminta

pendapat mereka tentang mengapa mereka berhenti dan pindah ke perusahaan lain. Dengan cara ini perusahaan akan memperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan agar tidak lagi pelanggan yang lari ke perusahaan lain.

4. Sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan

Munculnya rasa tidak puas terhadap sesuatu dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain:

- a. Ketidak sesuaian harapan dan ekspektasi pelanggan/konsumen dengan kenyataan yang ada
- b. Pelanggan/konsumen mendapatkan pelayanan yang kurang memuaskan selama proses jasa sedang berlangsung
- c. Perilaku pemberi pelayanan kurang baik dan tidak memuaskan
- d. Fisik lingkungan dan suasana di tempat pelayanan tidak menunjang
- e. Ketidakesuaian antara cost yang terlalu tinggi, jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- f. Promosi/iklan terlalu muluk, tidak sesuai dengan kenyataan

5. Indikator Kepuasan Konsumen

Ada beberapa indikator kepuasan konsumen yang harus di evaluasi oleh setiap perusahaan dan perusahaan harus jeli melihat indicator mana saja yang harus di perbaiki agar kepuasan konsumen tercapai dengan baik, diantaranya yaitu: (Irawan, 2003:10). Berikut lima indicator kepuasan konsumen menurut Lupiyodo:

a. Kualitas Produk

Menurut islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Dalam islam kualitas produk adalah satu satu cara yang mubah, yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Dapat ditunjukkan dari beberapa bukti dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu Anhu sebagai berikut, diantaranya:

- 1) Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan “perbaguslah adonan roti: karena dia salah satu cara mengembangkannya” artinya perbaguslah adonan roti dan perhaluslah: karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
- 2) Umar Rhafiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan” janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan mengaduknya dengan centongnya : sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting (Jariban, 2006:78).

Dari penjelasan diatas diketahui bahwa kualitas produk merupakan salah satu hal yang bisa menghasilkan perbaikan material

dengan cara meraih Kepuasan pelanggan, selain itu melakukan pembelian dan penggunaan produk yang memiliki kualitas baik juga akan membuat pelanggan merasa puas(Irawan, 2013:10).

b. Harga

Dalam konsep ekonomi islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran, pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu(Annafik, 2012 :25).

Untuk pelanggan yang sensitive dengan harga, harga yang murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitive terhadap harga, komponen harga relative tidak penting bagi mereka(Irawan, 2013:10).

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan menciptakan, bukan lah pekerjaan mudah(Irawan, 2013:10). Kualitas layanan dalam islam adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Seorang muslim haruslah memastikan bahwa apapun

yang ia buat tidak menimbulkan kerugian bagi orang lain bahkan seharusnya memberikan kepuasan kepada orang lain. (Ambardi, Vol.3: 2014).

d. Faktor Emosional

Faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok yang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

e. Biaya dan Kemudahan

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya maka Allah SWT menurunkan syariat Islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan, namun bukan berarti Islam menghilangkan kesulitan yang dialami manusia, hanya saja diharapkan ketentuan tersebut dapat mengurangi kesulitan bagi manusia (Khatimah, 2011:89). Dengan penjelasan di atas maka pemberian kemudahan kepada pelanggan akan membuat pelanggan akan semakin puas apabila biaya relative murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan (Irawan, 2013:10).

B. Kualitas Layanan

1. Pengertian Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2002:35). Kualitas bisa ditunjukkan di saat perusahaan memberikan suatu produk atau layanan yang sesuai dengan harapan pelanggan/ konsumen. Apabila perusahaan memberikan kualitas yang baik kepada pelanggannya maka terciptalah hubungan yang baik dengan pelanggan tersebut. Hubungan baik yang sudah tercipta dalam jangka panjang akan membuat perusahaan mengerti terhadap kebutuhan yang diharapkan pelanggan. Hal seperti ini yang akan memberikan keuntungan positif bagi perusahaan (Sunarti dkk, Vol. 37: 2016).

2. Pengertian Layanan

Layanan adalah serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi karena adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Setyobudi, 2014: 135). Sedangkan layanan secara etimologi adalah perbuatan menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain, aktifitas layanan yang tidak hanya sebatas memenuhi kebutuhan pemakai layanan meski ada nilai tambahan pada aktifitas tersebut (Zulkifli, Vol. 3 :2020).

3. Kualitas Layanan

Kualitas layanan yaitu memberikan pelayanan secara sempurna yang dilakukan oleh penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan/konsumen serta memberikan penyampaian yang baik agar sesuai dengan harapan pelayanan yang diinginkan oleh pelanggan (Seimbiring dkk, Vol. 15 : 2014).

Suatu kualitas dalam memberikan pelayanan kepada konsumen juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem teknologi dan manusia.

Manusia merupakan kontribusi terbesar dalam melakukan pelayanan di sebuah perusahaan, apabila manusianya tidak memberikan layanan yang baik maka perusahaan akan kehilangan konsumen mereka dan teknologi merupakan system yang membantu manusia agar lebih mudah melakukan pelayanan kepada konsumen agar konsumen mendapatkan pelayanan sesuai dengan harapan mereka.

Dalam agama Islam juga mengajarkan agar memberikan hasil usaha yang terbaik, baik itu dalam bentuk barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya yang berkualitas dan jangan memberikan pelayanan yang buruk kepada orang lain. Seperti yang di jelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَاتِ ثُمَّ تُنْفِقُوا ۚ سَلِّمُوا فِيهَا إِلَهُكُمْ وَأَلْفَاظُهُمْ وَأَلْفَاظُهُمْ وَأَلْفَاظُهُمْ وَأَلْفَاظُهُمْ

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahanya yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang

buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”(Departemen Agama RI, 2012).

4. Dimensi Kualitas Layanan

Berikut ada beberapa dimensi kualitas layanan menurut Parasurasman dalam buku Perilaku Konsumen, yaitu:

- a. Keandalan, yaitu kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada konsumen dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama dalam memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan
- b. Daya tanggap, yaitu keinginan para karyawan perusahaan untuk membantu memberikan jasa yang dibutuhkan oleh konsumen. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya, sebagaimana terdapat dalam hadist Rasulullah saw yang artinya *”apabila amanat disia-siakan maka tunggulah kehancurannya, berkata seseorang: bagaimana bagaimana caranya menyalahgunakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan sesuatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya maka tunggulah kehancurannya”*(HR,Bukhari)(Permata, Vol.13 : 2016).
- c. Jaminan, yaitu perilaku karyawan suatu perusahaan untuk mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan. Dalam

memberikan layanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan. Sesuai dengan Q.S Asy-syu'araa ayat 181-182, yang artinya:

الْمُخْسِرِينَ مَن تَكُونُوا وَلَا الْكَيْلَ أَوفُوا الْمُسْتَقِيمَ بِالْوَسْطَاءِ وَزِنُوا

“sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus” (Departemen Agama RI, 2012)

- d. Empati, yaitu sikap yang diberikan karyawan dalam memahami masalah yang dihadapi konsumen, serta memberikan perhatian personal kepada konsumen. Di dalam Islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati.
- e. Produk-produk fisik, tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi dan lain-lain yang bisa dan harus ada dalam proses jasa. Selain itu memperhatikan penampilan fisik para karyawan dalam hal berbusana yang santun dan sopan.

5. **Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam**

Kualitas layanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan samata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat islam (Permata, Vol.13 : 2016).

Dalam konsep islam dijelaskan bahwa dalam memberikan suatu pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa tidak dibenarkan memberikan pelayanan yang buruk atau tidak berkualitas, dianjurkan agar memberikan barang dan jasa paling bagus dan baik serta berkualitas kepada orang lain. Dan selain itu, berperilaku sopan dan lemah lembut kepada orang lain sangat diajarkan dalam konsep Islam. Dalam al-quran juga dijelaskan tentang berlaku lemah lembut kepada sesama Q.S.Ali Imran: 159

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَأْتَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتُمْ ظَآغِيظًا لَقَلْبًا لَفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِيمَا أَمْرٌ ۖ
فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : "Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka sekiranya kamu bersikap keras yang berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadanya" (Departemen Agama RI, 2012).

