

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

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN JAMAAH
MASJID AGUNG AR-RAHMAN KOTA PEKANBARU**

SKRIPSI

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



Oleh:

DOLIL NASUTION
NPM: 132310075

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

2020

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dolil Nasution
NPM : 132310075
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : “Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jamaah Masjid
Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru”

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya buat adalah benar hasil karya saya, 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, 11 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan



Dolil Nasution
132310075

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesempatan dan kemampuan untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru. Selanjutnya shalawat dan salam juga penulis hadiahkan buat junjungan alam yakni Nabi besar Muhammad SAW yang telah mengajarkan nilai tauhid dan jalan kebenaran kepada umatnya.

Rumah ibadah merupakan sarana keagamaan yang penting bagi pemeluk agama di suatu tempat. Selain sebagai simbol “keberadaan” pemeluk agama, rumah ibadah juga sebagai tempat penyiaran agama dan tempat melakukan ibadah. Artinya fungsi rumah ibadah di samping sebagai tempat peribadahan diharapkan dapat memberikan dorongan yang kuat dan terarah bagi jamaahnya, agar kehidupan spiritual keberagamaan bagi pemeluk agama tersebut menjadi lebih baik dan salah satu tempat ibadah yang dimaksud adalah masjid.

Dalam hal ini masjid harus memiliki pelayanan yang membutuhkan suatu tenaga atau sumber daya manusia yang dalam hal ini ialah pengurus masjid/takmir. Terbentuknya suatu pengurus sangat penting bagi terjalannya sebuah kepentingan. Tujuan dari adanya sebuah kepengurusan dalam suatu organisasi adalah untuk mencapai suatu tujuan. Dalam proses meraih hasil yang sudah ditetapkan pasti akan memerlukan

sebuah pelayanan yang prima dari pengurus kepada target, dalam hal ini target nya adalah jamaah/ umat muslim.

Penulis menyadari tentunya masih banyak kekurangan dalam penulisan Proposal ini. Dengan keterbatasan kemampuan dan cakrawala berpikir penulis serta keterbatasan waktu dan kesempatan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Proposal ini dengan judul :**“Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru”**.

Dalam penulisan ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, bimbingan, petunjuk, dan dorongan secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH, MCL. selaku Rektor UIR Pekanbaru serta seluruh staf.
2. Bapak Dr. Zulkifli, MM, ME,Sy. selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau Pekanbaru.
3. Bapak Muhammad Arif SE. MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Riau.
4. Pembimbing Muhammad Arif SE. MM yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, bimbingan, saran, dan nasehat kepada penulis dalam melakukan penulisan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen serta Staf Karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau yang membekali penulis segudang ilmu pengetahuan yang sangat berarti selama duduk dibangku kuliah.

6. Terkhusus kepada kedua orang tua Ayah Pahri Nasution dan Ibu Deniati Lubis, terima kasih atas semua kasih sayang dan nasehat yang diberikan, atas berkah do'a mereka juga Skripsi ini dapat saya selesaikan.
7. Adik-adik kandung dan keluarga yang sudah banyak membantu dan mendo'akan saya, Irma Juita Nasution, M. Ghazali Nasution, Ahmad Suwandi Nasution, Hadisah Nasution, Taufiq Adha Ritonga dan seluruh Keluarga Besar.
8. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2013 yang telah banyak membantu dan memberi motivasi dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Akhir kata, penulis berdo'a kepada Allah SWT. Semoga arahan dan bimbingan yang telah diberikan menjadi amal ibadah serta mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda dari-Nya. Amin ya Rabbal'Alamin.

Pekanbaru, 11 Agustus 2020

Penulis

DOLIL NASUTION
NIM : 132310075

ABSTRAK

PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN JAMAAH MASJID AGUNG AR-RAHMAN KOTA PEKANBARU

DOLIL NASUTION

132310075

Latar belakang dari penelitian ini adalah pelayanan bagi anggota jamaah masjid dapat menambah kepercayaan bagi anggota jamaah masjid. Kata kunci “pelayanan” perlu dikembangkan di lingkungan masjid. Disisi lain pada hakekatnya anggota jamaah masjid mampu memberikan penilaian kepada kualitas kepengurusan masjid yang dimana akan menjadi koreksi bagi pengurus untuk selalu meningkatkan kualitas manajemen kepengurusan dari pengurus masjid. Rumusan dalam penelitian ini adalah Apakah core servise, facilitating service, supporting service berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh core servise, facilitating service, supporting service secara parsial dan simultan terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Metodologi dalam penelitian ini adalah filed research dengan metode kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1060 dengan jumlah sampel diambil sebanyak 91 jama’ah dengan menggunakan rumus slovin. Pengolahan data menggunakan spps for windows 23,0. Berdasarkan hasil dalam penelitian ini di peroleh (1) variabel core service pengaruh positif terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.(2) variabel facilitating service pengaruh positif terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. .(3) variabel supporting service pengaruh positif terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Secara simultan pelayanan prima berpengaruh terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Artinya variabel core servise, facilitating servise, supporting service berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan jama’ah di mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Kata Kunci : Pelayanan Prima, Core Servise, Facilitating Service, Supporting Service, Kepuasan Jama’ah.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF EXCELLENT SERVICE ON CONGREGATION SATISFACTION AT THE AR-RAHMAN GREAT MOSQUE OF PEKANBARU CITY

DOLIL NASUTION

132310075

The background of this study is the service provided for the mosque congregation can build trust among its members. The term "service" needs to be developed in the mosque area. On the other hand, in essence, the members of mosque congregation are able to rate the quality of mosque's management which will be an input for the administrators to keep improving the quality of service. The problem formulation of this study is whether the core service, facilitating service, and supporting service influence the congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. The aim of this study is to investigate the influence of core service, facilitating service and supporting service on congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. The method of this study is filed research with a quantitative approach. The population of this study consists 1060 people and the sample consists of 91 people. The sampling technique used is the Slovin formula. The data are performed by using SPSS for windows 23.0. The results of this study show that: (1) the variable of core service has a positive influence on congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. (2) the variable of facilitating service has a positive influence on congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. (3) the variable of supporting service has a positive influence on congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. Simultaneously, the excellent service influences the congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City. It means that the variables of core service, facilitating service, and supporting service have a simultaneous influence on the congregation satisfaction at the Ar-Rahman Great Mosque of Pekanbaru City.

Keywords: Excellent Service, Core Service, Facilitating Service, Supporting Service, Congregation Satisfaction.

الملخص

تأثير الخدمة الأولية على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو

دول ناسوتيون

132310075

خلفية هذا البحث هي أن الخدمات الأولية لأعضاء جماعة المسجد يمكن أن تزيد الثقة لأعضاء جماعة المسجد. من ناحية أخرى، في الأساس، يمكن لأعضاء جماعة المسجد تقديم تقييم لجودة إدارة المسجد والذي سيكون بمثابة تصحيح للمسؤولين لتحسين جودة إدارة مسؤولي المسجد دائماً. إن الصياغة في هذا البحث هي ما إذا كانت الخدمة الأساسية وخدمة التسهيل وخدمة الدعم تؤثر جزئياً وفي نفس الوقت على رضا المصلين في مسجد الرحمن الكبير، مدينة باكنبارو. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد تأثير الخدمة الأساسية، وتسهيل الخدمة، والخدمة المساندة جزئياً وفي نفس الوقت على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو. المنهجية في هذا البحث هي البحث الميداني بالطرق الكمية. كان عدد المجتمع في هذا البحث 1060 مع عينة إجمالية من 91 جماعة باستخدام صيغة سلفين معالجة البيانات باستخدام برنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية لنظام التشغيل الويندوش 23.0. بناءً على نتائج هذه البحث، تم الحصول على (1) أن متغير الخدمة الأساسية كان له تأثير إيجابي على الرضا الجماعي في مسجد الرحمن الكبير بمدينة باكنبارو. (2) كان لمتغير الخدمة التيسيرية تأثير إيجابي على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو. (3) الخدمة الداعمة المتغيرة لها تأثير إيجابي على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو. في الوقت نفسه، تؤثر الخدمة الممتازة على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو. وهذا يعني أن متغيرات الخدمة الأساسية وخدمة التسهيل والخدمة المساندة لها تأثير متزامن على إرضاء جماعة مسجد أغونغ الرحمن بمدينة باكنبارو.

الكلمات الرئيسية: الخدمة الممتازة، الخدمة الأساسية، الخدمة التيسيرية، الخدمة المساندة،

إرضاء الجماعة.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pelayanan Prima	8
1. Pengertian Pelayanan Prima	8
2. Pelayanan Prima dalam Persepektif Islam	11
3. Arti Penting Pelayanan Prima	13
4. Faktor-Faktor yang mempengaruhi pelayanan	15
5. Tujuan, manfaat dan fungsi pelayanan	17
6. Ciri-ciri pelayanan yang baik	21
B. Masjid	23
1. Pengertian Masjid	23

2. Fungsi Masjid.....	25
3. Pengurus Masjid.....	27
4. Jamaah Masjid.....	28
C. Kepuasan	28
1. Pengertian Kepuasan.....	28
D. Tinjauan Penelitian Relevan.....	31
E. Konsep Operasional.....	34
F. Kerangka Konseptual	36
G. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Waktu dan Tempat Penelitian.....	39
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	39
D. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	40
E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	41
1. Sumber Data.....	41
2. Teknik Pengumpulan Data.....	42
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	42
1. Teknik pengolahan data.....	43
2. Metode analisis data.....	44
G. Uji Instrumen.....	44

1. Uji Validitas	45
2. Uji Reabilitas.....	45
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
H. Uji Hipotesis.....	47
1. Persamaan Regresi Berganda.....	47
2. Uji Parsial (Uji t).....	47
3. Uji Simultan(Uji-F).....	48
4. Koefisien Korelasi.....	48
5. Koefisien Determinasi.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru	50
B. Karakteristik Responden.....	51
1. Usia Responden.....	52
2. Pendidikan responden	52
3. Pekerjaan responden.....	53
4. Alasan beribadah di Masjid Agung Ar-Rahman.....	53
C. Analisis Deskriptif Statistik.....	54
D. Uji Instrumen.....	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	60
E. Uji Asumsi Klasik.....	63
1. Uji Normalitas	63
2. Uji Multikolinearitas.....	64

3. Uji Heterokedasitas.....	65
F. Uji Hipotesis.....	66
1. Uji persamaan regresi linier berganda.....	66
2. Uji Parsial(Uji t)	67
3. Uji Simultan (Uji-F).....	69
4. Koefisien Korelasi.....	69
5. Koefisien Determinasi.....	70
G. Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	75
DAFTAR KEPUSTAKAAN	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Tinjauan penelitian Relevan	31
Tabel 2 : Konsep Operasional	34
Tabel 3 : Jadwal penelitian	39
Tabel 4 : Interpretasi Koefisien Korelasi	48
Tabel 5 : Usia Responden	52
Tabel 6 : Pendidikan Responden	52
Tabel 7 : Pekerjaan Responden	53
Tabel 8 : Alasan Beribadah	53
Tabel 9 : Rekapitulasi data hasil angket Variabel Core Service	54
Tabel 10 : Rekapitulasi data hasil angket Variabel Facilitating Service	55
Tabel 11 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Supporting Service	56
Tabel 12 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Kepuasan Jamaah	57
Tabel 13 : Hasil Uji Validitas	58
Tabel 14 : Hasil Uji Reabilitas	61
Tabel 15 : Hasil Uji Normalitas	63
Tabel 16 : Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 17 : Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 18 : Hasil Uji Parsial (Uji t)	67
Tabel 19 : Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 20 : Koefisien korelasi	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1: Kerangka Konseptual	36
Gambar 2 : Hasil Uji Heterokedsitas.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Surat Keterangan Penetapan Dosen Pembimbing dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Lampiran 2: Surat Keterangan Permohonan Riset dari Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau.
- Lampiran 3: Surat Balasan Riset dari Pengurus Masjid Ar-Rahman Kota Pekanbaru
- Lampiran 4: Angket Penelitian.
- Lampiran 5: Tabulasi Data Responden.
- Lampiran 6: Hasil Output SPSS dari Hasil Uji Instrumen.
- Lampiran 7: Hasil Output SPSS dari Hasil Uji Asumsi Klasik.
- Lampiran 8: Hasil Output SPSS dari Hasil Uji Hipotesis.
- Lampiran 9: Dokumentasi Penelitian.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Rumah ibadah merupakan sarana keagamaan yang penting bagi pemeluk agama di suatu tempat. Selain sebagai simbol “keberadaan” pemeluk agama, rumah ibadah juga sebagai tempat penyiaran agama dan tempat melakukan ibadah. Artinya fungsi rumah ibadah di samping sebagai tempat peribadahan diharapkan dapat memberikan dorongan yang kuat dan terarah bagi jamaahnya, agar kehidupan spiritual keberagaman bagi pemeluk agama tersebut menjadi lebih baik dan salah satu tempat ibadah yang dimaksud adalah masjid (Asnawati, 2004: 38).

Masjid sebagai rumah Allah harusnya menjadi tempat cari solusi bagi jamaahnya. Maka dari itu menjadi kewajiban pengurus masjid untuk memberikan solusi dari setiap persoalan jamaahnya agar terbangun manajemen keagamaan masjid dengan baik. Maka secara tidak langsung keberadaan masjid telah memberikan kontribusinya dalam rangka membangun pengetahuan keagamaan masyarakat. Masjid berperan mempertahankan nilai yang menjadi kebudayaan Islam. Selain itu juga masjid dapat berperan dalam membangun masyarakat yang agamis, sehingga mampu memberdayakan serta mengembangkan masyarakat sekitar masjid dan diluarnya dari berbagai macam keterbelakangan.

Dalam hal ini mesjid harus memiliki pelayanan yang membutuhkan suatu tenaga atau sumber daya manusia yang dalam hal ini ialah pengurus masjid/takmir. Terbentuknya suatu pengurus sangat penting bagi terjalannya sebuah

kepentingan. Tujuan dari adanya sebuah kepengurusan dalam suatu organisasi adalah untuk mencapai suatu tujuan. Dalam proses meraih hasil yang sudah ditetapkan pasti akan memerlukan sebuah pelayanan yang prima dari pengurus kepada target, dalam hal ini target nya adalah jamaah/ umat muslim.

