

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini membuat masyarakat dengan cepat mengikuti perkembangan zaman. Hal ini mengakibatkan manusia untuk semakin berinovasi dan mengeluarkan ide baru agar memberi kemudahan serta memecahkan masalah di kehidupannya sehari-hari. Kreatifitas manusia mulai diuji seiring dengan persaingan diantara mereka. Saat ini banyak bermunculan produk barang dan jasa yang menawarkan berbagai keunikan dan kelebihan masing-masing. Oleh sebab itu, konsumen mempunyai banyak alternatif pilihan dalam menggunakan produk barang dan jasa tersebut. Tidak terkecuali terhadap gaya hidup masyarakat yang membutuhkan jasa pembuatan bunga yang terbuat dari bahan yang berjenis kain flanel. Bunga flanel sebutannya sekarang tengah disenangi oleh peminatnya. Rangkaian bunga yang dikemas dengan cantik dan unik, menarik minat masyarakat untuk memesannya.

Bunga flanel saat ini menjadi hal yang sangat penting sebagai pelengkap pada moment kehidupan seseorang. Misal pada moment wisuda, di beberapa Universitas banyak peminat yang memesan sebuket bunga flanel sebagai tanda atau ucapan selamat kepada wisudawan/ti. Bahannya yang terbuat dari kain yang berjenis flanel membuat bentuk bunga tersebut seperti tampak nyata. Bunga flanel jauh lebih awet dibandingkan dengan bunga asli yang akan cepat layu apabila disimpan dalam jangka waktu yang cukup lama.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

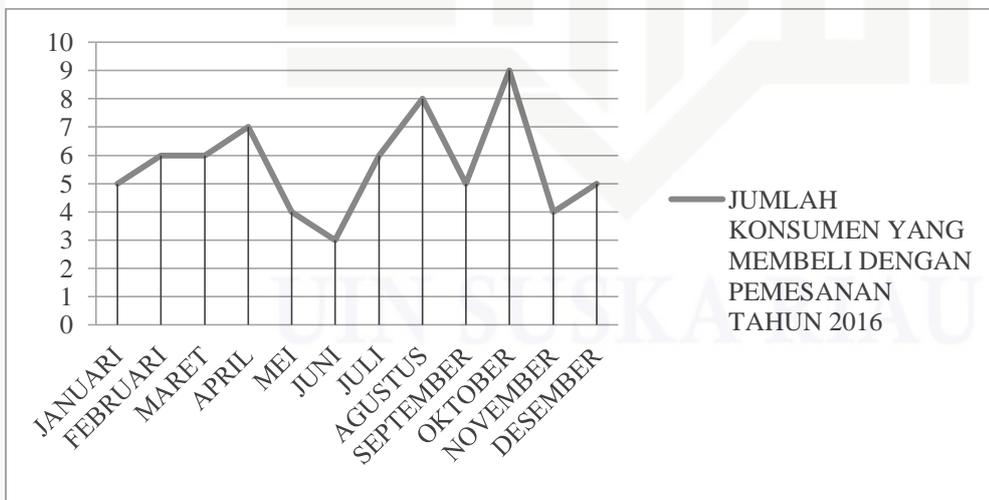
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Di Pekanbaru sendiri sudah banyak produsen bunga flanel yang menawarkan serta menjajakan bunga flanel, seperti ada kurang lebih sekitar 7 orang yang menjajakan bunga flanel di area sekitar Jalan Diponegoro pada malam hari, ada kurang lebih 4 toko besar yang menjual bunga flanel, serta ada kurang lebih 104 produsen yang menawarkan bunga flanel melalui aplikasi *instagram*.¹ Selain itu ada juga yang menawarkan langsung pada saat acara besar berlangsung seperti wisuda akbar di salah satu Universitas. Salah satu pengrajin yang menawarkan pembuatan bunga flanel di Pekanbaru yakni Flanel Hanaya PKU. Flanel Hanaya PKU menawarkan beberapa produk kepada pelanggannya seperti: bunga flanel pertangkai, satu buket kecil bunga flanel, satu buket besar bunga flanel serta produk terbarunya yakni selempang wisuda yang terbuat dari bahan flanel.