رَجْمَ اللَّيْلِ إِذَا سَمَحًا إِذَا بَاعَ، وَإِذَا اشْتَرَى، وَإِذَا اقْتَضَى

Dalam shohih Bukhari 'Memberi kemudahan dan kelapangan ketika membeli, menjual, dan siapa saja yang meminta haknya, maka mintalah dengan cara yang baik'. Dari Jabir bin 'Abdillah, Rasulullah SAW bersabda yang artinya: "Semoga Allah mengrahmati seseorang yang bersikapudah ketika menjual, ketika membeli dan ketika menagih haknya (utangnya)." (HR.Bukhari no.2076) (Zulkifli, Vol 1:2018).

Selain itu terdapat pula beberapa nilai-nilai islami yang diterapkan dalam memberikan layanan yang maksimal, yaitu:

a. Profesional (Fathanaah)

Menurut Didin Hafidudin “Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan kesungguhan” sifat profesionalisme digambarkan dalam Al quran dalam surat Al-Israa ayat 84 yang artinya:

فَلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۖ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

“tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing, maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya, Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya” (Departemen Agama RI, 2012).

Maksud arti ayat diatas ialah seseorang yang bekerja sesuai dengan profesionalnya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Selain itu tidak melupakan akhirat ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat.

b. Kesopanan dan Keramahan (Tabligh)

Menurut Hermawan Kertajaya kesopanan dan keramahan merupakan inti memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam surat Thahaa ayat 44 yang artinya:

يُخَشِئُ أَوْ يَتَذَكَّرُ لَعَلَّهُ لَيُبَلِّغُ الْكَلِمَةَ الْقَدِيمَةَ لِقَوْلِ اللَّهِ قَوْلًا لَّيْسَ لَكَ مِنَ الْأَمْرِ شَيْءٌ سَأَلْنَاهُ لَقَوْلًا كَرِيمًا

“maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat dan takut” (Departemen Agama RI, 2012)

Maksudnya apabila melayani seseorang dengan sopan dan ramah maka orang yang dilayani akan merasa puas. Selain itu melayani juga

harus dengan rendah hati, ramah tamah, sopan santun, penuh tanggung jawab dan murah senyum.

c. Jujur (*Shidiq*)

Yaitu kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta atau tidak pernah berdusta dalam melakukan semua transaksi, seperti praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah saw.

d. Amanah

Yaitu bertanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Sifat amanah harus dimiliki oleh setiap muslim, amanah dapat diaplikasikan dalam bentuk pelayanan yang optimal termasuk yang memiliki pekerjaan yang berhubungan dengan pelayanan kepada konsumen(Hafidudin, 2003: 63).

Selain nilai-nilai yang diterapkan dalam melayani seseorang, adapula beberapa prinsip layanan dalam Islam yang dilakukan dalam memberikan layanan yaitu sebagai berikut :

a. Prinsip tolong menolong (*Ta'awun*)

Memberikan layanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Sebagai mana dijelaskan dalam Q.S Al-maidah ayat 2 :

“dan tolong menolong lah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah sesungguhnya Allah amat berat siksanya”

maksud ayat diatas hendaklah kaum muslimin menjadi satu dengan dalam membantu orang yang membutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk beramal.

b. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*)

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah SWT menurunkan syari'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya, meskipun demikian tidaklah berarti bahwa syariah Islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin dialami oleh manusia dalam kehidupannya, hanya saja diharapkan ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia.

c. Prinsip Persamaan (*Musawah*)

Manusia semuanya adalah sama karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, dalam islam hanya dikenal 2 golongan manusia golongan pertama adalah mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi allah golongan kedua adalah orang yang durhaka, celaka dan hina disisi allah. Oleh karena itu kita dianjurkan allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling

kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut bersalah.

d. Prinsip Kekeluargaan(*Ukhuwah*)

Secara majasi kata ukhuwah (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi dan perasaan, sehingga dalam al-quran dijelaskan bahwa ukhuwah adalah persaudaraan seagama islam dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama (Effendi, 2006:124).

C. Katering

1. Pengertian katering

Katering adalah istilah untuk wirausaha yang memberikan layanan pemesanan berbagai macam makanan dan minuman baik untuk acara pesta, aqiqah ataupun penunjang kehidupan kebutuhan instansi atau suatu perusahaan. Jasa katering ini juga untuk membantu memenuhi kebutuhan yang bersifat khusus dengan menu yang beragam sesuai dengan keinginan pelanggan (https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jasa_boga).

2. Ruang lingkup industri

Bisnis industri catering sendiri merupakan bisnis yang memberikan jasa pelayanan yang menyediakan makanan, minuman dan berbagai layanan lainnya. Biasanya bisnis ini ditujukan untuk acara khusus, tetapi

ada pula yang rutin hari demi hari dan inilah yang paling banyak di incar oleh pemasok makan siang perusahaan.

Lingkup pekerjaan industri catering sangat bervariasi, mulai dari lingkup skala kecil sejenis nasi kotak untuk tahlilan, hingga acara besar yang melibatkan tidak hanya penyediaan layanan makanan dan minuman secara prasmanan, tetapi juga peralatan makan, tenaga pelayanan, dan aspek-aspek lain dari acara tersebut.

3. Jenis-Jenis Industri Jasa Boga

a. Katering Pribadi

Jenis jasa katering pribadi ini adalah sebuah perusahaan katering profesional yang menghasilkan jasa katering pribadi dimana terdapat pramusaji yang selalu siap untuk memberikan layanan pada sebuah meja makan. Dalam jenis pelayanan seperti ini mampu meningkatkan nilai pelayanan dari suatu penyedia jasa catering makanan.

b. Katering prasmanan

Cara kerja katering prasmanan adalah menyediakan makanan di meja prasmanan dan pihak katering biasanya ada yang turut menjaga di meja untuk menyajikan makanan, tetapi ada juga pihak katering yang hanya mengatur penyediaan makanan dalam sebuah acara saja. Seperti menyiapkan makanan yang diinginkan, kemudian mengecek dan juga menambahkan masakan saat sudah habis, sampai dengan membereskan perlengkapan makan.

c. *Self service catering*

Jenis katering ini memberikan kesan mewah yang bisa diperoleh dalam pelayanan, tapi juga bisa sekaligus menekan dana yang perlu dikeluarkan. Dalam layanan *self service catering*, pihak katering hanya akan menyediakan masakan maupun perlengkapan makan untuk pemesan. Selanjutnya konsumen sebagai pemilik acara akan menghadirkan dan melayani tamunya sendiri.

d. *Catering dine-in*

Pelayanan *catering dine-in* ini menjadikan anda bisa merasakan bagaikan restoran ada di rumah. *Catering dine-in* ini lebih cocok untuk acara yang formal dan mengundang banyak tamu.

e. Katering nasi kotak

Jenis katering ini merupakan jenis makanan yang saat ini tengah menjadi tren di masyarakat. Kemudahan yang diperoleh dari penggunaan ini diantaranya adalah pihak catering tidak perlu menyediakan petugas untuk melayani tamu. Pihak katering hanya bertugas menyiapkan masakan yang disajikan dalam kotak. Jenis katering makanan ini sangat cocok untuk digunakan pada acara-acara rapat, seminar, konsumsi kantor bahkan acara aqiqah(https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jasa_boga).

