

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

Faktor penting dalam upaya mempertahankan dan mengembangkan suatu usaha adalah dengan pemasaran. Adapun pemasaran erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, karena konsep pemasaran dibangun untuk memenuhi kebutuhan konsumen, guna meraih kepuasan konsumen tersebut.<sup>1</sup> Pemenuhan kebutuhan konsumen tidak hanya terbatas pada produk barang saja, melainkan juga kualitas pelayanannya. Semakin tinggi tingkat persaingan dalam usaha mengharuskan pihak manajemen selalu melakukan inovasi untuk mempertahankan knsumen-konsumennya sehingga menjadi konsumen yang loyal. Kepuasan dan loyalitas adalah hal yang fundamental bagi kelansungan dan pertumbuhan perusahaan.

Upaya untuk mempertahankan konsumen, maka perusahaan harus mampu melihat kebutuhan dan keinginan yang dikehendaki konsumen. Hal ini akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, dan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Pelayanan pada dasarnya berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan konsumen.<sup>2</sup> Persaingan yang semakin ketat, menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para

<sup>1</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Persada, 2010), h. 81

<sup>2</sup> Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999), h. 39

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pelanggan akan mencari produk, berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya<sup>3</sup>.

Pasar sekarang berubah sangat cepat, pelanggan sangat sensitif terhadap harga, kompetitor baru bermunculan, saluran distribusi baru dan saluran komunikasi baru juga semakin canggih. Masalah utama dipasar sekarang adalah terjadinya kelebihan kapasitas yang mengakibatkan terjadinya “hiperkompetisi”, terlalu banyak mengejar pelanggan yang jumlahnya terus berkurang, akibatnya banyak perusahaan yang mengalami penurunan pangsa pasar, stagnasi, bahkan bankrut karena tidak dapat bersaing.<sup>4</sup>

Kepuasan konsumen merupakan orientasi pasar yang semakin penting untuk terus dikaji ulang. Hal ini dilakukan agar konsumen menjadi konsumen loyal dan dapat mempromosikan apa yang mereka rasakan kepada calon konsumen lain dengan cara mengkomunikasikannya dari mulut kemulut.<sup>5</sup>

Untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan penyedia jasa harus memberikan pelayanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan dengan mutu pelayanan yang diharapkan konsumen/pelanggan secara konsisten dan terus menerus.<sup>6</sup>

Perkembangan dunia usaha di Indonesia, dewasa ini telah memperlihatkan ke arah yang menggembirakan. Terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha yang bergerak dalam bidang

<sup>3</sup>Supranto. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, (Jakarta: Rineka Cipata, 2001), h. 93

<sup>4</sup>Ali Hasan, *Marketing*, (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), h. 2

<sup>5</sup>A. Usmara, *Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Amara Books, 2003), h. 95

<sup>6</sup>Supranto. *Op.cit*, h. 103

## 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.

barang maupun jasa, baik itu skala kecil maupun besar. Salah satunya adalah Event Organizer.<sup>7</sup> Animo masyarakat yang tinggi untuk menggunakan jasa penyelenggara acara mendorong berbagai pihak untuk menyediakan jasa penyelenggara acara atau *Event Organizer*. Konsekuensinya adalah menjamurnya perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam bidang *event organizer* di Indonesia, termasuk didaerah pekanbaru. Hal ini menyebabkan adanya persaingan yang ketat dalam industri *event organizer* khususnya pada skala lokal dipekanbaru.

Event Organizer merupakan suatu lembaga baik formal maupun non formal, yang di percaya untuk melakukan kegiatan, mulai dari perencanaan, persiapan, eksekusi hingga evaluasi dalam rangka membantu tercapainya tujuan seperti peluncuran suatu produk baru, pesta, seminar, pagelaran musik, dan lain sebagainya, di sesuaikan dengan permintaan pengguna jasa atau inisiatif Event Organizer sendiri.<sup>8</sup>

Seperti pada umumnya perusahaan jasa lain *event organizer* harus mampu memberikan pelayanan jasa yang berkualitas, karena tanpa adanya pelayanan jasa penyelenggara acara yang berkualitas akan sulit bagi sebuah *event organizer* untuk mampu bersaing dengan jasa lainnya. Setiap *event organizer* tentunya akan berlomba-lomba dalam menarik perhatian konsumen untuk tertarik memakai jasa yang ditawarkan.