Grafik 1.1
Jumlah konsumen Flanel Hanaya PKU yang membeli dengan pemesanan Tahun 2016



¹Mardila, Bagian Pemasaran pada Flanel Hanaya PKU, *Wawancara*, Pekanbaru 7 Februari 2018.

Dari grafik 1.1 dapat dilihat bahwa terjadi fluktuasi pada jumlah konsumen yang membeli dengan pemesanan di Flanel Hanaya PKU pada tahun 2016. Penurunan pemesanan yang paling besar terjadi pada bulan Oktober menuju ke bulan November yakni sebanyaklima orang. Sedangkan peningkatan pemesanan terjadi pada bulan September menuju ke bulan Oktober yakni sebanyakempat orang.

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidak puasan konsumen telah semakin besar. Akan tetapi usaha untuk memuaskan konsumen tidaklah mudah. Oleh karena itu Flanel Hanaya PKU berusaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Misalnya menawarkan produk-produk yg menarik, melayani konsumen dengan baik, menyelesaikan pesanan tepat pada waktunya, serta tepat waktu dalam mengantarkan pesanan.

Kepuasan adalah perasaan senangatau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.² Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi/ kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka pelanggan tidak akan puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa amat puas atau senang. Konsumen membentuk pengharapan-pengharapan mereka berdasarkan pada pesan-pesan yang mereka peroleh dari para penjual, teman-temannya, dan sumber informasi lain.

²Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, terj. Hendra Teguh, Ronny A. Rusli dan Benyamin Molan. (Jakarta: Prenhallindo, 2002), hlm. 42

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Scharnaars, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.³

Proses dalam menciptakan kepuasan konsumen merupakan sebuah siklus kunci keberhasilan pemasaran sebuah perusahaan. Seperti Flanel Hanaya PKU yang berorientasi pada upaya untuk memberikan kepuasan kepada konsumen maupun calon konsumen. Karena konsumen yang merasa puas akan berpotensi pada melakukan pembelian terhadap suatu produk bahkan melakukan pembelian ulang. Pembelian dan pembelian ulang nantinya akan memberikan laba pada produsen sehingga produsen merasa puas. Dan pada akhirnya sebagian dari laba yang diperoleh bisa diinvestasikan kembali pada upaya peningkatan produk.

Tabel 1.1
Data Responden Menurut Jumlah Pembelian Bunga di Flanel Hanaya PKU pada Tahun 2016

No.	Jumlah Pembelian Bunga	Frekuensi	Persentase
1.	1 kali	31	77,5%
2.	2 kali	9	22,5%
3.	>2	-	-
Jumlah		40	100%

Sumber: Data Olahan 2017

³Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), hlm. 24

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan data tabel 1.1, dari 40 orang responden jumlah konsumen yang membeli bunga sebanyak 2 kali pembelian yaitu berjumlah 9 orang atau 22,5%. Hal ini menunjukkan bahwa adanya konsumen yang merasa puas dan loyal sehingga mereka melakukan pembelian ulang di Flanel Hanaya PKU.

Untuk memuaskan konsumen ada beberapa faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen. Menurut Irawan terdapat lima faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen, yaitu:⁴

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk yang berkualitas. Ada beberapa elemen kualitas produk yaitu: *performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetic, fit and finish.*

b. Harga

Untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena akan mendapatkan *value for money* yang tinggi. Komponen harga relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

c. Kualitas pelayanan

Pelanggan merasa puas apabila mereka memperoleh pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan mereka. Ada beberapa elemen

⁴Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT. Elexmedia Komputindo, 2002), hlm. 37

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kualitas pelayanan, yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, dan *tangibels*.

d. Faktor emosional

Pelanggan akan merasa bangga, yakin dan kagum terhadap produk apabila menggunakan produk merek tertentu serta akan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan bukan karena kualitas produk tetapi rasa bangga dan rasa percaya diri.

e. Biaya dan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa

Pelanggan akan semakin puas dan senang apabila relatif mudah dan *efisien* dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan produk dan jasa.