D. Penelitian Relevan

Langkah ini ditempuh agar peneliti terfokus dan tidak mengulang penelitian yang sudah ada. Penulis menemukan penelitian yang diteliti oleh

Supian Sauri tahun 2017 yang berjudul *“Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur”* perbedaan pada penelitian ini terdapat pada lokasi penelitiannya, penelitian ini dilaksanakan pada koperasi syariah, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan di Catering Simple Aqiqah Pekanbaru, persamaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu tentang kualitas layanan dan kepuasan konsumen. dan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Supian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,764. Dengan menggunakan metode analisis jalur. Sedangkan metode analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah analisis dengan uji simultan, uji asumsi klasik dan uji parsial (analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS windows versi 22), uji korelasi determinan (R^2).

Penelitian selanjutnya yang diteliti oleh Halida Utami tahun 2013 yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru”* perbedaan pada penelitian ini terdapat pada lokasi penelitiannya, penelitian ini dilaksanakan pada Ria Catering Pekanbaru, sedangkan penelitian yang peneliti lakukan di Catering Simple Aqiqah Pekanbaru, persamaan dalam penelitian ini terletak pada objek penelitian yaitu tentang kualitas produk, kualitas layanan dan kepuasan konsumen. dan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Halida ini yaitu variabel kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan

pelanggan pada Ria Catering. Dari kedua variabel tersebut, yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Ria Catering Pekanbaru adalah variabel kualitas produk. Hal ini ditunjukkan melalui nilai thitung variabel kualitas produk tertinggi di antara variabel lain yaitu sebesar 3,477. Dengan menggunakan metode *purposive sampling* sedangkan metode analisis data yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah analisis dengan uji simultan, uji asumsi klasik dan uji parsial (analisis regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS windows versi 16), uji korelasi determinan (R^2).

E. Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian ini ialah :

1. Variabel Independent (bebas) adalah Kualitas Layanan.
2. Variabel Dependent (Terikat) adalah Kepuasan Konsumen.

F. Variabel Operasional

Berdasarkan penjelasan di atas maka dirancang variabel operasional sebagaimana pada tabel berikut:

Tabel 6 : Variabel Operasional

| Variabel | Pengertian | Dimensi | Indikator | Pernyataan |
|--|--|-----------|--|------------|
| Variabel Bebas Kualitas Layanan (X) | memberikan barang dan jasa paling bagus dan baik serta berkualitas kepada orang lain. dan juga berperilaku sopan dan | Keandalan | Penyedia layanan harus memberikan layanan dengan tepat, mampu untuk dipercaya oleh konsumennya dan harus tepat | 1-2 |

| | | | | |
|--|---------------------------------|--------------|---|-----|
| | lemah lembut kepada orang lain. | | waktu. | |
| | | Daya Tanggap | Bersikap profesional dalam memberikan layanan dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalahgunakan amanat yang menjadi tanggung jawab sesuai dengan anjuran islam | 3-4 |
| | | Jaminan | Dalam memberikan layanan kepada konsumen hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara dengan kebohongan | 5-6 |
| | | Empati | Memberikan perhatian kepada konsumen dalam masalah yang dihadapi dan memberikan kemudahan dengan senang | 7-8 |

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

| | | | | |
|---|---|----------------------------|---|-------|
| | | | hati | |
| | | Produk- Produk Fisik | Tersedianya sarana komunikasi dan memperhatikan penampilan fisik karyawan dalam hal berbusana. | 9-10 |
| Variabel Terikat Kepuasan Konsumen (Y) | Respon Pelanggan muslim Terhadap Ketidakesuaian Antara Tingkat Kepentingan Sebelumnya dan Kinerja actual Yang Dirasakan Setelah Pemakaian | Kualitas Produk | Berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen | 11-12 |
| | | Harga | Dalam islam penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran, pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. | 13-14 |
| | | Kualitas Pelayanan | Kualitas layanan dalam islam adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang bergantung | 15-16 |

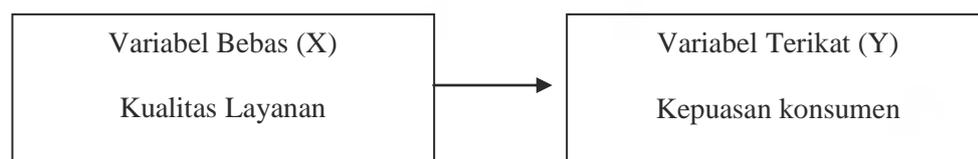
| | | | | |
|--|--|---------------------|--|-------|
| | | | pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. | |
| | | Factor Emosional | Rasa Bangga dan Rasa Percaya Diri Dalam Menggunakan Suatu Produk | 17-18 |
| | | Biaya Dan Kemudahan | Pelanggan Akan Semakin Puas Bila Relatif Murah, Nyaman dan Efesive Dalam mendapatkan produk Atau pelayanan Dalam islam memberikan kemudahan dalam melakukan sesuatu ialah salah satu syariat islam yang diturunkan allah | 19-20 |

Sumber Data : *Data Olahan, 2020*

G. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian di atas di gambarkan kerangka konseptual penelitian ini adalah :

Gambar 1: Kerangka Konseptual



Sumber Data : *Data Olahan, 2019*

Gambar diatas menunjukkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan konsumen pada catering simple aqiqah Pekanbaru.

H. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan mengenai keadaan populasi yang sifatnya masih sementara atau lemah kebenarannya (Hasan, 2010:140). Berdasarkan rumusan masalah dan teori yang ada maka penelitian ini penulis mengajukan hipotesis.

H₀ : Kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Catering Simple Aqiqah.

H_a : Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Catering Simple Aqiqah.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*Field Reasearch*) penelitian ini digunakan untuk mengecek kebenaran dari data atau informasi yang kita butuhkan (Kasmir dan Jakfar, 2012: 36). Dengan menggunakan desain penelitian kausalitas, yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2017:14). Dan metode yang digunakan ialah metode deskriptif kuantitatif yaitu metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Simple Aqiqah Pekanbaru yang berada di Jl. Paus. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober 2019 sampai Januari 2020, yaitu selama empat bulan.

Tabel 7 :Jadwal Kegiatan Penelitian

| No. | Jenis Kegiatan | Bulan | | | |
|-----|----------------------|---------|----------|----------|---------|
| | | Oktober | November | Desember | Januari |
| 1 | Persiapan Penelitian | | | | |
| 2 | Pengumpulan Data | | | | |
| 3 | Pengolahan Data | | | | |
| 4 | Seminar Skripsi | | | | |

Sumber : Data Olahan, 2020

C. Subjek Dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Simpel Aqiqah Pekanbaru dan objek dalam penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen Catering Simpel Aqiqah Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2014:60).

Dalam penelitian ini populasinya adalah jumlah konsumen Simple Aqiqah Pekanbaru pada 3 tahun terakhir yang berjumlah 1.243 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2014:61). Dari jumlah populasi di atas, maka peneliti melakukan pengambilan sampel. Teknik pengambilan sampel (*sampling*) adalah cara peneliti mengambil sampel atau contoh yang representative dari populasi yang tersedia.

Untuk menentukan sampel responden dari populasi penelitian maka peneliti memakai ukuran sampel menurut ketentuan Slovin.

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

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

α = Toleransi ketidakadilan (dalam persen)

Dalam penelitian ini jumlah populasi sebanyak 1.243 orang dengan ketidak telitian yang dikehendaki 10%.

$$\begin{aligned} n &= \frac{1243}{1+1243 \times 10\%^2} \\ &= \frac{1243}{1+1243 \times (0.1)^2} = \frac{1243}{13.43} = 92.55 \approx 93 \text{ Konsumen} \end{aligned}$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampel adalah 93 konsumen.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Premier

Data premier adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungin, 2011:132). Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara meminta konsumen untuk mengisi angket.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada (Hasan, 2010:19).

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah:

e. Angket

Angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2014:142).

f. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber, baik secara pribadi maupun kelembagaan (Sanusi,2017:114).

c. Wawancara

Sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin,2011:136).

F. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilaksanakan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data secara umum dilaksanakan dengan melalui tahap memeriksa (*editing*), proses pemberian identitas (*koding*) dan proses pembeberan (*tabulating*) (Bungin, 2011:174).

Dan pada penelitian ini pengolahan data juga dilakukan dengan menggunakan SPSS *version 22*.

a. Editing

Editing data adalah kegiatan yang dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data lapangan. Proses editing dimulai dengan memberi identitas pada instrument penelitian yang telah terjawab. Kemudian memeriksa satu per satu lembaran instrument pengumpulan data, kemudian memeriksa poin-poin serta jawaban yang tersedia.

b. Pengkodean data

Mengklasifikasikan data-data tersebut melalui tahapan koding, maksudnya bahwa data yang telah di edit tersebut diberi identitas sehingga memiliki arti tertentu pada saat dianalisis.

c. Tabulasi

Tabulasi adalah bagian terakhir dari pengolahan data, maksud tabulasi adalah memasukkan data pada tabel-tabel tertentu dan

mengatur angka-angka serta menghitungnya. (Bungin, 2011:175-178).

2. Teknis Analisis Data

Teknik Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Statistic Deskriptif*, yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014:147). Untuk melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh di gunakan analisis regresi linier sederhana.

Dimana proses perhitungannya penulis menggunakan alat bantu komputer seperti program *software* yang dapat digunakan untuk mengolah data dalam mengaplikasikan teori-teori statistik diantaranya *program statistic package for social science (SPSS) versi 22*.

Karena angket yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan lima titik dengan label netral pada posisi tengah (ketiga), maka terlebih dahulu data kuesioner yang sudah berhasil dikumpulkan akan dilakukan pengujian terlebih dahulu. Pengukuran variabel menggunakan skala Likert, lima titik alternatif pilihan jawaban adalah sebagai berikut:

Tabel 8: Alternatif pilihan jawaban

| No. | Pilihan Jawaban | Skor |
|-----|---------------------------|------|
| 1 | Sangat setuju (SS) | 5 |
| 2 | Setuju (S) | 4 |
| 3 | Netral (N) | 3 |
| 4 | Tidak setuju(TS) | 2 |
| 5 | Sangat tidak setuju (STS) | 1 |

Sumber Data : *Sanusi, 2017*

a. Uji Instrument

Instrument penelitian adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti yang mengukur fenomena alam atau social, dalam penelitian ini uji instrument yang digunakan adalah validitas instrument dan reliabilitas instrument (Sanusi, 2017:67).

1. Uji Validitas

Validitas instrument adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrument yang valid mempunyai validitas tinggi dan sebaliknya jika tingkat validitasnya rendah maka instrument tersebut kurang valid. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur/diinginkan (Riduwan, Sunarto, 2014:348).

Metode uji validitas dengan cara mengkorelasikan masing – masing skor item. Skor item adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Jika nilai korelasi r hitung lebih besar dari pada r table maka item kuisisioner tersebut dinyatakan valid,

sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r table maka item tidak valid.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrument dapat di percaya untuk dapat digunakan sebagai alat pengumpul data. Karena instrument tersebut sudah dianggap baik (Riduwan, Sunarto, 2014:348). Untuk melihat tingkat reliabilitas data SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik umumnya dilakukan terhadap regresi yang memiliki dua atau lebih variabel penjelasan (Sunyoto, 2011 : 79-91), uji asumsi yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi normalitas, uji asumsi heteroskedastisitas dan uji asumsi multikolinearitas.

1) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal ataukah tidak.

2). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain.

3). Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya korelasi antara variabel independen dalam model regresi. (Kuncoro, 2007:94-98).

c. Uji hipotesis

Uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana terdiri atas dua variabel. Satu variabel yang berupa variabel terikat/tergantung diberi symbol Y dan variabel kedua yang berupa variabel bebas di beri symbol X. Regresi sederhana ini menyatakan hubungan kausalitas antara dua variabel dan memperkirakan nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas. Persamaan yang dipergunakan untuk memprediksi nilai variabel Y disebut dengan persamaan regresi. Bentuk umum dari persamaan regresi dinyatakan dengan persamaan matematika, yaitu:

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = nilai prediksi dari variabel Y berdasarkan nilai variabel X

a = titik potong Y merupakan nilai bagi Y ketika X=0

b = kemiringan atau slope atau perubahan rata-rata dalam \hat{y} untuk setiap perubahan dari satu unit X, baik berupa peningkatan maupun menurun.

X = nilai variabel X yang dipilih.

2. Koefisien korelasi

Fungsi utama dari analisis korelasi adalah untuk menentukan seberapa erat hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Ukuran yang menyatakan keamatan hubungan tersebut adalah koefisien korelasi atau sering disebut dengan korelasi pearson (*Pearson product moment*) koefisien korelasi pearson bernilai -1 sampai dengan +1 (Sanusi, 2017:122).

Untuk memberi nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 9 : Interpretasi Koefisien Korelasi

| Interval koefisien | Tingkat hubungan |
|--------------------|------------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat kuat |

Sumber Data :Riduwan Sunarto, 2014:81

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi sering pula disebut dengan koefisien determinasi majemuk (*multiple coefficient of determination*) yang hampir sama dengan koefisien r^2 . R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antara variable terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama

dan nilainya selalu positif. Persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R^2) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas (Sanusi, 2017:136).

4. Uji parsial (Uji-t)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui masing-masing pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), langkah-langkahnya adalah :

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Menghitung nilai t
- 3) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}
- 4) Mengambil keputusan

Untuk mengambil kesimpulan gunakan kriteria penulisan yaitu t_{tabel} yang diperoleh dibandingkan nilai t_{hitung} , bila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent berpengaruh pada variabel dependent.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Perusahaan

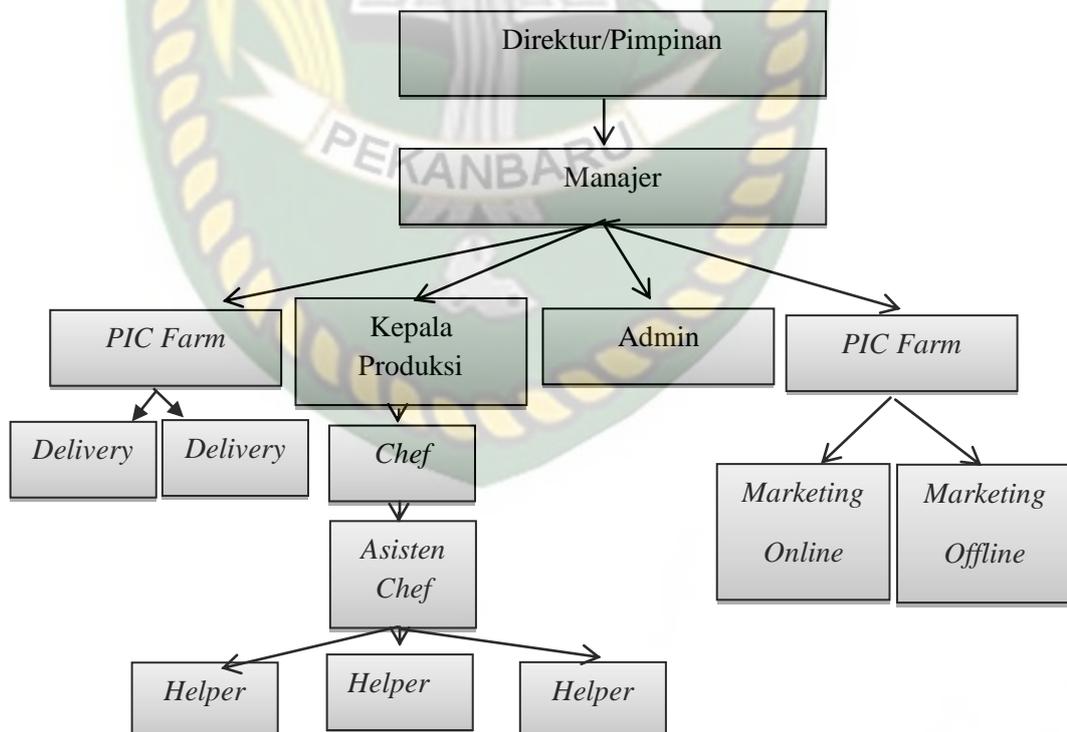
Simple aqiqah merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang makanan. Awalnya pendiri dari Simple Aqiqah Bapak Aris Zudianto merupakan pimpinan disalah satu usaha rumah aqiqah yang berada di Jawa setelah beberapa tahun pak Aris pindah ke Pekanbaru karena suatu alasan. Basik awal pak Aris merupakan pimpinan rumah aqiqah, maka pada tahun 2014 ia pun mulai membuka usaha katering di Pekanbaru khusus aqiqah yang awalnya mencari relasi dan membagikan brosur-brosur sebagai bentuk promosi kepada calon konsumen.