Salah satu perusahaan *event organizer* yang saat ini mulai berkembang adalah *event organizer* Abikom (CV. Arsy Bakule Intelektual Komunikasi).

<sup>7</sup> William O'toole, *Corporate Event Management*, (Jakarta: PPM, 2007), h. 105

<sup>8</sup> *Ibid*, h. 107

## 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.

Kemunculan *event organizer* Abikom di pekanbaru adalah guna menanggapi meningkatnya kebutuhan masyarakat akan jasa penyelenggara acara atau *event organizer*. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, jasa yang ditawarkan oleh Abikom meliputi, *Wedding Party, Birthday Party, Product Lounching, Dancer, Acoustic Café, Expo* dan lain sebagainya.

Bisnis Event organizer, event-event tidak selalu ada atau rutin untuk dilaksanakan, hal ini tergantung dengan moment tertentu atau kebijakan yang dibuat oleh vendor atau perusahaan penerima jasa. Untuk mendapatkan suatu projec event selain perusahaan yang bersangkutan yang langsung datang menawarkan event kepada Abikom, tapi Abikom juga harus bersaing dengan EO lain terutama yang berskala besar seperti Expo dalam mendapatkan event. Beberapa project event sempat gagal didapat karena kalah saing dengan EO lain. Sejak berdirinya tahun 2013, penjualan jasa event organizer Abikom selalu berfluktuatif dan target event yang dicapai tidak sampai 50% dari target pertiga bulan yang dibuat Abikom. Kalah bersaing adalah permasalahan utama yang dihadapi Abikom, hal ini juga yang menyebabkan Abikom tidak mendapatkan event pada tahun 2015.<sup>9</sup>

Persaingan sebenarnya dapat dihadapi dengan pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen, yaitu dengan memberikan pelayanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan dengan mutu pelayanan yang diharapkan konsumen/pelanggan secara konsisten dan terus menerus.<sup>10</sup>

Berdasarkan pengakuan dari pemilik sekaligus Direktur Abikom, mereka

<sup>9</sup> M. Suhandi, *Direktur Abikom*, Wawancara Tanggal 14 Desember 2015

<sup>10</sup> Supranto. *Op.cit*, h. 103

#### 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.

senantiasa memberikan pelayanan yang baik dan mengutamakan kualitas.<sup>11</sup> Maka berdasarkan persepsi Abikom tentang kualitas pelayanan yang mereka berikan, maka seharusnya Abikom dapat bertahan dalam persaingan dengan *event organizer* lain, bukan malah sebaliknya. Dari latar belakang permasalahan tersebut maka penulis tertarik untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Abikom atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Abikom. Untuk itu penulis memberi judul penelitian ini dengan: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Event Organizer ABIKOM Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam.”**

## B. Permasalahan

### 1. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam permasalahan tersebut yaitu:

- a. Apakah kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *event organizer* Abikom?
- b. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan jasa *event organizer* Abikom?

### 2. Batasan Masalah

Agar pembahasan ini tidak terlalu luas, maka peneliti perlu memberikan batasan. Disini peneliti hanya meneliti tentang bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam

<sup>11</sup> Muhammad Suhadi, *Op.cit*, Tanggal 14 Desember 2015

**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 jasa *event organizer* Abikom ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

## C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengetahui tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *event organizer* Abikom
- b. Mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan jasa event organizer Abikom