Namun dalam penelitian ini menurut asumsi saya yang sangat dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam membeli produk bunga Flanel Hanaya PKU di Pekanbaru adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Tabel 1.2
Harga dari paket bunga flanel
Di Flanel Hanaya PKU Tahun 2016

No	Jumlah	Harga
1.	1 tangkai	@ Rp. 5.000
2.	10 tangkai	@ Rp. 4.500
3.	25 tangkai	@ Rp. 4.000
4.	50 tangkai	@ Rp. 3.500

Sumber: *Flanel Hanaya PKU, 2016*

Dari Tabel 1.1 harga yang ditawarkan oleh Flanel Hanaya PKU sangatlah beragam. Untuk setiap pembelian pertangkai bunga, Flanel Hanaya

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PKU memberikan potongan harga disetiap kelipatannya. Sedangkan untuk pemesanan per-buket bunga, harga yang ditawarkan sesuai dengan bentuk bunga serta kerumitan dalam pengerjaannya.

Dalam kasus ini harga yang ditawarkan terbilang samadengan produsen bunga flanel yang lainnya atau dianggap tetap, faktor emosional konsumen susah untuk dihitung, serta biayadan kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa dianggap sama dengan produsen bunga flanel yang lainnya. Jadi dalam hal ini faktor lain selain kualitas produk dan kualitas pelayanan dianggap tetap, *Ceteris Paribus*.

Kualitas produk dalam proses penjualan menjadi tolak ukur konsumen dalam membeli. Oleh karena itu Flanel Hanaya PKU berusaha memberikan kualitas produk yang terbaik. Seperti dalam hal pemilihan bahan, rapinya pengerjaan, serta warna dari pada bunga flanel. Flanel Hanaya PKU menjadikan internet sebagai media mereka dalam mempromosikan produknya dengan memanfaatkan aplikasi *Instagram* yang ada pada *smartphone*. Mereka memajang berbagai macam foto produk bunga flanel yang merupakan hasil dari buatan tangan mereka sendiri.

Hal ini sangat menarik untuk diamati, karena dizaman globalisasi sekarang ini banyak terjadi kasus penipuan melalui duina maya. Pedagang nakal tersebut memajang foto produk mereka di internet, ketika sampai ditangan konsumen ternyata kualitas produk yang mereka pesan tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Hal ini menyebabkan kerugian bagi konsumen dan konsumen merasa tidak puas dengan kualitas produk tersebut.

Didalam Islam kasus tersebut tergolong kepada *Tadlis* (Penipuan). Setiap transaksi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip kerelaan antara

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kedua belah pihak (sama-sama rida).⁵ Mereka harus mempunyai informasi yang sama (*Complete information*) sehingga tidak ada pihak yang merasa dicurangi/ditipu karena ada sesuatu yang *unknown to one party* yang dalam bahasa fikihnya disebut *tadlis* (penipuan). Islam sangat melarang memalsu dan menipu karena dapat menyebabkan kerugian, kezaliman, serta menimbulkan permusuhan dan percecokan.⁶ Sebagaimana firman Allah Swt. dalam surah Al Israa' (17:35):


 تَأْوِيلًا وَأَحْسَنُ خَيْرٌ ذَٰلِكَ الْمُسْتَقِيمِ بِالْقِسْطِ سِوَزِنُوا كَلِمَةً إِذَا الْكَيْلَ وَأَوْفُوا

Artinya: “Dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan timbangan yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya.”⁷ (QS. Al-Isra' 17:35)

Kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk berasal dari kinerja produk yang diberikan produsen kepada konsumen. Sehingga apabila pelanggan mempersepsikan bahwa kinerja produk yang dinikmatinya sama dengan yang diharapkan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas. Hal ini senada dengan pendapat para ahli yakni Oliver. Menurut Oliver kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi

⁵Veithzal Rifai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), hlm.151.