Semakin banyaknya konsumen yang berminat untuk menggunakan jasa Simple Aqiqah maka pada tahun 2016 pak Aris pun mulai mengembangkan usahanya dengan membuka Katering Simple Aqiqah yang sudah memiliki karyawan dengan tugasnya masing-masing, sudah memiliki dapur sendiri, dan sudah memiliki relasi dari rumah sakit bersalin maupun klinik bersalin yang ada di Pekanbaru, kantor Simple Aqiqah terletak di Jl.Paus. pada pertengahan tahun 2017 Simple Aqiqah merupakan unit usaha yang bekerja sama dengan PT.Simple Niaga Madani.

2. Struktur Organisasi Perusahaan

Organisasi ialah sebuah kelompok yang terdiri dari dua atau lebih orang yang bekerja bersama-sama dalam suatu bentuk yang ditetapkan untuk mencapai sejumlah tujuan. Tujuan disusunnya struktur organisasi ialah agar pekerjaan dalam sebuah organisasi tersebut dapat diselesaikan dengan baik dibandingkan dengan tanpa adanya pembagian tugas kerja (Suliyanto, 2010:174). Pengorganisasian merupakan proses penetapan struktur peran melalui penentuan aktivitas-aktivitas yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi dan bagian-baginnnya. (Ibrahim, 2008:91). Berikut Struktur organisasi Catering Simple Aqiqah :

Gambar 2 :Struktur Organisasi Catering Simple Aqiqah



Sumber Data :Simple Aqiqah 2020

1. Direktur/pemimpin

Yaitu sebagai pimpinan sekaligus pemilik yang memegang kekuasaan penuh dalam mengambil segala keputusan.

2. Manajer

Sebagai orang yang mengontrol kegiatan operasional catering dan orang yang menerima pertanggungjawaban dari masing-masing kepala bagian atas tugas yang telah dikerjakan.

3. *PIC Farm*

Yaitu sebagai orang yang mengurus bagian kandang, seperti melakukan pemotongan hewan dan menyesuaikan type hewan yang di inginkan oleh konsumen

4. Kepala Produksi

Sebagai orang yang bertanggung jawab atas kualitas dan proses produk yang akan di berikan kepada konsumen.

5. Admin

Sebagai orang yang membantu pimpinan dalam merumuskan rencana anggaran perusahaan, bertanggung jawab atas dokumen-dokumen penting yang disimpan, membuat laporan secara periodik dan menyampaikan kepada atasan, dan bertanggung jawab atas kegiatan pelaksanaan keuangan.

6. *Marketing*

Sebagai orang yang memimpin bagian pemasaran dan menetapkan segala kebijaksanaan, mempunyai wewenang untuk keputusan

penjualan produk dan bertanggung jawab kepada pemimpin atas kelancaran kegiatan-kegiatan pemasaran.

7. *Delivery*

Sebagai orang yang bertanggung jawab atas pengantaran pesanan dan memeriksa pesanan yang akan dikirimkan kepada konsumen.

8. *Chef*

Bertugas memimpin seluruh aktivitas operasional kitchen, seperti menulis menu, mengawasi *food cost* dan tugas managerial lainnya.

9. *Marketing online*

Suatu usaha untuk mempromosikan sebuah perusahaan melalui media digital yang dapat menjangkau konsumen secara pribadi dan relevan seperti fb, instagram dan media sosial lainnya.

10. *Marketing offline*

Orang yang mempromosikan suatu usaha dengan cara menyebarkan brosur kepada setiap orang atau mendapatkan informasi usaha catering dari seorang agen.

11. *Asisten Chef*

Orang yang bertanggung jawab dalam menyusun jadwal atau menggantikan peran chef apabila mereka berhalangan hadir.

12. *Helper*

Orang yang bertugas membantu di dapur sebagai pembantu umum untuk berbagai pekerjaan yang diperintahkan atasan, seperti

mengambil bahan ke gudang, membersihkan meja kerja dan merapikan kulkas penyimpanan bahan.

3. Sistem Pemesanan

Sebagaimana praktek yang dilakukan terlebih dahulu ialah melakukan pemesanan sesuai dengan harga paket yang diinginkan konsumen. Simple aqiqah memiliki dua metode pemesanan yaitu pemesanan secara *online* maupun *offline*. Pemesanan secara *online* bisa melalui web www.simpleaqiqah.com, facebook, whatsapp, maupun instagram, sedangkan pemesanan secara *offline* bisa langsung datang ke kantor simple aqiqah, simple aqiqah juga melayani pemesanan melalui telfon yang dilayani oleh pihak simple aqiqah selama 24 jam.

Untuk sistem pembayarannya sendiri simple aqiqah melakukan secara langsung antara konsumen dengan pihak simple aqiqah, dan dalam melakukan pembayaran pihak simple aqiqah memberikan kemudahan bagi beberapa konsumen yang belum bisa melunasi di awal akad dengan membayar uang muka terlebih dahulu, dengan pelunasan yang sama tanpa ada tambahan harga.

4. Prosedur Pemesanan

Beberapa prosedur yang dijalankan oleh simple Aqiqah dalam melakukan pemesanan kepada konsumen adalah melayani kedatangan konsumen dan menawarkan beberapa produk paket aqiqah yang ada beserta harga dengan spesifikasi hasil olahan atau porsi tiap paket yang akan didapatkan. Kemudian setelah konsumen mendapatkan paket yang

diinginkanya maka admin Simple Aqiqah memprosesnya. Lalu admin men memberikan formulir ke *Group Diary* Pemesanan, menghubungi Tim Produksi dan menjelaskan pesanan sehingga apa yang dimaksud admin sesuai dengan yang di terima oleh tim produksi, setelah melihat pemesanan, *Chef* atau kepala produksi mencatat pesanan kedalam buku daftar pesanan sesuai yang dijelaskan oleh Admin, Setelah melihat pemesanan. *PIC Farm* mencatat jadwal pemotongan kedalam buku daftar pesanan sesuai yang dijelaskan oleh admin dan membuat perencanaan pemotongan sesuai jadwal yang ditentukan oleh perusahaan pemotongant pesanan sate jam 10 pagi, pemotongan tanpa sate jam 14.00 siang sedangkan pemotongan jam 7.00 – 08:00 (kondisional) untuk pesanan sore.

Apabila konsumen ingin menyaksikan penyembelihan maka, penyembelihan dilakukan H-1 sebelum acara, apabila konsumen belum menyelesaikan pembayaran di awal maka sebelum melakukan pemotongan hewan aqiqah konsumen harus membayar sisa pembayaran sebelumnya. Setelah pemotongan *PIC Farm* (bagian kandang) mengantarkan daging hasil pemotongan ke Tim Produksi (dapur), tim Produksi memeriksa kembali daging yang di bawa oleh *PIC Farm* dan memastikan tidak ada kesalahan, kepala Produksi mengelompokkan masing–masing pesanan dan memberi tanda masing–masing pesanan supaya tidak tertukar, dan *PIC delivery* memastikan tidak ada kesalahan terhadap pesanan yang diantar kepada konsumen.