### 2. Manfaat Penelitian

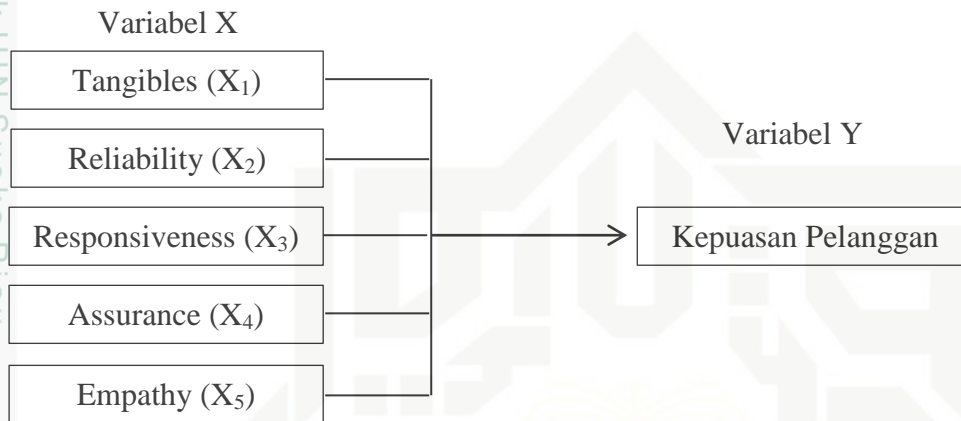
- a. Dapat menjelaskan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa *event organizer* Abikom
- b. Secara teoritis diharapkan dapat menjadi sumbangan ilmu pengetahuan dan dapat menambah khazanah keilmuan bagi pembaca dan khususnya bagi penulis.
- c. Sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Suska Riau dan mendapatkan gelar S.E.

## D. Kerangka Pemikiran

Penelitian terdiri dari lima variabel independent yaitu  $X_1$  (*tangibles*),  $X_2$  (*reliability*),  $X_3$  (*responsiveness*),  $X_4$  (*assurance*),  $X_5$  (*empathy*), dan satu variabel dependent (Y) yaitu kepuasan pelanggan. Untuk mencari pengaruh

variabel  $X_{1-5}$  terhadap variabel Y, menggunakan analisis regresi linear berganda. Model kerangka berpikir dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**



### E. Konsep Operasional

Terdapat dua variabel utama dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen/pelanggan:

#### 1. Kualitas pelayanan X (variabel bebas)

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara persepsi pelanggan atas pelayanan yang mereka peroleh dengan layanan yang sesungguhnya. Terdapat lima dimensi yang mencakup masalah kualitas pelayanan:

- a. *Tengibles* (Penampilan Fisik), indikator-indikatornya yaitu:
  - 1) Pelanggan merasa fasilitas yang disediakan Abikom lengkap dan sedah sesuai harapan
  - 2) Pelanggan merasa penampilan fisik para staf/karyawan Abikom, bersih, rapi dan menarik
  - 3) Pelanggan merasa lingkungan kantor Abikom bersih dan nyaman

#### 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) Pelanggan merasa materi promosi Abikom sangat bagus
- b. *Reliability* (kehandalan), indikator-indikatornya yaitu:
  - 1) Abikom mampu untuk menepati janji dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan
  - 2) Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sangat memuaskan tepat waktu dan tanpa kesalahan.
  - 3) Pelanggan yakin bahwa apabila terjadi kesalahan atau kegagalan maka ada pertanggungjawaban dari Abikom
  - 4) Pelanggan merasa puas terhadap harga yang ditawarkan oleh jasa Abikom
- c. *Responsiveness* (Daya Tanggap), indikator-indikatornya yaitu:
  - 1) Karyawan Abikom selalu siap untuk membantu para pelanggan
  - 2) Karyawan Abikom senantiasa tanggap terhadap keluhan pelanggan
  - 3) Karyawan Abikom cepat dalam menyelesaikan masalah
- d. *Assurance* (Jaminan), indikator-indikatornya yaitu:
  - 1) Karyawan Abikom mempunyai pengetahuan yang luas terhadap layanan yang diberikan
  - 2) Karyawan Abikom ramah tamahan dalam melayani pelanggan
  - 3) Abikom menjamin *event* yang dilaksanakan akan terlaksana dengan baik sesuai yang diharapkan
- e. *Empathy* (kepedulian), indikator-indikatornya yaitu:
  - 1) Abikom menunjukkan sikap yang penuh perhatian dan melayani secara pribadi terhadap pelanggan