⁶Ibid., hlm. 295

⁷Kementerian Agama RI, *AT THAYIB: Al-Qur'an Transliterasi Per Kata dan Terjemahan Per Kata*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2011),hlm. 285

terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.⁸

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Karena dalam menciptakan kepuasan konsumen, pelayanan yang ditawarkan haruslah berkualitas. Produsen harus berupaya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaian agar dapat mengimbangi harapan pelanggan. Hal ini sama dengan yang dikemukakan oleh Kotler. Menurut Kotler kualitas pelayanan/jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa.⁹

Dalam hal pelayanan, Flanel Hanaya PKU melakukan proses pelayanan tidak secara langsung atau bertatap muka. Mereka menggunakan via telepon atau *chat* melalui aplikasi *Line* pada *smartphone* mereka dalam melayani konsumen. Dalam hal mengantarkan pesanan, Flanel Hanaya PKU memberikan dua pilihan yakni Flanel Hanaya PKU bisa mengantarkan langsung paket pesanan kepada konsumen yang berada di Pekanbaru (dengan ditambah biaya *charge* yang telah ditentukan) atau konsumen bisa menjemput sendiri pesannya. Dalam kasus konsumen yang menjemput sendiri pesannya, ada beberapa konsumen yang mengeluhkan lokasi yang tidak strategis sehingga konsumen mengalami kesulitan dalam mengakses lokasi tersebut.

⁸Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), hlm.56

⁹Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: ANDI 2009), hlm.121

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Tika salah satu konsumen Flanel Hanaya PKU, buket bunga yang ia pesan cukup bagus, tetapi jika warna dan rangkainya lebih dikreasikan lagi mungkin akan tampak jauh lebih unik dan menarik.¹⁰ Berbeda halnya dengan Hendra Konsumen dari Flanel Hanaya PKU, menurut beliau bunganya sangat menarik dan sangat sesuai dengan keinginannya. Ini merupakan kali kedua ia menggunakan jasa Flanel Hanaya PKU. Ia tidak akan ragu lagi untuk memesan kembali yang selanjutnya. Hendra menginginkan Flanel Hanaya PKU untuk membuka promosi diskon kembali. Dan dia berharap semoga Flanel Hanaya PKU membuka tokonya sendiri agar lebih senang ketika membeli.¹¹

Berdasarkan uraian latar belakang, maka penulis tertarik untuk meneliti dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA FLANEL HANAYA PKU DI PEKANBARU MENURUT EKONOMI ISLAM”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada usaha Flanel Hanaya PKU di Pekanbaru menurut Ekonomi Islam.”

¹⁰Tika, Konsumen Flanel Hanaya PKU, *Wawancara*, Pekanbaru 20 Juni 2017

¹¹Hendra, Konsumen Flanel Hanaya PKU, *Wawancara*, Pekanbaru 20 Juni 2017

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha Flanel Hanaya PKU di Pekanbaru, baik secara parsial maupunsecara simultan?
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentangkualitas produk,kualitas pelayanandan kepuasan konsumen?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan tulisan ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Flanel Hanaya PKU di Pekanbaru baik secara parsial maupunsecara simultan.
- b. Untuk menganalisis tinjauan Ekonomi Islam mengenai kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

2. Manfaat Penelitian

- a. Untuk menambah dan memperdalam ilmu pengetahuan penulis tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
- b. Sebagai bahan kajian, rujukan dan perbandingan sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan dalam bidang Ekonomi Islam.

- c. Digunakan sebagai pengajuan syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.) pada Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisa teori di atas dapat disusun suatu hipotesa yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu:

- Ha₁: Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Ha₂: Diduga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- Ha₃: Diduga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang berlokasi pada Flanel Hanaya PKU yang beralamat di jalan Balam Sakti, Gg. Nuri nomor 12-2 Pekanbaru.