B. Deskripsi Temuan Penelitian

1. Identitas Responden

Dalam kegiatan penelitian identitas responden merupakan salah satu yang sangat penting untuk mengetahui jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan penghasilan. Identitas ini nantinya menjadi pedoman dalam mengambil kesimpulan hasil penelitian. Karakteristik identitas responden konsumen Catering Simple Aqiqah dapat dijelaskan sebagai berikut:

g. Jenis kelamin

Tabel 10 : Jenis Kelamin Responden Konsumen Catering Simple Aqiqah

| Jenis Kelamin | Orang | Persentase |
|---------------|-----------|-------------|
| Laki-Laki | 59 | 63% |
| Perempuan | 34 | 37% |
| Jumlah | 93 | 100% |

Sumber : Data Olahan Angket, 2020

Tabel 10 menunjukkan responden yang berjenis kelamin laki-laki lebih banyak yaitu sebesar 59 orang atau 63% dibanding jenis kelamin perempuan, yang berjumlah 34 orang atau sebesar 34%.

h. Umur Responden

Tabel 11 : Umur Konsumen Catering Simple Aqiqah

| Tingkat Umur | Jumlah Orang | Persentase |
|---------------|--------------|-------------|
| 23-25 | 31 | 33% |
| 26-28 | 30 | 32% |
| 29-31 | 11 | 12% |
| 31-34 | 11 | 12% |
| >34 | 10 | 11% |
| Jumlah | 93 | 100% |

Sumber : Data Olahan Angket 2020

Dari tabel 11 diketahui tingkat umur konsumen pada Catering Simple Aqiqah lebih banyak yang berumur 23-25 yaitu 31 orang atau sebesar 33%. Itu artinya konsumen yang menggunakan jasa Catering Simple Aqiqah lebih banyak yang berusia produktif.

i. Pendidikan Terakhir Responden

Tabel 12 : Tingkat pendidikan Terakhir Konsumen Catering Simple Aqiqah

| Tingkat Pendidikan | Jumlah Orang | Persentase |
|--------------------|--------------|-------------|
| SMA/SMK/MA | 10 | 11% |
| Akademi Diploma | 17 | 18% |
| Sarjana | 28 | 30% |
| Pasca Sarjana | 38 | 41% |
| Jumlah | 93 | 100% |

Sumber: Data Olahan 2020

Dari Tabel 12 Dapat dilihat bahwa tingkat pendidikan konsumen yang menggunakan jasa Catering Simple Aqiqah sebagian besar berpendidikan Pasca Sarjana yaitu sebanyak 38 orang atau sebesar 41%.

j. Pekerjaan Konsumen

Tabel 13 : Jenis Pekerjaan Konsumen Catering Simple Aqiqah

| Pekerjaan Responden | Jumlah Orang | Persentase |
|---------------------|--------------|-------------|
| Wiraswasta | 29 | 31% |
| Karyawan | 15 | 16% |
| Karyawan BUMN | 6 | 6% |
| PNS | 37 | 40% |
| TNI/POLRI | 1 | 1% |
| Lain-lain | 5 | 5% |
| Jumlah | 93 | 100% |

Sumber : Data Olahan 2020

Dari tabel 13 dapat dilihat bahwa pekerjaan konsumen Catering Simple Aqiqah kebanyakan berasal dari PNS sebesar 37 orang atau 40%.

k. Penghasilan Konsumen

Tabel 14 : Tingkat Penghasilan Konsumen Catering Simple Aqiqah

| Tingkat Penghasilan | Jumlah Orang | Persentase |
|-----------------------|--------------|-------------|
| <3.000.000 | 15 | 16% |
| 3.000.000 – 4.500.000 | 20 | 22% |
| 4.500.000 – 6.500.000 | 25 | 27% |
| >6.500.000 | 33 | 35% |
| Jumlah | 93 | 100% |

Sumber : Data Olahan 2020

Dari tabel 14 dilihat bahwa konsumen yang memiliki penghasilan >6.500.000 lebih banyak menggunakan jasa Catering Simple Aqiqah yang berjumlah 33 orang atau sebesar 35%.

2. Hasil Angket dari Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 15 : Hasil rekapitulasi perhitungan data angket dimensi kualitas layanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru.

| No | Pernyataan | Rekapitulasi Perhitungan Data Angket | | | | | Jumlah |
|----|------------|--------------------------------------|----|----|----|-----|-----------|
| | | SS | S | N | TS | STS | |
| 1 | 1 | 18 | 46 | 28 | 1 | 0 | 93 |
| 2 | 2 | 19 | 48 | 25 | 1 | 0 | 93 |
| 3 | 3 | 21 | 37 | 34 | 1 | 0 | 93 |
| 4 | 4 | 23 | 40 | 27 | 3 | 0 | 93 |
| 5 | 5 | 20 | 44 | 25 | 4 | 0 | 93 |
| 6 | 6 | 21 | 40 | 27 | 5 | 0 | 93 |
| 7 | 7 | 27 | 36 | 26 | 4 | 0 | 93 |
| 8 | 8 | 22 | 37 | 31 | 3 | 0 | 93 |

| | | | | | | | |
|----------------------------------|----|-------------|-------------|-------------|------------|----------|-------------|
| 9 | 9 | 26 | 36 | 28 | 3 | 0 | 93 |
| 10 | 10 | 33 | 27 | 29 | 4 | 0 | 93 |
| Jumlah | | 230 | 391 | 280 | 29 | 0 | 930 |
| Nilai Skor | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| Total Skor | | 1150 | 1564 | 840 | 58 | 0 | |
| Grand Total Skor | | | | | | | 3612 |
| Rata-Rata Skor Penelitian | | | | | | | 361 |
| Presentase | | 31,8 | 43,3 | 23,2 | 1,6 | 0 | |
| | | 4 | 0 | 6 | | | |

Sumber : Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat sebagian konsumen menyetujui bahwa dalam memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia harus memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, dapat dilihat dengan tingginya responden yang menyatakan setuju dengan persentase 43,30%.

3. Hasil Angket dari Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

Tabel 16 : Hasil rekapitulasi perhitungan data angket dimensi kepuasan konsumen Catering Simple Aqiqah Pekanbaru.

| No | Pernyataan | Rekapitulasi Perhitungan Data Angket | | | | | |
|----|------------|--------------------------------------|----|----|----|-----|-----------|
| | | SS | S | N | TS | STS | Jumlah |
| 1 | 1 | 23 | 51 | 19 | 0 | 0 | 93 |
| 2 | 2 | 24 | 39 | 26 | 4 | 0 | 93 |
| 3 | 3 | 26 | 35 | 30 | 2 | 0 | 93 |
| 4 | 4 | 19 | 47 | 22 | 5 | 0 | 93 |
| 5 | 5 | 20 | 37 | 33 | 3 | 0 | 93 |
| 6 | 6 | 24 | 43 | 22 | 4 | 0 | 93 |
| 7 | 7 | 17 | 35 | 32 | 9 | 0 | 93 |

| | | | | | | | |
|----------------------------------|----|-------------|-------------|-------------|------------|----------|-------------|
| 8 | 8 | 23 | 40 | 24 | 6 | 0 | 93 |
| 9 | 9 | 27 | 42 | 20 | 4 | 0 | 93 |
| 10 | 10 | 26 | 43 | 18 | 6 | 0 | 93 |
| Jumlah | | 229 | 412 | 246 | 43 | 0 | |
| Nilai Skor | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 | |
| Total Skor | | 1145 | 1648 | 738 | 86 | 0 | |
| Grand Total Skor | | | | | | | 3617 |
| Rata-Rata Skor Penelitian | | | | | | | 362 |
| Presentase | | 31,6 | 45,5 | 20,4 | 2,3 | 0 | |
| | | 6 | 6 | 0 | 8 | | |

Sumber :Data Olahan 2020

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian responden memiliki dimensi Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan tanggapan tersebut di tandai dengan tingginya responden yang menyatakan setuju yaitu dengan presentase 45,56%.

C. Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji yang digunakan dalam penelitian ada (2) yaitu:

a. Uji Validitas

Pengukuran validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *Corrccted Item-Total Correlation* dengan taraf signifikan 5 ($\alpha=0,05$) artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Tabel 17: Hasil Uji Validitas

| Variabel | Item | <i>Corrected Item-Total Correlation/R hitung</i> | r table $\alpha=0,05$ | Keterangan |
|----------|------|--|--------------------------|------------|
| X | X1 | 0,419 | 0,2039 | Valid |
| | X2 | 0,537 | 0,2039 | Valid |
| | X3 | 0,670 | 0,2039 | Valid |
| | X4 | 0,633 | 0,2039 | Valid |
| | X5 | 0,643 | 0,2039 | Valid |
| | X6 | 0,643 | 0,2039 | Valid |
| | X7 | 0,722 | 0,2039 | Valid |
| | X8 | 0,650 | 0,2039 | Valid |
| | X9 | 0,605 | 0,2039 | Valid |
| | X10 | 0,652 | 0,2039 | Valid |
| Y | Y1 | 0,510 | 0,2039 | Valid |
| | Y2 | 0,754 | 0,2039 | Valid |
| | Y3 | 0,555 | 0,2039 | Valid |
| | Y4 | 0,682 | 0,2039 | Valid |
| | Y5 | 0,547 | 0,2039 | Valid |
| | Y6 | 0,576 | 0,2039 | Valid |
| | Y7 | 0,481 | 0,2039 | Valid |
| | Y8 | 0,653 | 0,2039 | Valid |
| | Y9 | 0,678 | 0,2039 | Valid |
| | Y10 | 0,660 | 0,2039 | Valid |

Sumber : Data Olahan *IBM SPSS Statistics 22*

Diketahui nilai r tabel sebesar 0,2039 (lihat tabel r) dan nilai ini dibandingkan dengan nilai r hitung. Nilai r hitung dalam uji ini adalah pada kolom *Item-Total Statistics (Corrected Item-Total Correlation)*. Dan dari tabel diatas menunjukkan bahwa butir pernyataan mempunyai nilai korelasi yang dari r tabel. Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar 0,6 atau lebih. Reliabilitas ini akan dilakukan pada butir-butir pertanyaan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya.

Dan jumlah butir pertanyaan yang dapat diuji pada uji reliabilitas ini sebanyak 20 butir. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 18 :Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Cronbach alpha | Total Cronbach alpha variabel | Keterangan |
|----------|----------------|-------------------------------|------------|
| X | 0,60 | 0,845 | Reliabel |
| Y | 0,60 | 0,896 | Reliabel |

Sumber : Data Olahan *IBM SPSS Statistics 22*

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* diatas dapat disimpulkan bahwa 20 butir pernyataan tentang Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan dapat dinyatakan valid dan Reliabel untuk mengukur variabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi, variable pengganggu atau residual memiliki distribusi

normal atau tidak. Untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

Tabel 19 : Hasil Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|---------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 93 |
| Normal | Mean | ,0000000 |
| Parameters ^{a,b} | Std. Deviation | 3,17669355 |
| Most | Absolute | ,068 |
| Extreme | Positive | ,068 |
| Differences | Negative | -,062 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | ,654 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,786 |

a. Test distribution is Normal.

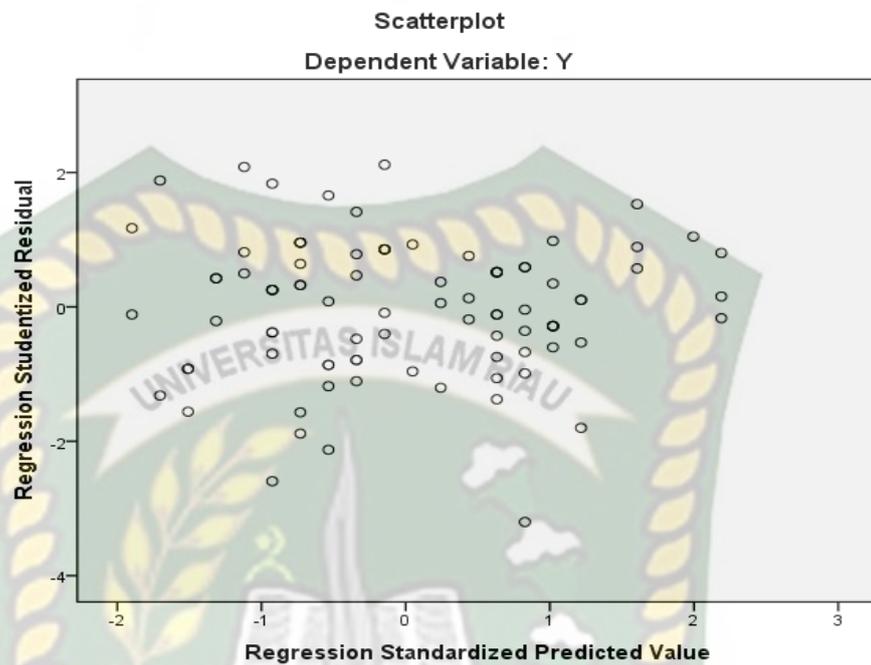
Sumber : Data Olahan *IBM SPSS Statistics 22.0*

Berdasarkan uji normalitas pada tabel 31 terlihat bahwa nilai signifikan variable $> \alpha$ yaitu $0,786 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa model berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari satu pengamatan ke pengamatan lain.

Tabel 20 : Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan *IBM SPSS Statistics 22.0*

Hasil pengujian di atas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y. maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditentukan adanya korelasi antara variable bebas (independen).

Tabel 21 : Hasil Uji Multikolinearitas

| Model | Collinearity Statistics | |
|--------------|-------------------------|-------|
| | Tolerance | VIF |
| 1 (Constant) | | |
| X | 1,000 | 1,000 |

Sumber : Data Olahan *IMB SPSS Statistics 22.0*

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai VIF seluruh variable < 10 dan tolerance $> 0,1$, maka dapat diketahui bahwa tidak ada multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Sederhana

Hasil perhitungan analisis regresi melalui SPSS, maka diperoleh nilai-nilai untuk variable bebas dan terikat, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22 : Hasil Uji Regresi Sederhana Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| (Constant) | 8,074 | 2,605 | | 3,099 | ,003 |
| 1 Kualitas Layanan | ,789 | ,066 | ,780 | 11,875 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Pada tabel di atas, maka dapat disusun persamaan regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,074 + 0,789X$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah :

- 1) Nilai $a = 8,074$, menunjukkan bahwa apabila nilai variable $X=0$, maka nilai variable sebesar $8,074$.
- 2) Nilai $b = 0,789$ menunjukkan bahwa apabila nilai variable Kualitas Layanan (X) meningkat satu-satuan, maka variabel Kepuasan Konsumen (Y) akan mengalami peningkatan sebesar $0,789$ satuan dengan asumsi variabel X tetap dan konsisten.

b. Uji-t (Uji Parsial)

Uji-t dilakukan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan Uji-t (Uji Parsial) dengan menggunakan bantuan Program *SPSS For Windows versi 22*, maka hasil Uji-t dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 23 : Perhitungan Uji-t Coefficients^a

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | 8,074 | 2,605 | | 3,099 | ,003 |
| Kualitas Layanan | ,789 | ,066 | ,780 | 11,875 | ,000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Dari pengolahan tabel di atas diketahui bahwa nilai thitung variabel kualitas layanan(X) sebesar $11,875$ dan nilai ttabel $1,986$

dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 90 ($dk=n-k-2$) maka terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $11,875 > 1.986$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a di terima dan H_o ditolak, sehingga dapat dikatakan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada catering simple aqiqah.

c. Koefisien korelasi

Tabel 24 : Hasil Koefisien Korelasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,780 ^a | ,608 | ,603 | 3,23441 |

Dari pengolahan table di atas dapat diketahui bahwa nilai R menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Diketahui nilai R sebesar 0,780 atau sebesar 78,0%. Artinya korelasi antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen memiliki hubungan yang kuat.

d. Koefisien Determinasi

Tabel 25 : Hasil Koefisien Determinasi

| Model Summary ^b | | | | |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | ,780 ^a | ,608 | ,603 | 3,23441 |

Nilai *R Square* sebesar 0,608. Artinya adalah bahwa kontribusi pengaruh variabel dependen (Kepuasan konsumen) terhadap variabel independen (Kualitas layanan) adalah sebesar 60,8% sedangkan sisanya sebesar 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat diketahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen itu adalah kualitas layanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan produk-produk fisik. Faktor keunggulan catering simple aqiqah Pekanbaru yaitu melakukan transaksi yang simple sesuai dengan namanya dan juga memberikan souvenir kepada konsumen yang menggunakan jasanya.