Disini peningkatan mutu/kualitas pelayanan bagi anggota jamaah masjid dapat menambah kepercayaan bagi anggota jamaah masjid. Kata kunci “pelayanan” perlu dikembangkan di lingkungan masjid. Disisi lain pada hakekatnya anggota jamaah masjid mampu memberikan penilaian kepada kualitas kepengurusan masjid yang dimana akan menjadi koreksi bagi pengurus untuk selalu meningkatkan kualitas manajemen kepengurusan dari pengurus masjid. Melaksanakan manajemen masjid secara serius tetapi luwes dan santai, serta ada peningkatan dalam kinerjanya (Sutarmadi, 2012: 21).

Salah satunya seperti Masjid Agung Ar-Rahman di Kota Pekanbaru yang telah memiliki Sekreteriat kepengurusan manajemen sendiri. Lokasi bangunan Masjid Ar-Rahman merupakan tanah wakaf dari Raden Sastro Pawiro Djaya Diningrat. Pembangunan masjid ini dilakukan dengan swadaya masyarakat yang berada di sekitar Jalan Sumatra dan wilayah Pekanbaru hingga ke Tangkerang. Raden Sastro merupakan donatur terbesar dan yang berperan penting dalam pembangunan masjid ini.

Pembangunan masjid ini dimulai tahun 1930 hingga 1935. Saat itu, di sekitar masjid terdapat tiga rumah panggung. Raden bersama masyarakat berswadaya membangun satu-satunya masjid yang berada di tengah kota itu. Konsep pembangunan juga sangat sederhana. Dinding, lantai, dan tiang masjid saat itu

hanya berasal dari papan biasa dengan atap daun dan bangunan berbentuk panggung dengan ketinggian 1 meter. Luas bangunan juga hanya 8x8 m². Masjid juga dicat menggunakan oli bekas, sehingga warna masjid sedikit hitam kecoklatan bergabung dengan warna papan.

Meski sederhana, warga Pekanbaru yang mayoritas Muslim saat itu terus memenuhi masjid tersebut. Mulai dari warga Jalan Sumatra, Tangkerang, Cut Nyak Dien, A Yani hingga di Jalan Pinang. Apalagi setelah tabuhan beduk disambut dengan suara azan terdengar saat masuknya waktu shalat. Melihat kondisi ini, sekitar tahun 1960 warga mulai berswadaya menurunkan bangunan masjid itu dari panggung menjadi tidak panggung. Namun kondisi bangunan tetap sama tanpa ada perubahan. Raden yang rumahnya saat itu berada tepat di atas tanah yang saat ini berdiri gedung delapan lantai PT Surya Dumai (*Sumber* : Masjid Ar-rahman Kota Pekanbaru).

Masjid ini juga adalah masjid Rayanya Kota Pekanbaru yang terletak di tengah kota Pekanbaru yang sering dikunjungi oleh masyarakat untuk beribadah baik yang ada di dalam kota ataupun luar Kota tentunya masjid ini selalu dipergunakan untuk tempat beribadah selain itu juga untuk kegiatan aktivitas Keagamaan umat Islam. Oleh sebab itu, Pengurus Masjid harus mampu memberikan pelayanan yang prima kepada para jamaah agar selalu aman dan tenang ketika beribadah serta semakin banyak jamaah yang datang ke masjid tersebut sebagaimana yang telah tercantum pada visi dan misi.

Menurut observasi pengurus jumlah jamaah Masjid Agung Ar-Rahman dalam 1 hari lebih kurang 1060 orang yang melaksanakan setiap 5 waktu sholat yang berbeda.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas peneliti tertarik untuk mengadakan pengkajian lebih dalam tentang **Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Core Service* berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru?
2. Apakah *facilitating Service* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru?
3. Apakah *Supporting Service* berpengaruh terhadap kepuasan jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru?
4. Apakah *Core Service*, *Facilitating Service*, dan *Supporting Service* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengaruh *Core Service* terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.
2. Untuk mengetahui Pengaruh *facilitating Service* terhadap kepuasan jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.
3. Untuk mengetahui Pengaruh *Supporting Service* terhadap kepuasan jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.
4. Untuk mengetahui Pengaruh *Core Service*, *Facilitating Service*, dan *Supporting Service* secara simultan terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara ilmiah temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dan keilmuan pada Pengurus Masjid Agung Ar-Rahman pada khususnya dan umumnya seluruh Masjid daerah Kota Pekanbaru.
2. Secara praktis temuan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan alat pembanding bagi pihak pengurus masjid atau pihak yang terkait di dalamnya dalam memberikan pelayanan untuk orang-orang yang sekitar sebagai wujud kontribusi sosial pada mesjid.

3. Penelitian ini diharapkan menjadi rujukan atau referensi penelitian berikutnya tentang pengaruh pelayanan prima terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui dan melihat secara keseluruhan terhadap masalah ini, penulisan penelitian ini disusun dengan suatu sistem yang diatur sedemikian rupa agar dapat mengarah kepada pembahasan serta sesuai dengan yang dikehendaki judul. Adapun sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II: LANDASAN TEORI

Pada bagian ini akan dijelaskan tentang Pelayanan Prima, Pengertian Pelayanan Prima, Arti Penting Pelayanan Prima, pelayanan prima perpektif Islam, Faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan, tujuan, Manfaat dan Fungsi Pelayanan Prima, Ciri-ciri Pelayanan yang baik; Masjid, Pengertian Masjid, Fungsi Masjid, Pengurus Masjid, Jamaah Masjid, Kepuasan tinjauan penelitian terdahulu.

BAB III: METODE PENELITIAN

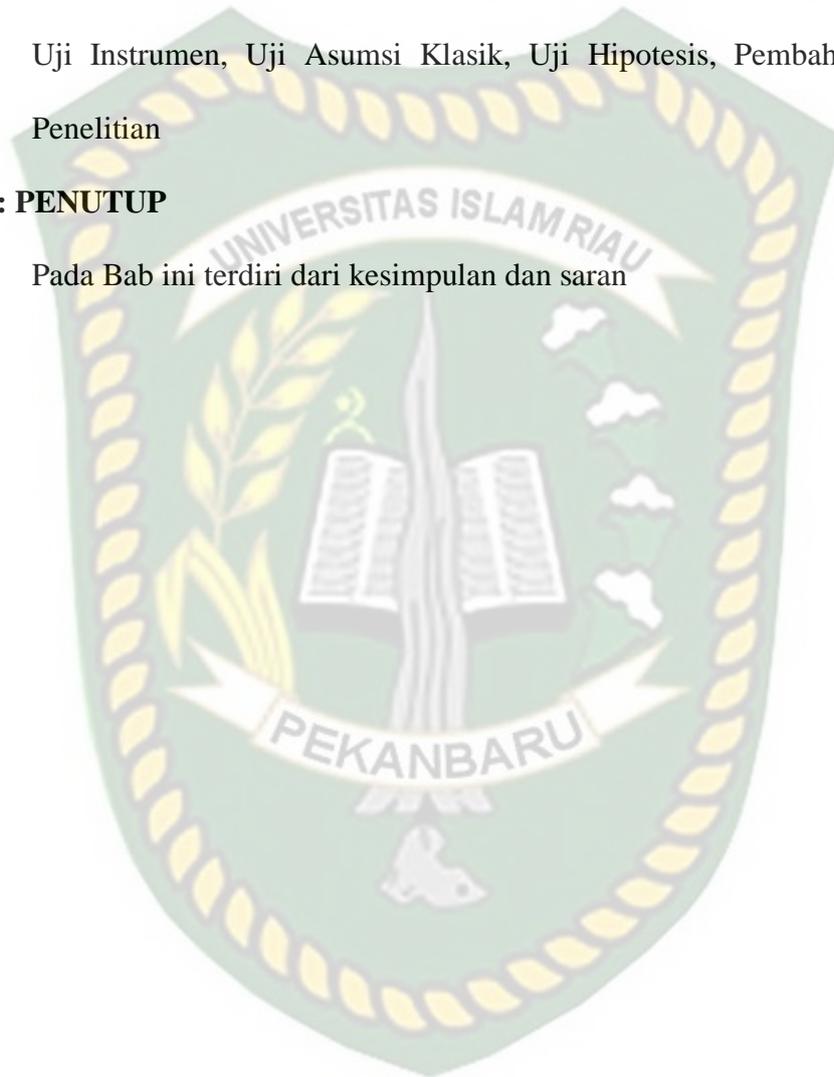
Pada Bab ini terdiri dari Lokasi Penelitian, Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Objek dan Subjek Penelitian, Teknik Pengumpulan Data; Teknik Pengolahan Data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini terdiri dari gambaran umum Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru, Karakteristik Responden, Analisis Deskriptif Statistik, Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis, Pembahasan Hasil Penelitian

BAB V: PENUTUP

Pada Bab ini terdiri dari kesimpulan dan saran



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pelayanan Prima

1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang atau organisasi yang bertujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan secara langsung untuk melayani pelanggan. Arti dari pelayanan itu sendiri adalah suatu kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki (Kasmir, 2006: 1).

Pelayanan/jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. (Wahyudi, 2013).

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok sebagai berikut :

- a. *Core Service* adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utamanya.
- b. *Facilitating Service* adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan.
- c. *Supporting Service* adalah merupakan pelayanan tambahan pendukung pelanggan (Gonroos, 1990:12).

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Di bawah ini adalah “sebagian kecil” ayat Al-Qur’an dan

hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Firman Allah SWT dalam Al-Quran surah Al Maidah ayat :2,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَجْلُوا شَعِيرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمْنَكُمْ شَيْئَانِ قَوْمٍ أَن يَصْدُوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya (Departemen Agama: Tahun 2014).

Penonjolan kemampuan inilah yang sebenarnya agak membedakan antara konsep pelayanan biasa dan pelayanan prima, karena tumpuan keberhasilan melaksanakan dan membudayakan pelayanan prima tidak terlepas dari kemampuan seseorang atau kelompok orang untuk melaksanakan layanan secara optimal dengan menggabungkan konsep kemampuan, sikap, penampilan, tindakan, dan tanggung jawab dalam proses pemberian layanan.

Sama juga artinya dengan cara perusahaan melakukan pelanggan terpenting mungkin. Mengapa pelanggan penting? karena pelanggan adalah orang yang paling penting bagi perusahaan, pelanggan tidak bergantung pada kita, tetapi kita yang bergantung pada pelanggan, pelanggan merupakan bagian kunci dari bisnis perusahaan. Yang patut kita garis bawahi, bahwa di dalam definisi layanan prima minimal harus ada tiga hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan terbaik, da

nada tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi kepada standar layanan tertentu.

Berikut adalah karakteristik tentang pelayanan yang menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

- a. Pelayanan bersifat tidak nyata, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan merupakan tindakan nyata yang sifatnya mempengaruhi tindakan sosial.
- c. Secara nyata produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan, karena kejadiannya bersamaan terjadi ditempat yang sama (Barata, 2003:25).

Sementara pelayanan prima adalah terjemahan dari istilah *excellent service* yang secara harfiah berarti pelayanan yang sangat baik dan atau pelayanan yang baik. Disebut sangat baik atau terbaik, karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. *service excellent* adalah bagaimana membuat pelanggan merasa penting dan diistimewakan. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Barata (2003:25) yang mengatakan bahwa *service excellent* merupakan pengembangan dari *customer care* dan *customer service*, dalam memberikan layanan terbaik. kepada pelanggan harus berorientasi kepada kepentingan para pelanggan, sehingga memungkinkan kita mampu memberikan kepuasan optimal.

Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. pelayanan tersebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang

dilayani (pelanggan), jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan (Tjiptono, 2008:85)

2. Pelayanan Prima dalam Perspektif Islam

Pelayanan prima adalah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk pelanggan atau nasabah agar mereka percaya dan tidak mengalami kebingungan dan keragu-raguan dengan proses transaksi produk yang rumit. Dituliskan juga dalam al-Quran surat al-Hujaraat:15.

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ﴿١٥﴾

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang beriman itu hanyalah orang-orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. mereka Itulah orang-orang yang benar. (Departemen Agama RI)

Saat memberikan sebuah pelayanan kepada nasabah sebaiknya dilakukan dengan sepenuh hati dan tanpa menambahkan sebuah kebohongan di dalamnya. Kejujuran dan pelayanan yang baik, ramah, sopan, dan membuat mereka merasa nyaman, itu akan membuat pelanggan senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

Allah SWT berfirman dalam al-Quran surat an-Nahl: 97:

مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنْثَىٰ وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيٰوةً طَيِّبَةً وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُم بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ ﴿٩٧﴾

Artinya: “Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, naik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman, maka sesungguhnya akan Kami berikan kepadanya kehidupan yang baik, dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan.” (Departemen Agama: Tahun 2014).

Dalam ayat tersebut ditekankan dalam ayat ini bahwa laki-laki dan perempuan dalam Islam mendapat pahala yang sama dan bahwa amal saleh harus disertai dengan iman. Pada saat memberikan pelayanan kepada nasabah, sikap melayani dan rendah hati yang melekat dalam diri karyawan dengan kemampuan berkomunikasi yang baik, upaya merebut hati pelanggan dengan memberi perhatian, berkomunikasi yang sopan, ramah serta murah senyum sehingga membuat pelanggan senang. Dan karyawan harus bisa menjaga amanah kepercayaan yang diberikan perusahaan dan nasabah untuk dapat melakukan pelayanan dengan baik.

3. Arti Penting Pelayanan Prima

- a. Layanan prima memiliki makna ekonomi.

Pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, meraih pangsa pasar yang besar, menciptakan kepemimpinan pasar dalam hal kualitas, mengatasi persaingan, melaksanakan tanggung jawab sosial dan sebagainya. Mempertahankan pelanggan lebih mudah dibandingkan mencari pelanggan yang baru karena mencari pelanggan yang baru lebih sulit,

manajemen perlu ekstra bekerja keras dan membutuhkan pengorbanan yang besar dari segi finansial pemasaran dan membutuhkan tenaga pemasaran yang berjumlah banyak maupun dari segi waktu pelayanan dengan proses yang cukup lama dan harus beberapa kali melalui upaya mencari hubungan dan menarik hati calon pelanggan dengan membentuk suatu pencitraan yang positif yang membutuhkan kreativitas tinggi melalui promosi perkenalan produk, presentasi produk, penyebaran browser, acara promosi penjualan dan iklan yang membutuhkan biaya yang sangat besar agar dapat meyakinkan dimata pelanggan, percaya akan citra produk atau perusahaan bernilai baik. Bila mereka puas ada kemungkinan menunjukkan loyalitas dengan memberi tahu dan memberikan informasi kepada orang lain atau teman dekatnya dan tingkat kepercayaan melalui testimony (ucapan seseorang) lebih tinggi dan efektif selain biaya yang dikeluarkan lebih rendah. Dengan terus membesarnya kegiatan bisnis tanpa efisiensi dan efektivitas pelayanan yang baik dapat mengakibatkan tingginya rekening telepon, tingginya. Biaya pengembalian produk dan tingginya tingkat kecelakaan industri (Barata, 2003:26)

b. Pelayanan prima tempat berkumpul uang dan pekerjaan.

Tanpa pelanggan, kita/perusahaan tidak punya apaapa, kitalah/perusahaanlah yang bergantung pada pelanggan dan untuk pelanggan lah dkita bekerja, karena pelanggan sumber uang dan pekerjaan. Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah merupakan tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Aset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. karena ini tugas utama perusahaan

adalah penarik dan mempertahankan pelanggan. pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan. Memusatkan perhatian pada kebutuhan pelanggan, dengan memadukan semua kegiatannya akan mempengaruhi pelanggan dan menghasilkan laba melalui kegiatan pelayanan fokus terhadap kepuasan pelanggan. Bila pelayanan tidak menjadi prioritas utama maka akan mengakibatkan gagal penjualan produk atau jasa sehingga menurunkan segi profitabilitas. (Barata, 2003:28)

1. Persaingan yang semakin tajam

Terus membesarnya kegiatan bisnis, semakin ketatnya kompetisi serta rendahnya atau turunnya pangsa pasar dikarenakan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyeratakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun public relations release. Dewasa ini semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka pelanggan memiliki pilihan semakin banyak. Dengan demikian kekuatan tawar menawar pelanggan semakin besar, terutama aspek keamanan dan pemakaian barang atau jasa tertentu.

2. Pemahaman yang semakin baik terhadap pelanggan.

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segalanya kepada pelanggan. usaha memuskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat win-win situation yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan. Tentunya mengisyaratkan atas peningkatan taraf hidup, regulasi dari pemerintah mengenai hak-hak pelanggan, juga semakin kompleksnya kegiatan bisnis serta terjadinya ledakan data informasi berimplikasi kepada keharusan dalam perbaikan mutu layanan dan perbaikan kinerja *front line staf*.

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pelayanan

Dalam praktiknya pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan/nasabah bukan merupakan hal yang mudah mengingat banyak kendala yang bakal dihadapi baik dari dalam perusahaan maupun dari dalam perusahaan. Upaya memberikan pelayanan yang optimal kepada pelanggan harus dilakukan sungguh-sungguh dengan memperhatikan faktor-faktor utama dan faktor-faktor pendukung. Faktor utama yang berpengaruh adalah sumber daya manusia. Artinya, peran manusia (karyawan) yang melayani pelanggan merupakan faktor utama karena dengan hanya manusialah pelanggan dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka. Kemudian sarana dan prasarana yang digunakan juga harus dapat menunjang apa yang sudah dilakukan oleh manusia. Demikian pula dengan kualitas produk yang

ditawarkan harus memiliki kelebihan dibanding produk pesaing. Dalam praktiknya, pelayanan harus diberikan oleh semua unsur yang terlibat dalam suatu perusahaan atau organisasi. Misalnya mulai dari *cleaning service*, *security* sampai dengan direktornya. Mereka semua harus terlibat serta mau dan mampu memberikan pelayanan yang kualitasnya sama. Masing-masing harus saling mendukung, sehingga pelayanan yang diberikan dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan/nasabah secara optimal. Perlu diingat bahwa pelanggan atau nasabah yang datang ke perusahaan sekalipun tanpa diundang merupakan tamu penting yang harus diberikan pelayanan yang maksimal. Agar pelanggan/nasabah merasa dihargai, dihormati dan diselesaikan masalahnya secara baik, setiap karyawan perlu juga memberikan etiket pelayanan. Tanpa etiket pelayanan yang benar, jangan diharapkan mendapat pelanggan/nasabah yang sesuai dengan keinginan bank, bahkan tidak mungkin perusahaan akan kehilangan pelanggan/nasabah.

Kedua, faktor tersedianya sarana dan prasarana (fisik) yang dimiliki oleh perusahaan. Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan nantinya. Faktor sarana dan prasarana seperti kenyamanan ruangan yaitu ruangan yang lebar, pendingin udara yang cukup, penyusunan meja kursi yang rapi dan artistik. Selanjutnya toilet termasuk penting juga bagi pelanggan/nasabah. Yang ketiga adalah kualitas produk yang disajikan seperti ragam produk atau jenis produk yang dijual lengkap sehingga nasabah tidak perlu pergi ke tempat lain. Mutu atau isi dari produk berkualitas tinggi, persyaratan yang tidak merepotkan dan jika memang segmennya kelas tinggi harus disesuaikan. Yang terakhir adalah faktor promosi yang juga perlu memperoleh perhatian. Ketiga faktor ini harus saling

mendukung satu sama lainnya. Apabila salah satu faktor diabaikan, kualitas pelayanan yang diberikan menjadi berkurang nilainya. Perbaikan kualitas pelayanan juga harus mengacu pada tiga faktor diatas. Namun yang ditekankan disini hanya pelayanan yang diberikan oleh para karyawan yang merupakan ujung tombak penjualan suatu produk sehingga mampu menarik pelanggan sebanyak mungkin dan mampu meningkatkan omzet penjualannya. Pada akhirnya dapat menciptakan laba yang mampu menutupi semua biaya yang dikeluarkan perusahaan dan mampu pula untuk melakukan ekspansi sehingga perusahaan dapat hidup terus menerus secara layak seperti cita-cita sebelumnya dengan resep yang telah digunakannya. (Barata,2003: 30).

5. Tujuan, Manfaat dan Fungsi Pelayanan Prima

Tujuan pelayanan prima adalah untuk mencegah pembelotan dan membangun kesetiaan pelanggan atau customer loyalty. Pembelotan pelanggan atau berpaling pelanggan disebabkan karena kesalahan pemberian pelayanan maupun sistem yang digunakan oleh perusahaan dalam melayani pelanggan. Selain itu tujuan pelayanan prima adalah, memberikan pelayanan yang dapat memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan prima dalam sektor publik didasarkan pada aksioma bahwa “pelayanan adalah pemberdayaan”. Pelayanan pada sektor bisnis berorientasi pada profit. Bagi perusahaan, pelayanan prima bertujuan terhadap kelangsungan hidup perusahaan. Apabila pelayanan yang diberikan tidak memuaskan tentu saja akan mengecewakan pelanggannya.

Bentuk pembelotan pelanggan disebabkan karena kesalahan dalam:

1. Pembelotan nilai

Pelanggan membelot ketika menerima nilai kurang baik dari produk yang jelek atau pekerjaan yang buruk.

Ketidaksesuaian nilai yang diterima pelanggan dalam arti kualitas yang berhubungan dengan harga yang dibayar pelanggan.

2. Pembelotan sistem

Sistem menggambarkan proses atau kebijakan atau prosedur yang digunakan perusahaan untuk menghantarkan jasa dan produk kepada pelanggan.

3. Pembelotan karena orang

Pembelotan yang terjadi akibat pegawai gagal berkomunikasi dengan baik secara verbal atau non verbal/body language.

Contoh-contoh:

- a. Tidak mau salam, tidak mau senyum, tidak peduli, tidak tanggap, kasar, penampilan yang tidak tepat, kotor dan lain-lain.
- b. Komunikasi pesan yang membuat pelanggan tidak nyaman.
- c. Cara bicara/menerima telepon dengan mengabaikan pelanggan.

Adapun tujuan lain pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan
- b. Untuk menimbulkan kepuasan dari pihak pelanggan agar segera membeli produk/jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
- c. Untuk menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap produk/jasa yang ditawarkan

- d. Menghindari terjadinya komplain yang tidak perlu dikemudian hari terhadap perusahaan.
- e. Menjaga pelanggan agar pelanggan terus merasa kebutuhannya dipenuhi.
- f. Dan untuk mempertahankan pelanggan, agar pelanggan tetap setia.

Pelayanan prima akan bermanfaat bagi upaya peningkatan kualitas pelayanan perbankan kepada masyarakat sebagai pelanggan dan sebagai acuan pengembangan penyusunan standar pelayanan. Penyedia layanan, pelanggan atau stakeholder dalam kegiatan pelayanan akan memiliki acuan tentang bentuk, alasan, waktu dan tempat dan proses pelayanan yang seharusnya. Sikap yang perlu dimiliki oleh pegawai berdasarkan konsep pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Rasa memiliki terhadap instansi
- b. Rasa kebanggaan terhadap pekerjaan
- c. Loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan
- d. Ingin menjaga martabat dan nama baik instansi/perusahaan.

Untuk perusahaan profit, tentu saja pelayanan prima ini merupakan hal yang terpenting, karena kelangsungan hidup perusahaan tentu saja dipengaruhi oleh pelayanan prima yang diberikan oleh perusahaan tersebut. Jika perusahaan tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan tentu saja pelanggan akan berpaling kepada perusahaan lain. Oleh karena itu, beberapa perusahaan melakukan beberapa hal dalam peningkatan kualitas pelayanan. Salah satunya adalah memberikan training kepada karyawannya. Disiplin dalam bekerjanya merupakan salah satu faktor penunjang dalam memberikan pelayanan.

Fungsi Pelayanan prima Fungsi pelayanan prima adalah sebagai berikut:

- a. Melayani pelanggan dengan ramah, tepat dan cepat
- b. Menciptakan suasana yang nyaman agar pelanggan merasa dipentingkan
- c. Memuaskan pelanggan agar pelanggan percaya terhadap produk/jasa yang ditawarkan perusahaan, dan mau bermitra lagi dikemudian hari
- d. Memberikan keuntungan kepada perusahaan.

Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karena hal berupa nilai uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu. Perusahaan dan petugas pelayanan tetap berusaha untuk menjaga proses pelayanan dengan sangat baik sehingga akan tertanam didalam hati pelanggan dan pada akhirnya pelanggan mengikuti dengan kesetiannya yang akan selalu diberikannya.

6. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan/nasabah:

1. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan nasabah sangat tergantung dari karyawan yang melayaninya, karyawan harus ramah, sopan dan menarik. Di samping itu, karyawan harus cepat tanggap, pandai bicara menyenangkan serta pintar. Karyawan juga harus mampu memikat dan mengambil hati nasabah sehingga nasabah semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan.

2. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya nasabah ingin dilayani secara prima. Untuk melayani nasabah, salah satu hal yang paling penting diperhatikan, di samping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Peralatan dan fasilitas yang dimiliki seperti ruang tunggu dan ruang untuk menerima tamu harus dilengkapi berbagai fasilitas sehingga membuat pelanggan nyaman atau betah dalam ruangan tersebut.

3. Bertanggung jawab kepada setiap nasabah

Sejak awal hingga akhir artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai. Nasabah akan merasa puas jika nasabah bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkannya. Jika terjadi sesuatu, karyawan yang dari awal menangani masalah tersebut, segera mengambil alih tanggung jawabnya. Pelanggan yang tidak puas selalu membicarakan

hal-hal yang negative tentang perusahaan. Biasanya suatu kejelekan akan sangat cepat berkembang dari pada kebaikan.

4. Mampu melayani secara cepat dan tanggap

Artinya layanan yang diberikan harus sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan nasabah. Melayani secara cepat artinya melayani dalam batasan waktu normal. Pelayanan untuk setiap transaksi sudah memiliki standar waktu. Karyawan juga harus pandai mengatur waktu dan jangan membicarakan hal-hal di luar konteks pekerjaan secara berlebihan pada saat melayani pelanggan.

5. Mampu berkomunikasi

Artinya karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti. Komunikasi harus dapat membuat pelanggan senang sehingga jika nasabah mempunyai masalah, nasabah tidak segan-segan mengemukakan kepada petugas. Mampu berkomunikasi juga akan membuat setiap permasalahan menjadi jelas sehingga tidak timbul salah paham. Komunikasi sangat penting terutama untuk hubungannya secara langsung.