2. Subjek dan Objek Penelitian.

Subjek penelitian ini adalah para konsumen dan produsen Flanel Hanaya PKU. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Flanel Hanaya PKU menurut Ekonomi Islam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi adalah konsep abstrak, tidak bisa ditunjuk secara langsung. Agar lebih operasional (bisa dihitung, bisa diukur), populasi haruslah didefinisikan secara jelas dan spesifik. Populasi yang sudah didefinisikan ini disebut sebagai populasi sasaran. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasarannya yakni semua konsumen Flanel Hanaya PKU yang berada di Pekanbaru serta konsumen yang membeli produk Flanel Hanaya PKU selama tahun 2016 sebanyak 68 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel yang digunakan adalah sebanyak 40 orang responden yang diambil dari konsumen Flanel Hanaya PKU yang berada di Pekanbaru dan konsumen yang membeli produk Flanel Hanaya PKU selama tahun 2016 serta tidak menggunakan jasa antar pesanan.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Simple Random Sampling*, yaitu teknik dengan pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan tingkatan yang ada dalam populasi, dimana tiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan diketahui untuk terpilih sebagai subjek.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang dikumpulkan.

Jenis data tersebut yakni sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya¹² berupa data yang diperoleh langsung dari Flanel Hanaya PKU serta data yang diperoleh langsung dari konsumen. Data ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dan sudah dikumpulkan serta diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi¹³ berupa data yang diperoleh dari buku-buku, dokumen serta literatur-literatur yang berhubungan dengan pembahasan penelitian.

5. Metode dan Pengumpulan Data

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹²Muhammad, *Metodologi penelitian ekonomi Islam: pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 102

¹³*Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Observasi yaitu teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap objek penelitiannya.¹⁴
- b. Wawancara yaitu teknik untuk mengumpulkan data yang akurat untuk keperluan proses pemecahan masalah tertentu, yang sesuai dengan data.¹⁵ Pencarian data dengan teknik ini dilakukan dengan cara tanya jawab langsung kepada produsen dan konsumen Flanel Hanaya PKU.
- c. Kuesioner yaitu suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.¹⁶
- d. Dokumen yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.
- e. Studi Pustaka, yaitu mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis yang berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang diteliti.

6. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Peneliti memperoleh data dari kuesioner yang disebar kepada 40 orang responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini. Data yang diperoleh selanjutnya akan diproses

¹⁴Husein Umar, *metode Penelitian Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), hlm. 51

¹⁵Muhammad, *op. Cit.*, hlm. 151

¹⁶Husein Umar, *op. Cit.*, hlm. 51

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan SPSS versi 16.0. tujuan dari analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah untuk mencari makna dibalik data yang berasal dari pengakuan subjek pelakunya. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Analisa Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik adalah metode-metode yang berkaitan dengan pengumpulan dan penyajian suatu gugus data sehingga memberikan informasi yang berguna. Dengan deskriptif statistik, kumpulan data yang akan diperoleh akan tersaji dengan ringkas dan rapi serta dapat memberikan informasi inti dari kumpulan data yang ada.

Data dari kuesioner yang telah diisi oleh responden kemudian akan direkapitulasi, menyangkut semua variabel yang diteliti. Kemudian data akan direkap dalam bentuk tabel untuk kembali diinterpretasikan guna menarik kesimpulan.

Pengukuran variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini diatur dengan skala likert. Skala ini mengukur tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap rangkaian pertanyaan yang mengukur suatu objek¹⁷ dengan skala penilaian (skor) 1 sampai 5, varian jawaban untuk masing-masing item pertanyaan sebagai berikut:

¹⁷Istijanto, *Riset Sumber Daya Manusia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 81

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 1.3
Skala Pengukuran

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

b. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Metode yang digunakan dalam ujian ini adalah korelasi *product moment*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel¹⁸ begitu pula sebaliknya. Taraf signifikan yang digunakan peneliti adalah 1% dari jumlah sampel yang ada.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dalam sebuah penelitian dengan maksud untuk mengetahui seberapa besar tingkat keabsahan sehingga dapat menghasilkan data yang benar-benar sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan

¹⁸Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, hlm. 236

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menghasilkan data yang sama.¹⁹ Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan metode *alpha*. Suatu instrument dikatakan reliabel apabila memiliki nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$. Jika nilai reliabelitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan $> 0,8$ adalah baik.²⁰