Dari hasil diatas, penulis melakukan pengujian pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, dan berdasarkan uji hipotesis dapat diketahui:

1. Hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dalam uji-t atau uji parsial yang memberikan hasil thitung (11,875) lebih besar dari nilai tabel (1,986). Ini berarti diketahui bahwa variable X (kualitas layanan) berpengaruh terhadap variable Y (kepuasan konsumen).
2. Diketahui besarnya koefisien korelasi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 0,780 atau sebesar 78,0% . Ini merupakan hubungan yang cukup kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di catering simple aqiqah Pekanbaru.
3. Kemudian analisis terakhir yang penulis gunakan yaitu koefisien determinasi, yang menunjukkan seberapa besar kontribusi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil analisis diketahui besarnya nilai kontribusi antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 60,3% dan sisanya 30,7% dipengaruhi oleh faktor lain.
4. Kepuasan konsumen dalam Islam bisa didapat dengan merasakan pelayanan yang baik. Sesuai ajaran dalam Alquran yang telah memerintahkan agar kaum muslim bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan jika berbicara dengan orang lain. Selain itu indikator kepuasan konsumen juga sesuai dengan ajaran Allah dan Hadist Nabi yaitu kualitas produk yang baik, harga yang sesuai dengan produk yang didapatkan, kualitas layanan yang bagus, faktor

emosional yang bisa menghadapi keluhan konsumen dan biaya dan kemudahan agar konsumen mudah dalam mendapatkan kebutuhan yang ia inginkan.

5. Dimensi daya tanggap termasuk kriteria kualitas layanan dalam perspektif Islam karena daya tanggap merupakan kemampuan untuk melayani pelanggan dengan baik, sesuai dengan anjuran Islam yaitu selalu memberikan barang dan jasa dengan baik kepada setiap konsumennya.
6. Dimensi empati juga termasuk kriteria kualitas layanan dalam perspektif Islam, karena empati merupakan rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individu kepada konsumen, sesuai dengan ajaran Islam yaitu berperilaku sopan dan lemah lembut kepada setiap konsumennya (Zulkifli, Vol:1:12).
7. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas layanan terdapat pengaruh. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan (Halida Utami, 2013) mengatakan bahwa kualitas layanan terdapat pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil pembahasan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya yang membahas tentang kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru maka penulis dapat menyusun beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil uji parsial diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada catering simple aqiqah Pekanbaru.

Adapun hasil koefisien korelasi yang menyatakan adanya hubungan yang cukup kuat antara kualitas layanan terhadap tingkat kepuasan konsumen catering simple aqiqah Pekanbaru.

Pada uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa terdapat kontribusi antara variabel X (kualitas layanan) terhadap variabel Y (kepuasan konsumen).

B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis berikan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dalam kaitan jaminan sebaiknya catering simple aqiqah pekanbaru memberikan jaminan atas segala sesuatu

yang mungkin terjadi kepada konsumen seperti memberikan diskon apabila terjadi kesalahan.

2. Berdasarkan hasil penelitian dalam kaitan emosi sebaiknya catering simple aqiqah selalu memberikan produk dan layanan yang lebih memuaskan agar para konsumen bisa memberikan informasi kepada keluarganya dan menggunakan kembali jasa catering simple aqiqah.
3. Catering simple aqiqah Pekanbaru sebaiknya mempunyai label halal yang sudah terferifikasi agar dapat menjaga kepercayaan dan keamanan konsumen.



DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Daryanto, setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Gava Media, Yogyakarta.
- Departemen Agama, 2013, *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Alfatih, Jakarta.
- Gaspersz, Vincent. 2001. *Total Quality Management*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hafidudin, Tanjung. 2003. *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktek*. Gema Insani Inpress, Jakarta.
- Hasan, Iqbal. 2010. *Pokok-Pokok Materi Statistik 2*. Bumi Aksara, Jakarta.
- Ibrahim, Ahmad. 2008. *Manajemen Syariah*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Irawan, Handi. 2003. *Indonesian Customer Satisfaction*. Elen Media Kompatindo, Jakarta.
- Jakfar, Kasmir. 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*. Kencana, Jakarta.
- Jariban. 2006. *Fiqh Ekonomi Umar bin Al-Khatab*. Khalifah, Jakarta.
- Khatimah, Husnul. 2010. *Penerapan Syariah Islam*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Edisi Ketiga*. Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) STIM YKPN, Yogyakarta.
- Lupiyodo, Rambat. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat, Jakarta.
- Muflih, M. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. PT.Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Nasution, Harun, Effendi. 2006. *Hak Asasi Manusia Dalam Islam*. Yayasan Obor Indonesia. Jakarta.
- Priansa, Juni, Donni. 2017. *Perilaku Konsumen*. alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. 2010. *studi kelayakan bisnis*. Andi Offset, Yogyakarta.

Sanusi, Anwar. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.

Sunarto, Riduwan. 2014. *Pengantar Statistika*. Alfabeta, Bandung.

Sunyoto. 2011. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. CAPS, Yogyakarta.

Supranto, j. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Konsumen*. Rineka Cipta, Jakarta.

Sopiah, Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. C.V Andi Offset, Yogyakarta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.

_____ 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi Offset, Yogyakarta.

Ambardi, Juniawan, 2014, Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Nasabah Pada Bank Umum Syariah Di Jakarta, *Jurnal Liquidity*, Vol.3, P.52.

Annafik, Faikar Aldaan, 2012, Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha, *E- jurnal Ekonomi*. Vol.3, P.25.

Bakhri, Boy Syamsul, 2018 , Perspektif Ekonomi Syariah Tentang Peranan Bank Sampah Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Tempatan, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol.1, P.32.

Bakhri, Boy Syamsul, 2011 , Sistem Ekonomi Islam Dalam Perbandingan, *Jurnal Al-hikmah*, Vol.8, P.44.

Kusumawati, dkk, 2014, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Vol. 15. P.3.

Permata, Lolyta, 2016, Pengaruh Kinerja Karayawan Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim Pada PT.Prudential Life Assurance Pru Future Team Syariah Pekanbaru, *Jurnal Al-Hikmah*. Vol.13, P. 156-157.

Sunarti, dkk, 2016, Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan, *E- Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 37. P. 172-176.

Supian Sauri, 2017, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Dan Kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur, *Tesis*, Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Utami, Halida, 2013, Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pelanggan Pada Usaha Dagang Ria Catering Pekanbaru, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Zulkifli, 2020, Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Bagian Haji Dan Umrah Kantor Kementerian Agama Kota Pekanbaru, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol. 3. P.3.

Zulkifli, 2018, Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Pegadaian (PERSERO) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pegadaian Soebrantas, *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, Vol.1, P. 1-12.

https://id.m.wikipedia.org/wiki/Jasa_boga