6. Memberikan kepercayaan kepada nasabah

Kepercayaan calon nasabah kepada perusahaan mutlak diperlukan sehingga calon nasabah mau menjadi nasabah perusahaan yang bersangkutan. Demikian pula untuk menjaga nasabah yang lama perlu dijaga kepercayaannya agar tidak lari. Semua ini melalui pelayanan karyawan khusus dari seluruh karyawan perusahaan umumnya. Kepercayaan merupakan ujung tombak perusahaan untuk menjalankan

aktifitasnya. Sekali pelayanan yang diberikan dapat memutuskan pelanggan, maka akan menimbulkan kepercayaan. Satu hal yang perlu diingat bahwa meningkatkan kepercayaan lebih berat daripada mempertaruhkan kepercayaan yang sudah diberikan

B. Masjid

1. Pengertian Masjid

Dalam karya tulis ilmiah dengan judul Kajian Multifungsi Kawasan Masjid Besar Jatinom (Perwira, 2017) menjelaskan beberapa pengertian masjid dari beberapa sumber diantaranya : Secara bahasa, kata masjid adalah tempat yang dipakai untuk bersujud. Kemudian maknanya meluas menjadi bangunan khusus yang dijadikan orang-orang untuk tempat berkumpul menunaikan shalat berjama'ah. Az-Zarkasyi berkata, "Manakala sujud adalah perbuatan yang paling mulia dalam shalat, disebabkan kedekatan hamba Allah kepada-Nya di dalam sujud, maka tempat melaksanakan shalat diambil dari kata sujud (yakni masjid = tempat sujud). Mereka tidak menyebutnya (tempat ruku') atau yang lainnya. Kemudian perkembangan berikutnya lafazh masjid berubah menjadi masjid, yang secara istilah berarti bangunan khusus yang disediakan untuk shalat lima waktu. Berbeda dengan tempat yang digunakan untuk shalat 'Id atau sejenisnya (seperti shalat Istisqa') yang dinamakan (mushallaa = lapangan terbuka yang digunakan untuk shalat 'Id atau sejenisnya). Hukum-hukum bagi masjid tidak dapat diterapkan pada mushalla. Kata "Masjid" berasal dari kata sajada-sujud yang berarti patuh, taat, serta tunduk penuh hormat, takzim. Sujud dalam syariat yaitu berlutut, meletakkan

dahi kedua tangan ke tanah adalah bentuk nyata dari arti kata tersebut. Oleh karena itu bangunan yang dibuat khusus untuk sholat disebut masjid yang artinya : tempat untuk sujud (Shihab, 1997 : 459) Masjid dengan huruf jiiim yang dikasrahkan adalah tempat khusus yang disediakan untuk shalat lima waktu. Sedangkan jika yang dimaksud adalah tempat meletakkan dahi ketika sujud, maka huruf jiiim-nya di fat-hah-kan (Ash-Shan'ani:II:179). Adapun definisi secara istilah antara lain : “masjid adalah tempat yang dijadikan dan ditentukan untuk tempat manusia mengerjakan shalat jamaah (tempat yang ditentukan untuk mengerjakan ibadah kepada Allah SWT/menjalankan ajaran agamanya)” (H.A.Shiddieqy,1975,hal 251).

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. Oleh sebab itu, amalan yang dilakukan akan mempunyai nilai kerohanian. Biasanya dalam amalan agama, nilai kebendaan tidak terpisah dari nilai kerohanian. Amalan dianut disini adalah yang diperoleh dari wahyu. Isme juga merupakan paham. Walaupun kadang-kadang ia mempunyai nilai kerohanian atau hu-bungan dengan ketuhanan tetapi amalan yang dipercayai dalam isme bukan sesuatu yang diperoleh dari sumber wahyu. Ia merupakan paham yang dihasilkan oleh pemikiran manusia. (Bakhri :2011)

Masjid sekurang-kurangnya mempunyai tiga tinjauan makna yaitu : Pertama, berkaitan dengan aspek individu adalah terciptanya manusia yang beriman. Kedua, berkaitan dengan aspek sosial adalah membentuk umat yang siap menjalankan

kehidupan dalam berbagai situasi atau kondisi yang dihadapi dan mampu hidup bermasyarakat dalam arti yang luas, berbangsa dan bernegara. Yang terpenting dalam aspek ini adalah kepribadian (akhlak) sebagai basis dinamik bangunan sosial yang kokoh. Ketiga, berkaitan dengan aspek fisik-bangunan adalah sebagai pembuktian ketauhidan, kekokohan jalinan sosial yang memiliki sikap konstruktif dan produktif. (L.H.Hasibuan,2002,hal 8-9)

Masjid adalah rumah Allah yang agung dan tempat yang mulia untuk beribadah kepadaNya serta tempat untuk berdzikir, bersyukur, dan memuji kepadaNya. (Al-Hasan,2005,hal 82) Masjid adalah tempat ibadah umat muslim, masjid berarti tempat sujud. Kata masjid adalah isim makan bentukan kata yang bermakna tempat sujud. Sedangkan masjid adalah isim zaman yang bermakna waktu sujud (Rahmawati,2014).

2. Fungsi Masjid

Dalam karya tulis ilmiah dengan judul Kajian Multifungsi Kawasan Masjid Besar Jatinom (Perwira, 2017) menjelaskan beberapa fungsi masjid dari beberapa sumber diantaranya : Fungsi utama Masjid adalah tempat untuk bersujud. Hal ini sesuai dengan istilah yang disematkan pada mesjid itu sendiri. Perkataan mesjid berasal dari bahasa Arab, sujudan – sajada kata kerja sajada mendapat awalan ma sehingga terjadi kata benda yang menunjukkan tempat, masjidu – masjid. Dalam lafal orang indonesia, kata masjid ini kebanyakan di ucapkan menjadi mesjid (Gazalba,1962,hal 118).

Ketika Rasulullah SAW hijrah ke Madinah, sarana yang pertama sekali dibangun adalah masjid. Setibanya di desa Quba yang terletak di pinggir kota

Madinah, beliau membangun masjid. Masjid itu dibangun Rasulullah sebelum beliau mempunyai rumah atau tempat tinggal untuk dirinya sendiri. (Supardi dan T.Amirudin,2001,hal 2).

Masjid bukan sekedar tempat sujud sebagaimana makna harfiahnya, tetapi memiliki beragam fungsi. (A.B.Rifa'i dan M.Fakhruroji,2005,hal 51). Menurut mereka, sejak zaman Nabi Muhammad Saw.masjid tidak hanya berfungsi hanya sebagai tempat ritual murni (ibadah mahdah seperti shalat dan itikaf).Masjid Nabawi juga berfungsi sebagai pusat pemerintahan, sentra pendidikan, markas militer dan bahkan lahan sekitar masjid pernah dijadikan sebagai pusat perdagangan.Rasulullah menjadikan masjid sebagai sentra utama seluruh aktivitas keummatan.Baik untuk kegiatan pendidikan yakni tempat pembinaan dan pembentukan karakter sahabat maupun aspek-aspek lainnya termasuk politik, strategi perang hingga pada bidang ekonomi, hukum, sosial dan budaya.Pendek kata, masjid difungsikan selain sebagai pusat kegiatan ibadah ritual juga dijadikan tempat untuk melaksanakan ibadah muamalah yang bersifat sosial. Masjid adalah institusi pertama yang dibangun oleh Rasulullah SAW saat beliau hijrah ke kota Madinah, yakni masjid Quba'.

Rasulullah SAW tidak menjadikan masjid hanya tempat shalat semata, namun dijadikan juga sebagai sarana melakukan pemberdayaan umat, seperti tempat pembinaan dan penyebaran dakwah Islam, sebagai tempat untuk mengobati orang sakit, sebagai tempat untuk mendamaikan orang yang sedang bertikai, sebagai tempat untuk konsultasi dan komunikasi masalah ekonomi, sosial dan budaya, demikian pula digunakan untuk menerima duta-duta asing, sebagai tempat

pertemuan pemimpin-pemimpin Islam, sebagai tempat bersidang, tempat mengurus baitul maal, menyusun taktik dan strategi perang, serta mengurus prajurit yang terluka. Demikian pula masjid sebagai sarana tempat pendidikan, dan Rasulullah SAW mengajar langsung dan memberi berkhotbah, dalam bentuk halaqah, di mana para sahabat duduk mengelilingi beliau untuk mendengar dan melakukan tanya jawab berkaitan urusan agama dan kehidupan sehari-hari.

3. Pengurus Masjid

Pengurus Masjid adalah sekumpulan orang-orang mukmin yang memperoleh amanah jama'ah untuk memakmurkan Masjid, agar Masjid berfungsi sebagai tempat atau pusat pembinaan umat. Pengurus Masjid harus memiliki sistem kerja yang bagus. Masjid harus punya manajemen yang baik, bahkan jika dianggap penting, perlu diadakan kursus manajemen Masjid bagi Pengurus.

Pengurus Mesjid memiliki posisi strategis dalam pembangunan masyarakat dan aktivitas di lingkungan Masjid, oleh sebab itu, Pengurus harus mampu mengembangkan kapasitas dengan memahami tugas melalui menejemen yang baik. Tugas Pengurus, selain menjadi pelaksana aktifitas dan keamanan Masjid, juga memberikan tindakan persuasif untuk meningkatkan taraf hidup jama'ah. Selain integritas, pengurus harus memiliki keyakinan yang kuat, peduli terhadap persoalan jama'ah, dan selalu mengedepankan ketulusan dalam pengabdianya. Aktualisasi dari tugas pengurus Masjid dapat di realisasikan dengan mudah melalui pelayanan sosial, ekonomi, pendidikan dan pendampingan serta layanan konsultasi keluarga. Dalam karya tulis ilmiah dengan judul Kajian Multifungsi Kawasan Masjid Besar Jatinom (Perwira, 2017).

menjelaskan beberapa fungsi masjid di zaman dahulu dari beberapa sumber diantaranya : Pada saat Rasulullah memilih masjid sebagai langkah pertama membangun masyarakat madani, konsep masjid bukan hanya sebagai tempat shalat atau tempat berkumpulnya masyarakat tertentu, akan tetapi masjid sebagai pusat pengendalian masyarakat (A.Mubarok,2005,hal 3).

Fungsi utama masjid adalah tempat sujud kepada Allah SWT, tempat shalat dan tempat beribadah kepada-Nya (M.E.Ayub,1996,hal 7-8).

4. Jamaah Masjid

Menurut bahasa, kata jama'ah berasal dari al-ijtima' yang bermaksud berkumpul atau bersatu. Pada sumber lain, jama'ah diartikan sebagai perkumpulan manusia yang bersatu untuk tujuan yang sama. Dalam sosiologi, definisi jama'ah hampir sama dengan definisi masyarakat. Menurut Koentjaraningrat, masyarakat adalah sebagai kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat-istiadat tertentu yang bersifat kontinyu dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Setiap masyarakat senantiasa berada di dalam proses perubahan yang tidak pernah berakhir (Nasikun, 2009 :20).

C. Kepuasan

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Amir, 2005). Kotler (2000) mengatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja produk yang ia rasakan dengan

harapannya. Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson dalam Nasution, 2004).

Pada prinsipnya pengukuran kepuasan pelanggan bisa melalui berbagai macam metode dan teknik. Salah satunya melalui survei kepuasan pelanggan. Survei ini dapat dilaksanakan dengan baik melalui wawancara langsung, telpon, angket yang berupa daftar pertanyaan (kuosioner) maupun pengamatan.(Librianty, 2018).

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

- a. Mutu produk atau jasa Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya.
- b. Mutu pelayanan Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu.
- c. Harga Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain.
- d. Waktu penyerahan Maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

- e. Keamanan Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut (Kuswadi, 2004:17).

Oliver (dalam Peter dan Olson, 1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman kondisi psikologis yang dihasilkan ketika emosi yang mengelilingi harapan tidak cocok dan dilipatgandakan oleh perasaan-perasaan yang terbentuk mengenai pengalaman pengkonsumsian. Westbrook & Reilly (dalam Tjiptono, 2005) mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dibeli.

Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Band (dalam Nasution, 2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerjaproduk yang dia rasakan dengan harapannya.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran. Kepuasan menjadi salah satu tujuan esensial bagi

aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang.(Novrianto, 2016).

Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut merasa nyaman.(Zulkifli, 2018).

Kepuasan konsumen adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.(Syaefulloh, 2016).

D. Tinjauan Penelitian Relevan

Sepanjang yang penulis ketahui, belum ada penulis yang meneliti sebelumnya yang memfokuskan penelitian pada “Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Jemaah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru”.Namun ada penulis atau peneliti yang mengangkat judul Skripsiseperti yang ada pada tabel berikut ini:

Tabel 1: Tinjauan Penelitian Relevan

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil
1.	Fadilah Hasanah (2016)	Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Jade Bamboo Resto Yogyakarta	Ada Pengaruh yang signifikan pelayanan prima yang diberikan Jade Bamboo Resto Yogyakarta terhadap kepuasan Konsumen

2.	Julian Valentino (2016)	Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Swalayan Nganjuk	Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel perhatian, kemampuan, dan penampilan yang memiliki kepuasan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen
3.	Zulfadli Hamzah (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.	Hasil penelitian menunjukkan Keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya semakin baik kualitas pelayanan mulai dari bukti fisik, data tanggap, kehandalan, jaminan dan empati yang diberikan oleh Perbankan syariah akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan sebaliknya.

Sumber: Data olahan 2020

Fadilah Hasanah (2016) pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di Jade Bambo Resto Yokyakarta hasil penelitiannya menunjukkan Ada Pengaruh yang signifikan pelayanan prima yang diberikan Jade Bamboo Resto Yogyakarta terhadap kepuasan Konsumen, persamaan penelitian ini adalah tentang pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan/jamaah, sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian yang berbeda, lokasi penelitian adalah Masjid agung Arrahman Kota Pekanbaru, sedangkan peneliti terdahulu meneliti pada Jade Bambo Resto Yokyakarta

Julian Valentino (2016) Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Swalayan Nganjuk, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa secara parsial hanya variabel perhatian, kemampuan, dan penampilan yang memiliki kepuasan yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, persamaan penelitian ini adalah tentang pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan/Jamaah, sedangkan perbedaannya adalah pada lokasi penelitian yang berbeda, lokasi penelitian adalah Masjid agung Arrahman Kota Pekanbaru, sedangkan peneliti terdahulu meneliti pada Swalayan Nganjuk.

Zulfadli Hamzah (2019) Jurnal dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah.” Hasil penelitian menunjukkan Keseluruhan dimensi kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang artinya semakin baik kualitas pelayanan mulai dari bukti fisik, data tanggap, kehandalan, jaminan dan empati yang diberikan oleh Perbankan syariah akan mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan sebaliknya.

Sedangkan dalam penelitian ini penulis ingin meneliti tentang Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Jemaah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Adapun penelitian ini pokok permasalahannya berbeda yang di fokuskan kepada penelitian terdahulu, selain subjek, tempat dan waktu yang diteliti juga berbeda.