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji ini dilakukan untuk memeriksa apakah nilai Variabel dependen Y didistribusikan secara normal terhadap nilai Variabel bebas X. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal. Uji normalitas yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan histogram dan normal P-P Plot.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidak samaan varian dari residual suatu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak heteroskedastisitas.²¹

Kemungkinan adanya gejala heteroskedesitas dapat dilakukan dengan menggunakan diagram *Scatterplot* dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai yang diprediksi. Jika pada grafik tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar

¹⁹Sugiyono, *op. Cit.*, hlm. 121

²⁰Duwi Priyatno, *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), hlm. 172

²¹Duwi Priyatno, *op. Cit.*, hlm. 160

diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi heteroskedesitas pada suatu model regresi.

3) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah ada keterkaitan antara hubungan yang sempurna antara variable-variabel independen. Jika didalam pengujian ternyata didapatkan sebuah kesimpulan bahwa antara variable independent tersebut saling terikat, maka pengujian tidak dapat dilakukan kedalam tahapan selanjutnya yang disebabkan oleh tidak dapat ditentukannya koefisien regresi variabel tersebut tidak dapat ditentukan dan juga nilai standard errornya menjadi tak terhingga. Untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* < 0,10 dan VIF < 10..

d. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisi ini digunakan untuk mencari pengaruh dua variabel prediktor atau untuk mencari hubungan fungsional dua variabel prediktor atau lebih terhadap variabel kriteriumnya.²²Dimana variabel independen (X) adalah kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂),sedangkan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan.

$$Y = a + b_1X_1 + b_1X_2 + b_1X_3 + b_1X_4 + \dots + e$$

²²Hartono, *Statistik Untuk Penelitian*, (Pekanbaru: Pustaka Pelajar, 2012), hlm. 164.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :

Y : Kepuasan Konsumen

a : Konstan

X₁ : Kualitas Produk

X₂ : Kualitas Pelayanan

e : Variabel Error

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5% dan $\alpha = 0,01$ atau 1%. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen.²³

3) Uji Simultan (F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai F hasil perhitungan lebih besar daripada nilai F menurut tabel maka hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

²³Ibid, hlm. 136-137

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Koefisien Korelasi

Korelasi adalah suatu hubungan antara satu variabel dengan variabel lain. Kriteria derajat hubungan koefisien korelasi adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan²⁴

No.	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1	KK = 0,00	Tidak ada
2	0,00 < KK ≤ 0,20	Sangat rendah atau lemah sekali
3	0,20 < KK ≤ 0,40	Rendah atau lemah tapi pasti
4	0,40 < KK ≤ 0,70	Cukup berarti sedang
5	0,70 < KK ≤ 0,90	Tinggi atau kuat
6	0,90 < KK < 1,00	Sangat tinggi atau kuat
7	KK = 1,00	Sempurna

5) Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel, serta menjelaskan tentang seberapa besar kemampuan variabel bebas berkontribusi terhadap variabel terikat. Nilai R^2 mempunyai range 0 sampai ≤ ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu) semakin baik hasil regresi tersebut, dan semakin mendekati nol maka variabel tidak bisa menjelaskan variabel terikat.

²⁴Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006), hlm. 44

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Teknik Penulisan

- a. Induktif, yaitu dalam penulisan skripsi berangkat dari data yang bersifat khusus kemudian ditarik kesimpulan atau generalisasi yang bersifat umum. Data yang bersifat khusus itu dapat berupa peristiwa-peristiwa konkrit, dalil *naqli* (ayat-ayat Alqur'an atau hadits Nabi) dan pendapat-pendapat ulama ataupun para ahli tentang masalah-masalah tertentu.²⁵
- b. Deduktif, yaitu dalam penulisan skripsi berangkat dari suatu pengetahuan yang bersifat umum untuk menilai data yang bersifat khusus. Pengetahuan yang bersifat umum itu dapat berupa postulat dan dalil-dalil *naqli*.²⁶
- c. Komparatif, yaitu dalam penulisan skripsi berupa penelitian (kajian) tentang hubungan sebab-sebab, perbandingan antara suatu faktor dengan faktor lainnya, ataupun antara pendapat-pendapat para ahli tentang suatu masalah tertentu.²⁷

