

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Event Organizer ABIKOM Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.”**

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pencapaian target event oleh Abikom tidak sampai 50% tercapai. Kebanyakan pelanggan jarang yang melakukan pembelian ulang jasa event organizer Abikom. Upaya pemasaran jasa sebenarnya erat kaitannya dengan tingkat kepuasan konsumen, karena konsep dasar pemasaran sendiri adalah untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Untuk mendapatkan kepuasan tersebut, maka kualitas pelayanan menjadi variabel penting dalam memperoleh kepuasan pelanggan. Sementara persepsi manajemen Abikom dalam pelayanan jasa event organizer, tidak berbanding lurus dengan pencapaian target event yang diinginkan. Adapun pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah sebenarnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa event organizer Abikom.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa event organizer Abikom, dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan jasa event organizer Abikom. Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan), penelitian ini dilakukan di Jalan Bakti 4 Cleopatra Residence No 12, RT. 02 RW. 01 Kelurahan Tangkerang Barat Kecamatan Marpoyan Damai yang merupakan kantor Abikom Event Organizer. Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan maupun lembaga yang menggunakan jasa Event Organizer CV. Arsy Bakule Intelektual Komunikasi (Abikom) yang berjumlah 19 lembaga/perusahaan, yang kemudian diambil sampel dengan teknik *Purposive Sampling* yaitu dengan sampel sebanyak 17 orang.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Abikom berpengaruh signifikan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan menggunakan jasa Abikom. Secara simultan variabel-variabel kualitas pelayanan (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian) menunjukkan nilai F hitung = $3,419 > F$ tabel = $3,20$ dengan signifikansi sebesar $0,000$ yang artinya bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian secara bersama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara uji secara parsial/individu maka variabel kepedulian pada kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan yang paling tinggi yaitu dengan t hitung = $8,646$ dan signifikansi sebesar $0,000$. Sementara yang memiliki tingkat signifikan yang paling rendah dari variabel-variabel kualitas pelayanan lainnya adalah variabel kehandalan dengan nilai t hitung = $2,311$ dan nilai signifikansi sebesar $0,032$. Hasil dari R square sebesar $0,435$ artinya adalah bahwa $43,5\%$ kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Tinjauan ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan jasa event organizer Abikom dinyatakan bahwa variabel-variabel pelayanan Abikom seperti bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian sudah sesuai dengan ekonomi Islam.