E. Konsep Operasional

Adapun gambaran operasional variabel seperti yang ada pada tabel berikut ini:

Tabel 2: Konsep Operasional

Konsep	Variabel	Indikator
Pengaruh Pelayanan Prima Mesjid Agung Ar-Rahman terhadap Kepuasan Jemaah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru	1. <i>Core Service</i> (X1) (pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utamanya)	-Imam -Muadzin -Penceramah -Kajian Rutin
	2. <i>Facilitating Service</i> (X2) (fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan)	- Tempat berwudu' - Tempat Sholat - Pengeras Suara - Pendingin ruangan - Tempat Wudhu,difabel

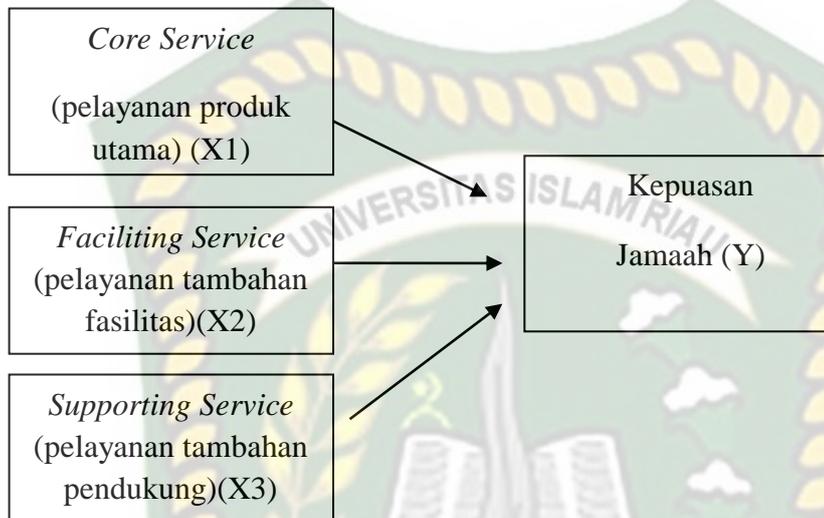
		<ul style="list-style-type: none"> - Kotak Infak - Alqur'an
	<p>3. <i>Supporting Service</i></p> <p>(X3) (pelayanan tambahan pendukung pelanggan)</p> <p>Kepuasan Jamaah (Y) (sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Layanan Wifi - Interior Masjid - Layanan Parkir Masjid - Kantin Masjid - Tempat Penitipan Barang - Papan Pengumuman - Mutu Produk atau Jasa - Mutu Pelayanan - Keamanan

Sumber: Data olahan 2020

F. Kerangka Konseptual

Adapun gambaran kerangka konseptual seperti yang ada pada tabel berikut ini:

Gambar 1: Kerangka Konseptual



Sumber: Data olahan 2020

Dari gambar di atas dapat dijelaskan bahwa *Core Service*, *Facilitating Service* dan *Supporting Service* diduga berpengaruh terhadap kepuasan jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

G. Hipotesis

Persamaan regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sanusi, 2014:14)

Ha : Terdapat pengaruh *Core Service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

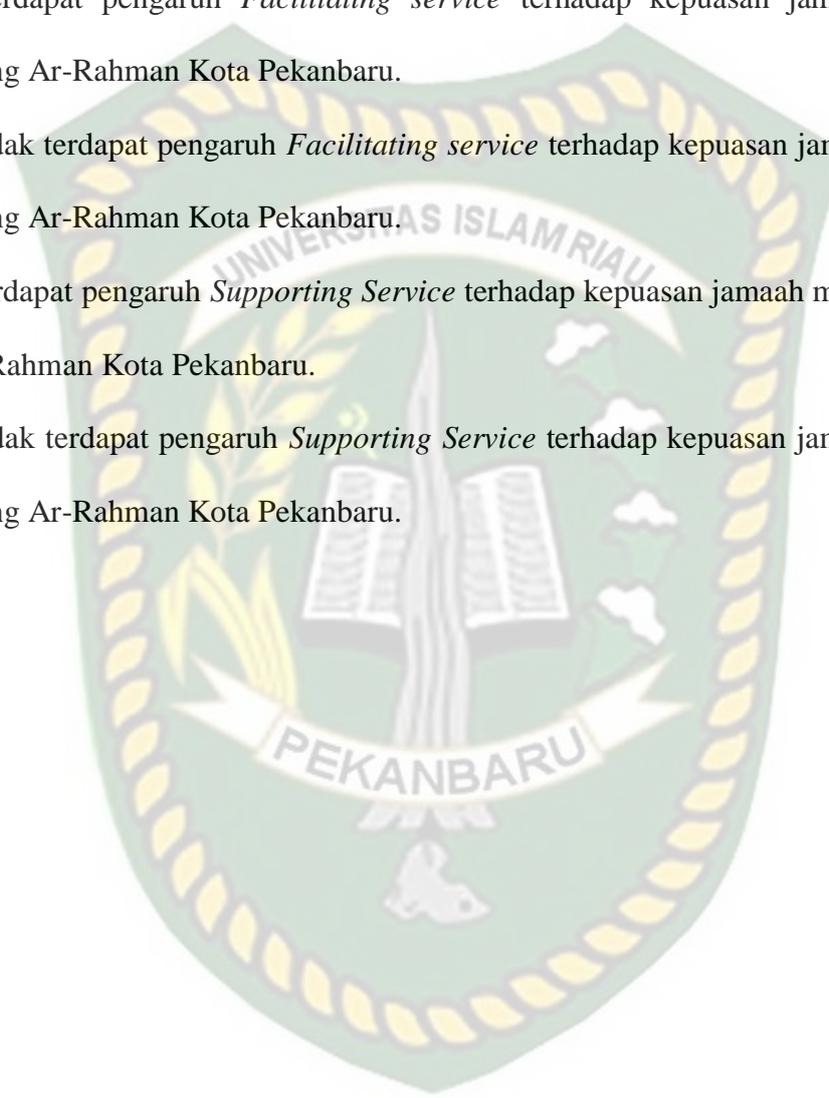
Ho : Tidak terdapat pengaruh *Core Service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Ha : Terdapat pengaruh *Facilitating service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Facilitating service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Ha : Terdapat pengaruh *Supporting Service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Ho : Tidak terdapat pengaruh *Supporting Service* terhadap kepuasan jamaah mesjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif yaitu jenis penelitian yang di susun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Jamaah Masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan. Penelitian ke lapangan untuk mengetahui kebenaran dari data-data atau informasi yang kita butuhkan untuk mengetahui kebenaran dari data-data atau informasi yang kita butuhkan dan untuk menguji kebenaran dan keabsahan suatu dokumen (Kasmir dan jakfar, 2014: 36)

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Kausalitas adalah salah satu tehknik statistik yang digunakan untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab variabel. Jenis ini umumnya hubungan sebab akibat (tersebut) sudah dapat diprediksi oleh peneliti sehingga peneliti dapat menyatakan klasifikasi variabel penyebab, variabel antara dan variabel terikat (Sanusi, 2017: 14)

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Mesjid Ar-Rahman Kota Pekanbaru objek penelitian yang beralamat di Jl. Sudirman No.482. Waktu pelaksanaan penelitian telah terlaksana

selama lebih kurang 4 (Empat) bulan, yaitu terhitung sejak bulan Mei sampai dengan Agustus 2020.

Tabel 3: Jadwal Penelitian Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

No	Jenis Kegiatan	Bulan															
		Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan	■	■	■	■												
2	Pengumpulan data					■	■	■	■								
3	Pengolahan Analisis Data									■	■	■	■				
4	Penulisan Laporan													■	■	■	■

Sumber : Data Olahan 2020

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Pengurus Masjid yang mengelola Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah Pengaruh Pelayanan Prima meliputi *Core Service*, *Facilitating Service*, dan *Supporting Service* Masjid Agung Ar-

Rahman terhadap Kepuasan Jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

D. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu. (Sanusi, 2017:87).

Populasi dalam penelitian adalah jamaah Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru berjumlah 1.060 atau 89,7% (*sumber*: Masjid Agung Ar-Rahman).

2. Sampel

Dari jumlah populasi diatas, maka penulis melakukan pengambilan sample. Untuk menentukan sampel responden dari populasi penelitian digunakan ketentuan dalam menentukan ukuran sample berdasarkan pendapat slovin dengan rumusan sebagai berikut . (Sanusi,2017 : 101).

$$\frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = *error*, persentase kelonggaran kesalahan penetapan sampel penelitian (dalam hal ini ditetapkan sebesar 10%).

Berdasarkan rumusan diatas dapat dihitung ukuran sample dalam penelitian ini dengan hasil perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{1.060}{1 + 1.060 (10)^2}$$

$$n = \frac{1.060}{1 + 1.060 (0,01)}$$

$$= 91,37 = 91 \text{ responden}$$

Jadi dalam penelitian ini ukuran sampelnya dibulatkan sebanyak 91 orang Jamaah.

E. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Penelitian ini juga menggunakan data primer dan sekunder yang dikumpulkan untuk mencapai tujuan penelitian. Menurut pendapat Muhammad (2008:103-105), sumber data sebagai berikut:

- a) Data Primer, yaitu yang diperoleh peneliti dari sumber asli, dalam hal ini proses pengumpulan data yang diambil dari sampel atau objek penelitian. Yang dimaksud data primer disini adalah keterangan atau jawaban dari pihak yang menangani pelayanan Prima Pengurus Masjid.
- b) Data Sekunder, yaitu data yang diantaranya diperoleh dari bacaan literature yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Data sekunder dapat juga berupa bukti, dokumen, catatan atau laporan historis baik yang dipublikasikan, buku-buku teks literatur mengenai Pelayanan Prima Pengurus Masjid.

2. Teknik Pengumpulan Data

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

a) Angket

Angket yaitu daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons sesuai dengan permintaan pengguna (Ridwan, 2010 :25-26).

b) Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti notulen rapat, agenda dan lain sebagainya. Metode ini digunakan sebagai pelengkap guna memperoleh data sebagai bahan informasi yang berupa latar belakang Masjid, pelayanan yang dimiliki Masjid, daftar inventaris Masjid serta data lain yang mendukung.

c) Studi Kepustakaan

Yaitu pengumpulan data dengan membaca buku, mencari literatur dan laporan-laporan yang berhubungan dengan penelitian (Sugiyono, 2012:410).

F. Teknik Pengolahan dan Metode Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

Menurut pendapat Misbahudin dan Iqbal Hasan (2013:27-28), pengolahan data dilakukan setelah semua data terhimpun dan telah dapat memberikan

gambaran yang menyeluruh tentang objek penelitian. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan seluruh data yang terkumpul, menyajikannya dalam susunan yang baik dan rapi, untuk kemudian baru dianalisis (Rizal Dairi, 2013:77-78).

Tahap- tahap pengolahan data dilakukan sebagai berikut (Sarwono dan Martadiredja, 2008: 183-185):

a. Editing data

Editing data adalah proses dimana peneliti melakukan klarifikasi keterbacaan konsistensi dan kelengkapan data yang sudah terkumpul.

b. Pengembangan Variabel

Pengembangan variabel adalah spesifikasi semua variabel yang diperlukan oleh peneliti yang tercakup dalam data yang sudah terkumpul atau dengan kata lain apakah semua variabel yang diperlukan sudah termasuk dalam data.

c. Pengkodean Data

Pemberian kode pada data dimaksudkan untuk menerjemahkan data kedalam kode-kode yang biasanya dalam bentuk angka.

d. Cek kesalahan

Peneliti melakukan pengecekan kesalahan sebelum dimasukkan kedalam komputer untuk melihat apakah langkah-lankah sebelumnya sudah diselesaikan tanpa kesalahan yang serius.

e. Membuat Struktur Data

Peneliti membuat struktur data yang mencakup semua data yang dibutuhkan untuk analisis kemudian dipindahkan kedalam komputer.

f. Cek Peranalisis Komputer

Struktur data yang sudah final kemudian dipersiapkan untuk analisis komputer dan sebelumnya harus dilakukan pengecekan peranalisis agar diketahui konsistensi dan kelengkapannya,

g. Tabulasi

Tabulasi adalah kegiatan menggambarkan jawaban responden dengan cara tertentu.

2. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif digunakan untuk menganalisa secara statistik guna melakukan uji penelitian terhadap data-data yang diperoleh menggunakan analisis regresi berganda. Dimana proses perhitungannya penulis menggunakan alat bantu komputer seperti program *software* yang dapat digunakan untuk mengelola data dalam mengaplikasikan teori-teori statistik diantaranya *program Statistik Package for Social Science* (SPSS) versi 23.0.

Analisis regresi linear berganda adalah regresi linear untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel *independen* yang jumlahnya lebih dari dua.

G. Uji Instrumen

Penelitian ini sumber data yang digunakan adalah angket, maka angket sebagai instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu validitas dan realibitas.

Uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada 3 (tiga) yaitu:

1. Uji Validitas

Merupakan ukuran suatu objek yang menunjukkan tingkat kevalidan atau keabsahan suatu instrumen. Instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Instrumen dikatakan valid jika instrumen tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur (Sanusi,2017 : 76)

Metode uji validitas dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item. Skor item adalah perjumlahan dari keseluruhan item. Jika nilai korelasi r hitung lebih besar dari pada r table maka item kuesioner tersebut dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r table atau nilai korelasi negative maka item tidak valid r dalam tabel $\alpha = 5\%$ (Priyanto,2016:53)

2. Uji Reliabilitas

Raliabilitas suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan. Secara implisit, realibilitas ini mengandung objektivitas karena hasil pengukuran tidak terpengaruh oleh siapa pengukurannya (Sanusi,2017:80-81).

H. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik umumnya dilakukan terhadap regresi yang memiliki dua atau lebih variabel penjelasan. Uji asumsi klasik ini terdapat pengujian sebagai berikut (Sunyoto,2011: 79-91).

1. Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Uji asumsi klasik jenis ini diterapkan untuk analisis regresi berganda yang terdiri atas dua atau lebih variabel bebas, dimana akan diukur tingkat asosiasi (keeratan) hubungan/pengaruh antara variabel bebas tersebut melalui besaran koefisien (r).

2. Uji Asumsi Klasik Heteroskedasrisitas

Dalam persamaan regresi berganda perlu juga diuji mengenai sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, disebut terjadi homoskedasitisitas, dan jika variansnya tidak sama / berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji asumsi ini akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau tidak normal. Persamaan regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau norma sama sekali.

4. Uji Asumsi Klasik Autokorelasi

Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi maka persamaan tersebut menjadi tidak

baik atau tidak layak dipakai prediksi. Masalah autokorelasi baru timbul jika ada korelasi secara linier atau kesalahan penagggangu periode t (berada) dan kesalahan pengganggu periode t-1 (sebelumnya).