G. Model Kerangka Berpikir

Model dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan disuatu usaha akan berdampak pada kepuasan konsumen. Dengan kata lain jika kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan baik maka akan dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen dan

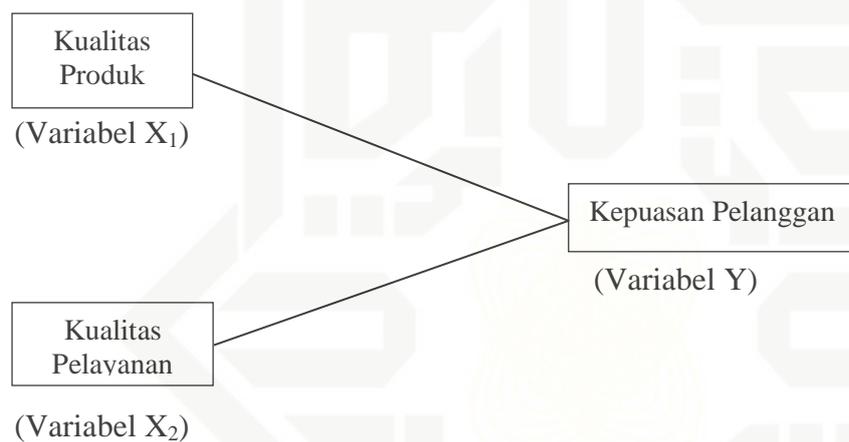
²⁵ Saifudin, Muhammad Syuhudi Ismail, dan Ismail Suardi Wekke, *Strategi dan Teknik Penulisan Skripsi*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2018), hlm. 33

²⁶ *Ibid.*,

²⁷ *Ibid.*,

akan berdampak baik pada usaha tersebut. Sebaliknya jika kualitas produk dan kualitas pelayanan dilakukan asal-asalan maka juga dapat berpengaruh pada kepuasan konsumen. Model penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Penelitian



Dari gambar diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel kualitas produk X_1 dengan variabel kepuasan konsumen Y dianggap tetap, *Ceteris Paribus*. Serta pada hubungan antara variabel kualitas pelayanan X_2 dengan variabel kepuasan konsumen Y juga dianggap tetap, *CeterisParibus*.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H. Variabel

Variabel dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 1.5
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Sub variabel	Defenisi	Indikator
1.	Kualitas Produk (X ₁)	<i>Performance</i> (Kinerja)	Karakteristik operasi dasar dari suatu produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Perpaduan warna bunga yang ditawarkan Flanel Hanaya PKU menarik. • Kerapian hasil produk bunga Flanel Hanaya PKU.
		<i>Features</i>	Karakteristik pelengkap khusus yang menambah pengalaman pemakaian produk.	<ul style="list-style-type: none"> • Pada pembelian produk sebuket bunga flanel, Flanel Hanaya PKU memberikan tas untuk memudahkan konsumen ketika membawa pesannya.
		<i>Reliability</i> (Keandalan)	Probabilitas terjadinya kegagalan atau rusaknya produk dalam periode tertentu.	<ul style="list-style-type: none"> • Produk yang ditawarkan Flanel Hanaya PKU sesuai dengan keinginan konsumen.
		<i>Conformance</i>	Tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Ketepatan waktu pengerjaan produk sesuai dengan yang dijanjikan. • Ketepatan waktu pengantaran pesanan.
		Estetika	Menyangkut penampilan produk yang dinilai dengan panca indera.	<ul style="list-style-type: none"> • tampilan bunga dari Flanel Hanaya PKU sangat cantik.
2.	Kualitas Pelayanan (X ₂)	Reliabilitas	Kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.	<ul style="list-style-type: none"> • Kesiapan dalam melayani. • Memberikan informasi produk dengan baik.
		Responsivitas	Keinginan dari	<ul style="list-style-type: none"> • Melayani dengan