I. Uji Hipotesis

1. Persamaan Regresi Berganda

Persamaan regresi berganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat (Sanusi, 2017:134-135)

Analisis ini bertujuan :1) untuk memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel-variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan dan 2) untuk mengetahui arah hubungan antara variabel-variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) apakah positif atau negatif.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Jamaah

a = Konstanta

b= Koefisien Regresi

X_1 =Core Service

X_2 = Fasiliting Service

X_3 = Supporting Service

2. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Langkah-langkahnya adalah:

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Menemukan level of significance $\alpha = 0,05$
- 3) Membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel}
- 4) Membuat Kesimpulan (Sanusi,2017:138)

3. Uji Simultan (Uji-F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. (Riduwan, Sunarto, 2014:136)

Langkah-langkahnya adalah:

- 1) Merumuskan hipotesis
- 2) Menentukan level of significance $\alpha = 0,05$
- 3) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}
- 4) Membuat Kesimpulan

4. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui derajat hubungan dan kontribusi variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk memberikan interpretasi nilai koefisien dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4: Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan, Sunarto, 2014:81

5. Koefisien Determinasi

Untuk mengukur seberapa besarnya kontribusi variabel X terhadap variabel Y digunakan uji koefisien determinasi kepada berganda (*Adjusted R²*). Koefisien determinasi (*Adjusted R²*) adalah besaran yang menunjukkan seberapa besar perubahan variabel terikat (Y) yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas (X). (Ridwan, 2010:81).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Masjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Lokasi bangunan Masjid Ar-Rahman merupakan tanah wakaf dari Raden Sastro Pawiro Djaya Diningrat. Pembangunan masjid ini dilakukan dengan swadaya masyarakat yang berada di sekitar Jalan Sumatra dan wilayah Pekanbaru hingga ke Tangkerang. Namun begitu, Raden Sastro merupakan donatur terbesar dan yang berperan penting dalam pembangunan masjid ini.

Pembangunan masjid ini dimulai tahun 1930 hingga 1935. Saat itu, di sekitar masjid terdapat tiga rumah panggung. Raden bersama masyarakat berswadaya membangun satu-satunya masjid yang berada di tengah kota itu. Konsep pembangunan juga sangat sederhana. Dinding, lantai, dan tiang masjid saat itu hanya berasal dari papan biasa dengan atap daun dan bangunan berbentuk panggung dengan ketinggian 1 meter. Luas bangunan juga hanya 8x8 m². Masjid juga dicat menggunakan oli bekas, sehingga warna masjid sedikit hitam kecoklatan bergabung dengan warna papan.

Meski sederhana, warga Pekanbaru yang mayoritas Muslim saat itu terus memenuhi masjid tersebut. Mulai dari warga Jalan Sumatra, Tangkerang, Cut Nyak Dien, A Yani hingga di Jalan Pinang. Apalagi setelah tabuhan beduk disambut dengan suara azan terdengar saat masuknya waktu salat.

Melihat kondisi ini, sekitar tahun 1960 warga mulai berswadaya menurunkan bangunan masjid itu dari panggung menjadi tidak panggung. Namun kondisi bangunan tetap sama tanpa ada perubahan. Pasalnya saat itu, Raden yang rumahnya saat itu berada tepat di atas tanah yang saat ini berdiri gedung delapan lantai PT Surya Dumai.

Masjid ini sempat menjadi tempat dakwah orang tua mantan Wali Kota Pekanbaru, Pada tahun 2004 yang lalu, pemerintah Kota Pekanbaru telah melakukan pembebasan lahan yang berada di sekitar masjid Ar-Rahman. 4.700 meter persegi tanah yang dibebaskan. Untuk membangun masjid, dianggarkan dana Rp4,6 miliar oleh pemerintah provinsi Riau. Sedang kantor KPU, BAZ dan MUI dianggarkan Rp3,8 miliar melalui dana APBD Pekanbaru 2008. Masjid ini diresmikan oleh Gubernur Rusli Zainal pada 19 Juni 2009, disaksikan Mendagri Mardiyanto.

Pemerintah kota Pekanbaru berencana menjadikan kawasan masjid ini sebagai Islamic Center Pekanbaru dengan seluruh aktivitas dakwah di dalamnya. Di depan gedung masjid tetap menjadi tempat ibadah, gedung belakang kantor dakwah, perpustakaan, BAZ dan lainnya.

B. Karakteristik Responden

Identitas responden dalam kegiatan penelitian sangat penting untuk mengetahui jenis usia, pendidikan dan pekerjaan yang dijadikan sampel. Identitas responden nantinya akan menjadi pedoman dalam pengambilan kesimpulan hasil penelitian. Berdasarkan apa yang ada di angkat dapat diidentifikasi karakteristik yaitu usia, pekerjaan, penghasilan dari responden. Karakteristik identitas responden Jama'ah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Usia Responden

Tabel 5: Usia dari Jama'ah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Usia	Orang	Persentase (%)
< 17	-	-
20 – 25	34	37
26 – 35	24	26
36 – 45	18	21
46 – 55	14	15
56 – 65	1	1
>65	-	-
Jumlah	91	100

Sumber: Data Olahan Angket, 2020

Pada tabel 11 terlihat jelas jumlah responden dengan usia paling banyak di dominasi pada usia responden 20 -59 dengan persentase 37%. Dan paling sedikit pada usia 56 – 65 dengan persentase 1%

2. Pendidikan Responden

Tabel 6: Pendidikan dari Jama'ah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Pekerjaan	Orang	Persentase (%)
SD/MI	-	-
SMP/MTs	-	-
SMA/MA	12	13
Diploma	34	37
S1	40	44
S2	5	6
S3	-	-
Jumlah	91	100

Sumber: Data Olahan Angket, 2020

Tabel 12 terlihat bahwa responden yang terbanyak pada tingkat pendidikan Strata 1 (S1) yaitu sebanyak 40 orang atau 44% dan Strata 2 (S2) paling sedikit yaitu 5 orang atau 6%.

3. Pekerjaan Responden

Tabel 7: Pekerjaan dari Jama'ah Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Pekerjaan	Orang	Persentase (%)
PNS	23	25
Wiraswasta	7	9
TNI/POLRI	3	3
Pensiunan	-	-
Ibu Rumah Tangga	-	-
Mahasiswa/Pelajar	52	57
Karyawan Swasta	2	2
Karyawan BUMD/BUMN	4	4
Jumlah	91	100

Sumber: Data Olahan Angket, 2020

Tabel 13 terlihat bahwa responden yang terbanyak pada profesi Mahasiswa, yaitu sebanyak 52 orang atau 57% dan Karyawan swasta paling sedikit yaitu 2 orang atau 2%

4. Alasan Beribadah Jama'ah Mesjid Agung Ar-Rahman

Tabel 8: Alasan Beribadah dari Jama'ah di Mesjid Agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Pekerjaan	Orang	Persentase (%)
Lokasi Strategis	5	5
Fasilitas Lengkap	83	92
Pelayanan Yang baik	3	3
Kegiatan Yang menarik	-	-
Jumlah	91	100

Sumber: Data Olahan Angket, 2020

Tabel 14 terlihat bahwa alasan jama'ah beribadah pada masjid Ar-Rahman Pekanbaru di dominasi dengan alasan fasilitas yang lengkap dengan jumlah 83 jama'ah dengan persentase 92% .

C. Analisis Deskriptif Statistik

Berikut tanggapan responden atas variabel *Core Service*, *Facilitating Service*, dan *Supporting Service* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

1. *Core Service*

Core Service adalah Pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utama.

Tabel 9 : Rekapitulasi Data Angket Variabel *Core Service*

No	Pernyataan	Rekapitulasi variabel X_1					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	1	59	30	2	0	0	91
2	2	59	31	1	0	0	91
3	3	60	31	0	0	0	91
4	4	61	29	1	0	0	91
5	5	12	33	38	7	1	91
6	6	16	33	31	10	1	91
7	7	58	33	0	0	0	91
8	8	56	33	2	0	0	91
9	9	56	33	2	0	0	91
10	10	59	31	1	0	0	91
11	11	60	31	0	0	0	91
12	12	61	29	1	0	0	91
13	13	12	33	38	7	1	91
Jumlah		629	410	117	24	3	
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		3145	1640	351	48	3	
Gran Total Skor							5187
Rata-rata Skor							399
Persentase		60,63 %	31,61 %	6,76%	0,92%	0,05%	

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 60,63%, selanjutnya butir pernyataan setuju dengan persentase 31, 61%, selanjutnya butir pernyataan netral dengan persentase 6,76%, selanjutnya butir pernyataan tidak setuju dengan

persentase 0, 92% sedangkan butir pernyataan sangat tidak setuju dengan nilai persentase 0.05 % dengan butir -butir pernyataan dari variabel *Core Service* (X1) yakni 13 butir.

2. *Facilitating Service*

Facilitating Service adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan

Tabel 10: Rekapitulasi Data Angket Variabel *Facilitating Service*

No	Pernyataan	Rekapitulasi variabel X ₂					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	14	59	30	2	0	0	91
2	15	56	33	2	0	0	91
3	16	59	31	1	0	0	91
4	17	59	31	1	0	0	91
5	18	59	31	1	0	0	91
6	19	16	33	31	10	1	91
7	20	59	31	1	0	0	91
8	21	59	31	1	0	0	91
9	22	18	34	36	2	1	91
10	23	39	40	11	1	0	91
11	24	20	51	19	1	0	91
12	25	17	26	45	3	0	91
13	26	59	31	1	0	0	91
14	27	16	33	31	10	1	91
Jumlah		595	466	183	27	3	
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		2975	1864	549	54	3	
Gran Total Skor							5445
Rata-rata Skor							419
Persentase		54,63 %	34,23 %	10,08 %	0,99%	0,05%	

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 54,63%, selanjutnya butir pernyataan setuju dengan persentase 34, 23%, selanjutnya butir pernyataan netral dengan persentase 10,08%, selanjutnya butir pernyataan tidak setuju dengan

persentase 0, 99% sedangkan butir pernyataan sangat tidak setuju dengan nilai persentase 0.05 % dengan butir -butir pernyataan dari variabel *Facilitating Service* (X2) yakni 14 butir.

3. *Supporting Service*

Supporting Service adalah pelayanan tambahan pendukung pelanggan

Tabel 11: Rekapitulasi Data Angket Variabel *Supporting Service*

No	Pernyataan	Rekapitulasi variabel X ₃					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	28	70	21	0	0	0	91
2	29	83	8	0	0	0	91
3	30	60	31	0	0	0	91
4	31	84	7	0	0	0	91
5	32	79	12	0	0	0	91
6	33	16	27	45	3	0	91
7	34	57	31	3	0	0	91
8	35	57	33	1	0	0	91
9	36	59	31	1	0	0	91
10	37	50	32	7	0	2	91
11	38	39	39	12	1	0	91
Jumlah		654	272	69	4	2	
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		3270	1088	207	8	2	
Gran Total Skor							4575
Rata-rata Skor							416
Persentase		71,47 %	23,78 %	4,52%	0,17%	0,04	

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 71,47%, selanjutnya butir pernyataan setuju dengan persentase 23, 78%, selanjutnya butir pernyataan netral dengan persentase 4,52%, selanjutnya butir pernyataan tidak setuju dengan persentase 0,17% sedangkan butir pernyataan sangat tidak setuju dengan nilai

persentase 0.04% dengan butir -butir pernyataan dari variabel *Supporting Service* (X3) yakni 11 butir.

4. Kepuasan Jama'ah

Kepuasan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan jama'ah

Tabel 12 : Rekapitulasi Data Angket Variabel Kepuasan Jama'ah

No	Pernyataan	Rekapitulasi variabel Y					Jumlah
		SS	S	N	TS	STS	
1	39	59	31	1	0	0	91
2	40	59	31	1	0	0	91
3	41	65	21	5	0	0	91
4	42	62	24	6	0	0	91
5	43	18	34	36	2	1	91
6	44	51	40	0	0	0	91
7	45	58	32	1	0	0	91
8	46	54	34	3	0	0	91
9	47	55	33	3	0	0	91
Jumlah		481	280	55	2	1	
Nilai Skor		5	4	3	2	1	
Total Skor		2405	1120	165	4	1	
Gran Total Skor							3695
Rata-rata Skor							411
Persentase		65,08 %	28,24 %	4,46%	0,10%	0,02	

Sumber : Data Olahan, 2020

Dari hasil rekapitulasi diatas dapat dilihat bahwa butir pernyataan yang paling dominan adalah sangat setuju dengan persentase 65,08%, selanjutnya butir pernyataan setuju dengan persentase 28, 24%, selanjutnya butir pernyataan netral dengan persentase 64,46%, selanjutnya butir pernyataan tidak setuju dengan persentase 0, 10% sedangkan butir pernyataan sangat tidak setuju dengan nilai persentase 0.02% dengan butir -butir pernyataan dari variabel *Core Service* (Y) yakni 9 butir.

D. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

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

Tabel 13: Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> (r Hitung)	R tabel $\alpha=0,05$	Keterangan Hasil
X1	Item 1	0.380	0,213	Valid
	Item 2	0.850	0,213	Valid
	Item 3	0.419	0,213	Valid
	Item 4	0.827	0,213	Valid
	Item 5	0.282	0,213	Valid
	Item 6	0.407	0,213	Valid
	Item 7	0.368	0,213	Valid
	Item 8	0.233	0,213	Valid
	Item 9	0.646	0,213	Valid
	Item 10	0.850	0,213	Valid
	Item 11	0.419	0,213	Valid
	Item 12	0.827	0,213	Valid
	Item 13	0.282	0,213	Valid
X2	Item 14	0.380	0,213	Valid
	Item 15	0.646	0,213	Valid
	Item 16	0.850	0,213	Valid

	Item 17	0.850	0,213	Valid
	Item 18	0.850	0,213	Valid
	Item 19	0.407	0,213	Valid
	Item 20	0.850	0,213	Valid
	Item 21	0.850	0,213	Valid
	Item 22	0.280	0,213	Valid
	Item 23	0.253	0,213	Valid
	Item 24	0.226	0,213	Valid
	Item 25	0.308	0,213	Valid
	Item 26	0.850	0,213	Valid
	Item 27	0.407	0,213	Valid
X3	Item 28	0.609	0,213	Valid
	Item 29	0.438	0,213	Valid
	Item 30	0.419	0,213	Valid
	Item 31	0.317	0,213	Valid
	Item 32	0.453	0,213	Valid
	Item 33	0.298	0,213	Valid
	Item 34	0.300	0,213	Valid
	Item 35	0.781	0,213	Valid
	Item 36	0.850	0,213	Valid
	Item 37	0.407	0,213	Valid
	Item 38	0.241	0,213	Valid
Y	Item 39	0.850	0,213	Valid
	Item 40	0.850	0,213	Valid

Item 41	0.249	0,213	Valid
Item 42	0.667	0,213	Valid
Item 43	0.280	0,213	Valid
Item 44	0.338	0,213	Valid
Item 45	0.826	0,213	Valid
Item 46	0.657	0,213	Valid
Item 47	0.706	0,213	Valid

Sumber: Data diolah dengan SPSS windowos 23, 2020

Jika r hitung $>$ r tabel maka item-item pernyataan dinyatakan valid. Dan jika r hitung $<$ r tabel maka item-item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Diketahui nilai r tabel sebesar 0,213 (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 lebih besar dari r tabel. Sehingga seluruh item-item variabel dinyatakan valid dan layak untuk dianalisis.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan teknik *Cronbach Alpha* dimana instrumen dapat dikatakan handal atau reliabel bila memiliki koefisien kehandalan sebesar $>$ 0,6. Reliabilitas ini akan dilakukan pada butir-butir pernyataan yang telah memiliki kevalidan pada uji validitas sebelumnya. Dan jumlah butir pernyataan yang dapat diuji pada uji reliabilitas ini sebanyak 47 butir. Dimana hasil pengujiannya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 14 : Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Alpha-Item Deleted (r Hitung)</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan Hasil
X1	Item 1	0.941	0,6	Reliabel
	Item 2	0.938	0,6	Reliabel
	Item 3	0.940	0,6	Reliabel
	Item 4	0.938	0,6	Reliabel
	Item 5	0.942	0,6	Reliabel
	Item 6	0.941	0,6	Reliabel
	Item 7	0.941	0,6	Reliabel
	Item 8	0.941	0,6	Reliabel
	Item 9	0.939	0,6	Reliabel
	Item 10	0.938	0,6	Reliabel
	Item 11	0.940	0,6	Reliabel
	Item 12	0.938	0,6	Reliabel
	Item 13	0.942	0,6	Reliabel
X2	Item 14	0.941	0,6	Reliabel
	Item 15	0.939	0,6	Reliabel
	Item 16	0.938	0,6	Reliabel
	Item 17	0.938	0,6	Reliabel
	Item 18	0.938	0,6	Reliabel
	Item 19	0.941	0,6	Reliabel
	Item 20	0.938	0,6	Reliabel
	Item 21	0.938	0,6	Reliabel

	Item 22	0.942	0,6	Reliabel
	Item 23	0.942	0,6	Reliabel
	Item 24	0.942	0,6	Reliabel
	Item 25	0.942	0,6	Reliabel
	Item 26	0.938	0,6	Reliabel
	Item 27	0.941	0,6	Reliabel
X3	Item 28	0.939	0,6	Reliabel
	Item 29	0.941	0,6	Reliabel
	Item 30	0.940	0,6	Reliabel
	Item 31	0.941	0,6	Reliabel
	Item 32	0.940	0,6	Reliabel
	Item 33	0.942	0,6	Reliabel
	Item 34	0.941	0,6	Reliabel
	Item 35	0.938	0,6	Reliabel
	Item 36	0.938	0,6	Reliabel
	Item 37	0.941	0,6	Reliabel
	Item 38	0.942	0,6	Reliabel
	Y	Item 39	0.938	0,6
Item 40		0.938	0,6	Reliabel
Item 41		0.941	0,6	Reliabel
Item 42		0.939	0,6	Reliabel
Item 43		0.942	0,6	Reliabel
Item 44		0.941	0,6	Reliabel
Item 45		0.938	0,6	Reliabel

Item 46	0.939	0,6	Reliabel
Item 47	0.939	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020

Berdasarkan uji validitas dengan menggunakan korelasi *product moment* dan uji reliabelitas menggunakan *cronbach's alpha* diatas dapat disimpulkan bahwa 47 butir pernyataan tentang pengaruh variabel pelayanan prima (*Core Service, Facilitating Service, Supporting Service*) terhadap kepuasan jama'ah dinyatakan valid dan reliabel untuk mengukur variabel.

E. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Untuk mendekteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak dengan uji Kolmogorov-Smirnov.

**Tabel 15 : Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78480782
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.040
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Berdasarkan uji Normalitas pada tabel di atas terlihat bahwa nilai signifikan variabel $>\alpha$ yaitu $0,200 > 0,05$. Dapat di simpulkan bahwa model berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Independen).

Tabel 16 : Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	7.925	3.537			
CORE SERVICE	.696	.130	.594	.248	4.031
FACILITATING SERVICE	.243	.082	.265	.196	5.092
SUPPORTING SERVICE	.194	.079	.146	.305	3.231

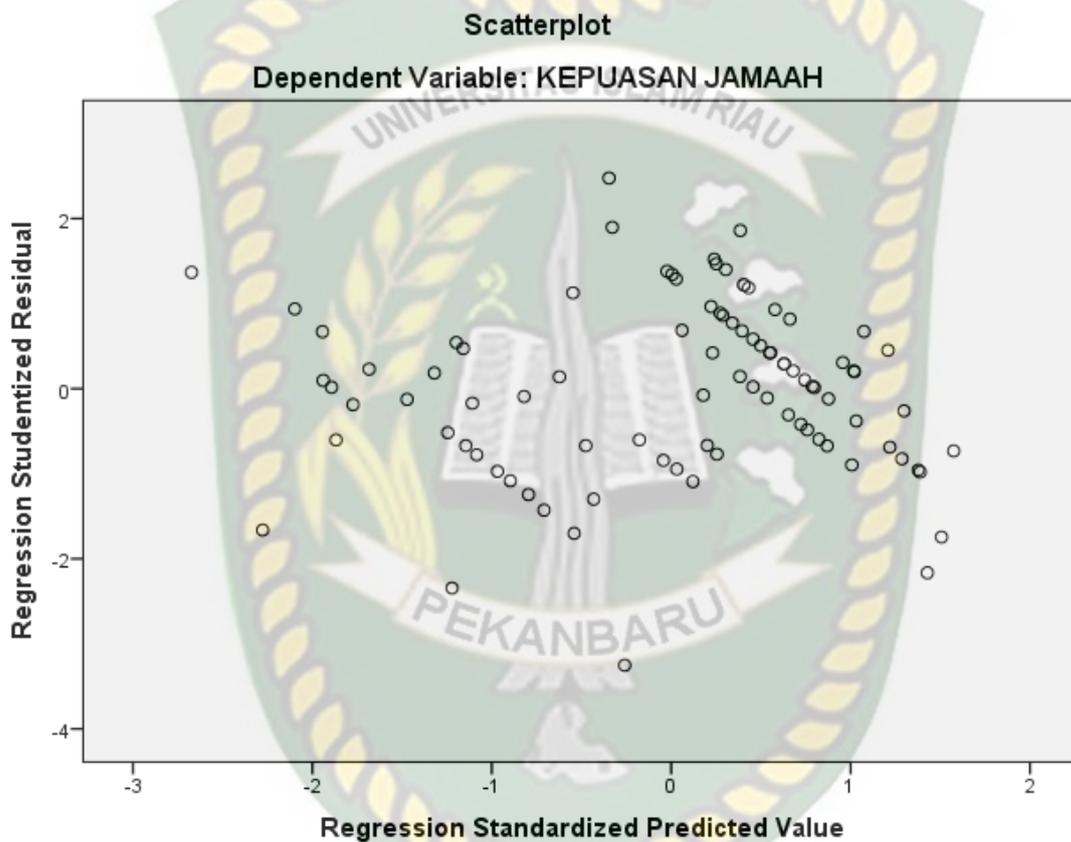
a. Dependent Variable: KEPUASAN JAMAAH

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Berdasarkan uji multikolinearitas pada tabel di atas bahwa variabel Pelyanan religiulistas, citra Lembaga dan motivasi muzaki memiliki nilai tolerance > 0.1 dan nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heterokedasitas

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



Gambar 2: Hasil Uji Heterokedasitas

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

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 0 (nol) pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

F. Uji Hipotesis

1. Uji Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi linier berganda melalui *SPSS for Windows versi 23,0* maka diperoleh nilai-nilai untuk variabel dan variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 17 : Uji Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	7.925	3.537	
CORE SERVICE	.696	.130	.594
FACILITATING SERVICE	.243	.082	.265
SUPPORTING SERVICE	.194	.079	.146

a. Dependent Variable: KEPUASAN JAMAAH

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 7,925 + 0,696x_1 + 0,243x_2 + 0,194x_3$$

Arti angka-angka dalam persamaan regresi diatas adalah;

- a. Nilai konstanta (a) sebesar 12,694. Artinya adalah apabila *core service*, *facilitating service*, *supporting servise* diasumsikan nol (0), maka keputusan pembelian (Y) bernilai 7,925.
- b. Nilai koefisien regresi linier variabel *core service* (X_1) sebesar 0,696. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor *core service* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan jama'ah (Y) sebesar 0,696 dengan asumsi variabel X_2, X_3 , tetap.
- c. Nilai koefisien regresi linier variabel *facilitating service* (X_2) sebesar 0,243. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor *facilitating service* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan jama'ah (Y) sebesar 0,243 dengan asumsi variabel X_1, X_3 , tetap.
- d. Nilai koefisien regresi linier variabel *supporting service* (X_3) sebesar 0,194. Artinya adalah bahwa setiap peningkatan Faktor *supporting service* sebesar 1 satuan maka akan meningkatkan kepuasan jama'ah (Y) sebesar 0,194 dengan asumsi variabel X_1, X_2 , tetap.

2. Uji Persial (Uji t)

Uji-t dilakukan untuk mengetahui faktor yang mana yang paling dominan antara variabel bebas dan variabel terikat dengan menggunakan Uji Pasrial (Uji-t) dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS for Windows versi 23,0* maka dapat dilihat tabel dibawah ini.

Tabel 18: Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.925	3.537		2.241	.028
	CORE SERVICE	.696	.130	.594	5.365	.000
	FACILITATING SERVICE	.243	.082	.265	3.521	.002
	SUPPORTING SERVICE	.194	.079	.146	2.460	.016

a. Dependent Variable: KEPUASAN JAMAAH

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Dari hasil pengolahan diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai t_{hitung} variabel *Core Service* (X1) sebesar 5,365 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,671 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(91-3-1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $5,365 > 1,671$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *core service* terhadap kepuasan jama'ah.
2. Nilai t_{hitung} variabel *facilitating service* (X2) sebesar 3,521 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,671 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(91-3-1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,521 > 1,671$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,002 <$

0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *facilitating service* terhadap kepuasan jama'ah.

3. Nilai t_{hitung} variabel *supporting service* (X3) sebesar 2,460 dan nilai t_{tabel} sebesar 1,671 dengan tingkat signifikan sebesar 0,05 dan derajat kebebasan sebesar 87 ($dk=n-k-1(91-3-1)$) maka akan terlihat bahwa : $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,460 > 1,671$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima dan H_o ditolak dengan tingkat signifikan sebesar 0,05, dimana nilai (Sig) sebesar $0,016 < 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *supporting service* terhadap kepuasan jama'ah
4. Maka secara persial dapat diketahui variabel bebas yang paling dominan mempengaruhi kepuasan jama'ah adalah variabel *core service* sebesar 5,365.

3. Uji Simultan (Uji F)

Adapun pengaruh variabel bebas secara Bersama-sama terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 19: Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797.060	3	265.687	80.624	.000 ^b
	Residual	286.699	87	3.295		
	Total	1083.758	90			

a. Dependent Variable: KEPUASAN JAMAAH

b. Predictors: (Constant), SUPPORTING SERVICE, CORE SERVICE, FACILITING SERVICE

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 80,624, sedangkan F_{tabel} pada taraf signifikan (α) 5 dengan df 1 sebesar 2 ($k-1=3-1$), df 2 sebesar 87 ($n-k-1=91-3-1$)), maka F_{tabel} diperoleh sebesar 3,04 .

Maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $80,624 > 3,04$ yang berarti bahwa Hal ini menunjukkan bahwa H_a Diterima dan H_o ditolak. Artinya adalah bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (*core service, facilitating service, supporting service*) secara bersama-sama, dimana nilai nya sebesar 80,624.

4. Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan koefisien korelasi dengan menggunakan bantuan komputer program *SPSS for Windwos versi 23,0* maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 20: Koefisien Korelasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 ^a	.735	.726	1.815

a. Predictors: (Constant), SUPPORTING SERVICE, CORE SERVICE, FACILITING SERVICE

b. Dependent Variable: KEPUASAN JAMAAH

Sumber: *Data diolah dengan SPSS windows 23, 2020*

Nilai R Menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari tabel diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,858 atau sebesar 85,8%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel X (*core service, facilitating service, supporting service*) dengan variabel Y (kepuasan jama'ah) memiliki hubungan yang sangat kuat.

5. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan Adjusted R^2 sebagai koefisien determinasi. Adjusted R Square adalah nilai R Square yang telah disesuaikan. Hasil analisis determinasi dapat dilihat pada output *Model Summary* dari hasil regresi linier berganda pada tabel di bawah ini:

Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.726. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*core service, facilitating service, supporting service*) terhadap variabel dependen (kepuasan jama'ah) adalah sebesar 72,6%, sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis data di atas, pengujian hipotesis yang dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima (*core service, facilitating service, supporting service*) terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh variabel *core service* terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Core Service adalah pelayanan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang merupakan produk utamanya. *Core service* merupakan rangkaian pelayanan utama yang diberikan kepada jama'ah agar mendapatkan ketenangan dan kepuasan dalam

beribadah pada mesjid Ar-Rahman kota Pekanbaru tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *core service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh untuk variabel *core service* adalah sebesar 5,365 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *core service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Hal ini ini dukung oleh penelitian Fadila Hasanah dengan judul "Pengaruh Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Pelanggan di Jeda Bamboo Yogyakarta" dimana hasil penelitian tersebut variabel *core service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pelayanan yg optimal akan meningkatkan tingkat kepuasan bagi konsumen.

2. Pengaruh variabel *Faciliting Service* terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Faciliting Service adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada pelanggan. Pelayanan tambahan dimaksud adalah dengan menyediakan fasilitas ibadah seperti tempat berwudhu, pendingin ruangan kursi bagi jama'ah difabel, serta menyediakan Al-Qur'an bagi jama'ah hal ini akan meningkatkan mutu kepuasan jama'ah pada mesjid Ar-Rahman Pekanbaru. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Faciliting Service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh untuk variabel *Faciliting Service* adalah sebesar 3,521 dengan nilai signifikan $0,002 < 0,05$, maka dapat

disimpulkan bahwa variabel *Facilitating Service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Hal ini ini dukung oleh penelitian julian valentino dengan judul pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di swalayan nganjuk” dimana hasil penelitian tersebut variabel *facilitating service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan dengan menyediakan fasilitas ibadah seperti tempat berwudhu, pendingin ruangan kursi bagi jama'ah difabel, serta menyediakan Al-Qur'an bagi jama'ah hal ini akan meningkat mutu kepuasan jama'ah pada mesjid Ar-Rahman Pekanbaru.

3. Pengaruh variabel *Supporting Service* terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Supporting Service adalah merupakan pelayanan tambahan pendukung pelanggan, pelayan pendukung berupa layanan wifi, layanan parkir, tempat penitipan barang serta papan pengumuman, dengan hal ini jama'ah akan merasa nyaman dan aman dalam melaksanakan ibadah rutin pada suatu mesjid. tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *Supporting Service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru

Dari hasil uji hipotesis pada penelitian ini diperoleh untuk variabel *Supporting Service* adalah sebesar 2,460 dengan nilai signifikan $0,016 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Supporting Service* berpengaruh terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

Hal ini ini dukung oleh penelitian fadila hasanah dengan judul pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan pelanggan di jede bamboo Yogyakarta”

dimana hasil penelitian tersebut variabel *supporting service* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat diartikan bahwa adanya pelayanan pendukung seperti adanya wifi, parkir yang luas dan aman, tempat wudhu yang tersedia akan meningkatkan tingkat kepuasan bagi jama'ah.

4. Secara persial variabel yang sangat dominan mempengaruhi kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru adalah variabel *core service* dengan nilai dimana nilai nya sebesar 5,365. Nilai R Menunjukkan korelasi ganda antara variabel independen dengan variabel dependen. Dari analisa diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,858 atau sebesar 85,8%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel X (*core service, facilitating service, supporting service*) dengan variabel Y (kepuasan jama'ah) memiliki hubungan yang sangat sangat kuat. Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.726. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*core service, facilitating service, supporting service*) terhadap variabel dependen (kepuasan jama'ah) adalah sebesar 72,6%, sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikut sertakan dalam penelitian ini

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil Analisa data dan pembahasan penelitian maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *core service* (X1), *facilitating service* (X2), *supporting service* (X3) secara Parsial berpengaruh terhadap terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis data dalam penelitian ini setiap variabel pada penelitian ini berpengaruh secara positif terhadap kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.
2. Secara simultan adalah bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel independen (*core service, facilitating service, supporting service*) secara bersama-sama, dimana nilai nya sebesar 80,624.
3. Variabel yang sangat dominan mempengaruhi kepuasan jama'ah masjid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru adalah variabel *core service* dengan nilai dimana nilai nya sebesar 5,365.
4. Dari analisa diatas dapat diketahui nilai R sebesar 0,858 atau sebesar 85,8%. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel X (*core service, facilitating service, supporting service*) dengan variabel Y (kepuasan jama'ah) memiliki hubungan yang sangat sangat kuat. Diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0.726. Artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (*core service, facilitating service, supporting service*) terhadap variabel dependen

(kepuasan jama'ah) adalah sebesar 72,6%, sedangkan sisanya sebesar 27,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikuti sertakan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan, peneliti memberikan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan menambah jumlah sampel dan objek lokasi penelitian dengan cakupan yang sangat luas contohnya seluruh mesjid paripurna yang ada di kota Pekanbaru, serta menambahkan variabel-variabel yang belum dimasukkan dalam penelitian ini agar mendapatkan hasil yang lebih optimal.
2. Bagi pengurus mesjid Ar-Rahman berdasarkan hasil penelitian yang ditemukan maka disarankan kepada pengurus mesjid terkait untuk melakukan pelayanan yang lebih baik lagi untuk lebih meningkatkan kepuasan jama'ah dalam beribadah di mesid agung Ar-Rahman Kota Pekanbaru.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Achmad, Subianto.(2008). *Gerakan Memakmurkan Masjid*, (Yayasan Bermula dari Kanan, Jakarta: CV Kasala Mitra Selaras, Jakarta.
- Asnawati. (2004) *Etika Costumer Service*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Barata. (2003). *Pelayanan Jasa* . PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Aziz, Mustofa. (2007). *Teori Ekonomi Mikro I*. Universitas Kanjuruhan Malang.
- Gonroos, (1990). *customer Service Dalam Bisnis Jasa*,: Rajawali Pers, Jakarta
- Kasmir, (2006)*Etika Costumer Service*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta
- M. Nur Riyanto, (2012)*Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandungg.
- Suharto, Abdul Majid, (2009) *customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009. Jakarta
- Sutarmadi, (2009)*Manajemen Masjid*,: Graha Ilmu. Yogyakarta
- Nina Rahmayanty, (2013)*Manajemen Pelayanan Prima*,: Graha Ilmu, Yogyakarta
- Nasikun, (2009) *Sistem Sosial Indonesia*,: Rajawali Pers, Jakarta.
- Daryanto, Ismanto Setyobudi. (2014) *Konsumen dan Pelayanan Prima*, Yogyakarta
- Prihartono, (2012) *Manajemen Pelayanan Prima*,: Andi Offset, Yogyakarta
- Koentjaraningrat, (2002), *Pengantar Ilmu Antropologi*, Rineka Cipta, 2002, Jakarta:
- Mustofa Azis, (2007) *Teori Ekonomi Mikro I*, Universitas Kanjuruhan Malang.
- Sukirno Sadono, (2005) *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, PT RajaGrafindo Persada. Jakarta,
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.
- Dairi, Rizal. (2010). *Metode Penelitian Berbasis Kompetensi*, Pekanbaru: UIR- Pers.
- Walgio, Bimo. (2002). *Psikologi Sosial*.Yogyakarta: Andi offset.

Kementrian Agama RI, Ar-Rahim: al-Qur'an dan Terjemahan, (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2014), hal. 517.

Jurnal :

Bakhri, Boy Syamsul, (2011). Sistem Ekonomi Islam Dalam Perbandingan, jurnal Al-Hikmah, jurnal Agama dan Ilmu Pengetahuan. Volume 8, Nomor 1.

Novrianto Juang, 2016. *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Restoran Sop Tunjang Pertama (M1)* Jurnal Administrasi Bisnis, Manajemen dan Ekonomi, Volume 2, Nomor 2.

Librianty, Nany. 2018, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pasien BPJS Terhadap Pelayanan Keperawatan di Ruang Rawat Inap Mawar RSUD Bangkinang Tahun 2016*, Jurnal Ekonomi KIAM, Volume 29, Nomor 1.

Syaefulloh, 2016, *Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pasien Terhadap Rekomendasi Pelayanan Kesehatan Rawat Jalan Puskesmas di Kota Pekanbaru*, Volume 26, Nomor 1.

Wahyudi, 2013, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk Kopi Radix Terhadap Minat Beli Ulang Stokis Pada PT. HPA Indonesia Cabang Pekanbaru*, Volume 1, Nomor 2.

Zulkifli, 2018, *Pengaruh Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Pengadaan (Persero) Syariah Unit Tanah Merah Cabang Pengadaan Soebrantas*, Volume 1, Nomor 1.

Zulfadli (2019) *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah*. Volume 3, No 1.

Skripsi :

Fadilah Hasanah, 2016, *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Jade Bamboo Resto Yogyakarta*, Yogyakarta.

Julian Valentino, 2016, *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Pelanggan di Prima Swalayan Nganjuk*, Universitas Brawijaya, Malang.

Website :

Ichwan, [www. nuonline.com/takmir-Masjid-perlu-satukan-langkah/](http://www.nuonline.com/takmir-Masjid-perlu-satukan-langkah/) diakses pada 24 januari 2014 pukul 14:20 WIB.

Humas, [www. prasetya.ub.ac.id/berita/Pelatihan-Manajemen-KetakmiranMasjid-dan-Lembaga-Dakwah-Kampus-10847-id.html](http://www.prasetya.ub.ac.id/berita/Pelatihan-Manajemen-KetakmiranMasjid-dan-Lembaga-Dakwah-Kampus-10847-id.html).diakses pada 28 januari 2014 pukul 03:20 WIB





UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS AGAMA ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

Jl. Kaharuddin Nasution No. 113 Marpoyan Pekanbaru, Riau, Indonesia
Hp. 0813 7128 5733, Email: ekis@uir.ac.id, Website: www.uir.ac.id / www.fis.uir.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIAT
No. 76/A-EKIS/FAI-UIR/VIII/2020

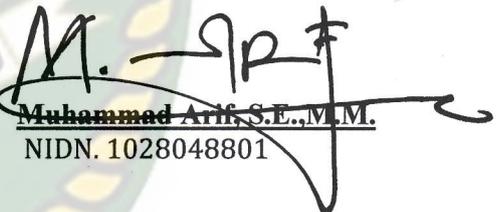
Ketua Program Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Islam Riau menerangkan bahwa mahasiswa dengan identitas berikut:

Nama	DOLIL NASUTION
NPM	132310075
Program Studi	Ekonomi Syariah

Judul Skripsi: **PENGARUH PELAYANAN PRIMA TERHADAP KEPUASAN JAMAAH MASJID AGUNG AR-RAHMAN KOTA 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 ujian skripsi dan pengurusan surat keterangan bebas pustaka.

Pekanbaru, 12 Agustus 2020
Ketua Prodi Ekonomi Syariah,


Muhammad Arif, S.E., M.M.
NIDN. 1028048801

ORIGINALITY REPORT

26%

SIMILARITY INDEX

%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

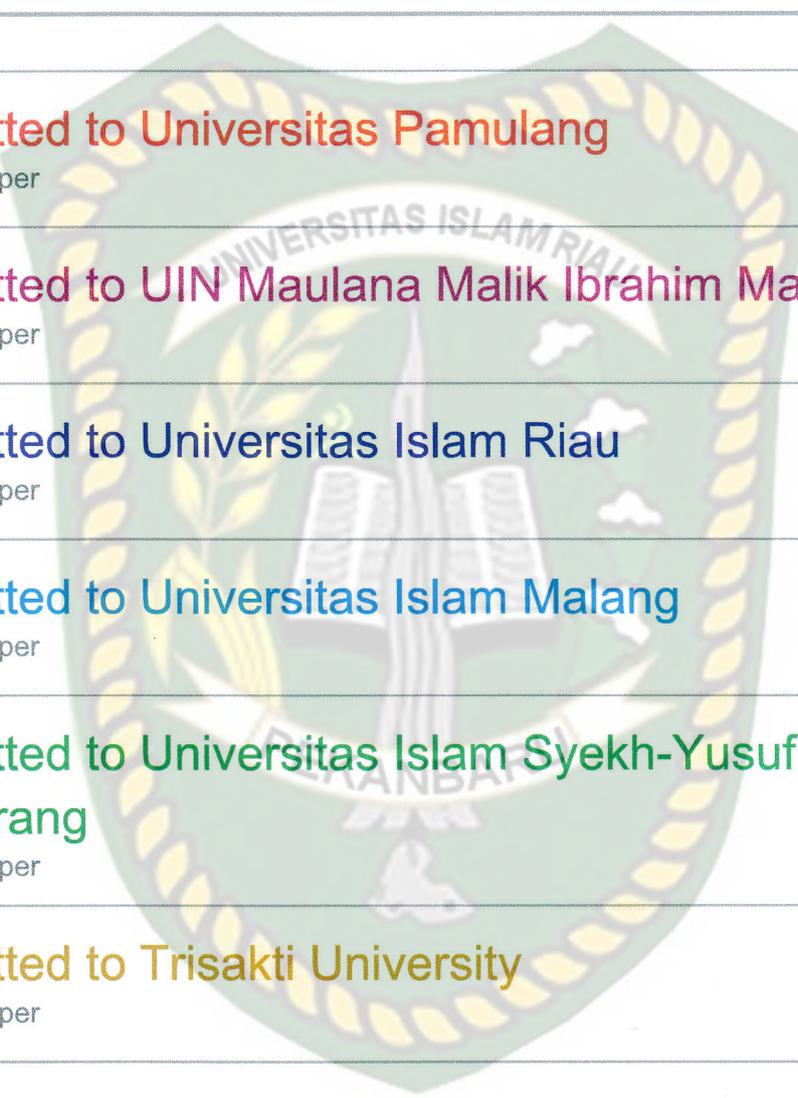
26%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	7%
2	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	2%
3	Submitted to Universitas Islam Riau Student Paper	2%
4	Submitted to Universitas Islam Malang Student Paper	2%
5	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	2%
6	Submitted to Trisakti University Student Paper	2%
7	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	2%
8	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%

Perpustakaan Universitas Islam Riau
Dokumen ini adalah Aisip Miik



9 Submitted to UIN Sunan Gunung Djati Bandung 1%
Student Paper

10 Submitted to Universitas Terbuka 1%
Student Paper

11 Submitted to General Sir John Kotelawala
Defence University 1%
Student Paper

12 Submitted to Universitas Diponegoro 1%
Student Paper

13 Submitted to Universitas Sebelas Maret 1%
Student Paper

14 Submitted to Universitas Muhammadiyah
Surakarta 1%
Student Paper

15 Submitted to Universitas Negeri Makassar 1%
Student Paper

Exclude quotes Off

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography Off