		kesediaan para karyawan membantu pelanggan memberikan layanan tanggap.	<ul style="list-style-type: none"> • Memberikan kesempatan bertanya.
	. Assurance (jaminan)	Mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan.	<ul style="list-style-type: none"> • Keramahmatan Flanel Hanaya PKU dalam melayani konsumen. • Kecakapan Flanel Hanaya PKU dalam memberikan penjelasan suatu produk.
	. Empati	Meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Memahami kebutuhan konsumen. • Mempunyai produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.
	. Bukti Fisik	Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.	<ul style="list-style-type: none"> • Akses ke lokasi mudah.
3.	Kepuasan Pelanggan	Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.	<ul style="list-style-type: none"> • Kesesuaian harapan. • Minat berkunjung kembali. • Kesiediaan Merekomendasikan.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

I. Penelitian Terdahulu

Tabel 1.6
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan dengan Penelitian ini
1.	Oldy Ardhana (2010) ²⁸	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus pada Bengkel Caesar Semarang).	Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Pelanggan. Serta secara simultan variabel Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	Penelitian menggunakan tiga variabel. Penelitian dilakukan di Bengkel Caesar Semarang. Serta penelitian ini tidak menggunakan kualitas produk.
2.	Christian Lasender (2013) ²⁹	Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional (Survey pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audiadi Tahuna Kab. Sangihe).	Hasil dari penelitian ini adalah citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara signifikan dan simultan terhadap kepuasan konsumen.	Penelitian ini menggunakan tiga variabel. Penelitian ini tidak menggunakan variabel Kualitas Pelayan. Serta penelitian ini dilakukan di Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audiadi Tahuna Kab. Sangihe.
3.	Annisa Ayu Rahmi (2017) ³⁰	Pengaruh Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik, Perhatian, Keandalan, Daya	Penelitian ini hanya menggunakan satu variabel. Penelitian

²⁸Oldy Ardhana, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Bengkel Caesar Semarang)*, (Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro Semarang, 2010)

²⁹Christian Lasender, *Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional (Survey pada Industri Rumah Tangga Dodol Daging Pala Audiadi Tahuna Kab. Sangihe)*, (Manado: ejournal Universitas Sam Ratulangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2013)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam.	Tanggap, dan Jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen	ini dilakukan di RSIA Andini Pekanbaru. Dan penelitian ini ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam.
4.	Johanes Gerardo Runtunuwu, Sem Oroh, dan Rita Taroreh (2014) ³¹	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado	Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado. Serta Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado.	Penelitian ini menggunakan tiga variabel. Penelitian ini dilakukan di Cafe dan Resto Cabana Manado.

Sistematika Penulisan

Agar penulisan ini lebih sistematis dan terarah, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat

³⁰Annisa Ayu Rahmi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Sakit Ibu dan Anak (RSIA) Andini Pekanbaru Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Skripsi UIN SUSKA Riau, 2017).

³¹Johanes Gerardo Runtumuwu, Sem Oroh, dan Rita Taroreh, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna Cafe dan Resto Cabana Manado*, (Manado: ejurnal Universitas Sam Ratulangi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2014)

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian, metode penelitian, variabel, hipotesis, penelitian terdahulu, dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis memaparkan mengenai gambaran umum Flanel Hanaya PKU yang berisikan pemaparan tentang sejarah berdirinya, visi dan misi, sistem organisasi, sistem penjualan dan promosi serta produk-produknya.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis menguraikan tentang pengertian pemasaran, konsep mengenai produk, konsep mengenai kualitas pelayanan, konsep mengenai kepuasan pelanggan serta kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan menurut tinjauan Ekonomi Islam.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini dijelaskan mengenai hasil penelitian dan pembahasan. Hasil penelitian meliputi deskriptif variabel, hasil uji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha Flanel Hanaya PKU di Pekanbaru menurut Ekonomi Islam baik secara parsial dan simultan. Pembahasan mengenai kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menurut tinjauan Ekonomi Islam.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup, dimana didalam bab ini dikemukakan beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dari hasil penelitian dan saran.