**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.

- 2) Abikom menjalin komunikasi yang baik kepada para pelanggan
- 3) Abikom senantiasa berupaya untuk memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan

## 2. Kepuasan Pelanggan Y (variabel terikat)

Kepuasan Pelanggan adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Atau dapat diartikan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Adapun indikator-indikator kepuasan pelanggan ini adalah:

- a. Kenyamanan yang dirasakan pelanggan saat pelayanan diberikan
- b. Keyakinan pelanggan atas pelayanan yang diberikan
- c. Minat pelanggan untuk selalu menggunakan jasa EO Abikom
- d. Perasaan puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan
- e. Keinginan untuk merekomendasikan jasa EO Abikom kepada kolega terdekat.

## F. Metode Penelitian

### 1. Lokasi Penelitian

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.

### 2. Subjek Penelitian dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah perusahaan maupun lembaga yang menggunakan jasa Event Organizer CV. Arsy Bakule Intelektual

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Komunikasi (Abikom). Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa event organizer Abikom ditinjau dari perspektif ekonomi Islam.

### 3. Populasi dan Sampel

Pada penelitian ini, populasi dalam ini adalah seluruh perusahaan atau lembaga yang pernah menggunakan jasa event organizer di CV. Arsy Bakule Intelektual Komunikasi (Abikom), yaitu berjumlah 19 lembaga/perusahaan

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* yaitu mengambil sampel dengan pertimbangan dan tujuan tertentu.<sup>12</sup> Adapun pertimbangan peneliti adalah ketersediaan waktu dan kemampuan peneliti, dan tujuannya adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan, maka yang dijadikan sampel adalah pelanggan Abikom. Sampel yang diambil adalah individu dari perusahaan (pelanggan Abikom) yang ada di pekanbaru saja yaitu sebanyak 17 sampel. Individu yang dimaksud adalah orang-orang yang memiliki wewenang atau penanggung jawab *event* yang diselenggarakan oleh EO Abikom.

### 4. Sumber Data

#### a. Data primer

Data Primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh peneliti langsung dari objeknya.<sup>13</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil pengisian angket oleh responden, yaitu individu

<sup>12</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h 127

<sup>13</sup> Sulyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2006), h. 131

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.

perusahaan atau lembaga yang memiliki wewenang atau penanggung jawab atas *event* yang dilaksanakan oleh EO Abikom.

**b. Data sekunder**

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi.<sup>14</sup> Pengambilan data sekunder dalam penelitian ini diambil dari literatur-literatur, hasil penelitian terdahulu, jurnal, artikel, situs dan laporan pelaku jasa *Event Organizer*.

**5. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang bertujuan agar data-data yang dikumpulkan relevan dengan permasalahan penelitian. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

**a. Angket**

Angket yaitu pengumpulan data dengan menanyai orang melalui daftar pertanyaan atau kuesioner yang terstruktur.<sup>15</sup> Peneliti menyebarkan angket kepada lembaga atau perusahaan yang pernah menggunakan jasa Abikom, yaitu orang-orang yang memiliki wewenang atau penanggung jawab dari *event* yang dilaksanakan.

**b. Observasi**

Observasi yaitu pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis untuk

<sup>14</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102

<sup>15</sup> Istijanto, *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), Edisi Revisi, h. 56

#### 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.

kemudian dilakukan pencatatan<sup>16</sup>. Peneliti mengamati dan meneliti secara langsung kegiatan EO Abikom untuk memperoleh data secara riil.

#### c. Wawancara

Wawancara, yaitu pengumpulan data atau informasi secara langsung, mendalam, dan individual, melalui pertanyaan-pertanyaan yang tidak terstruktur.<sup>17</sup> Wawancara dilakukan kepada pemilik atau Direktur EO Abikom.

#### d. Dokumentasi

Dokumentasi, yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, dokumen, dan sebagainya.<sup>18</sup> Dokumentasi yang dimaksud penelitian ini adalah arsip atau dokumen Abikom serta situs resmi Abikom Event Organizer.

### 6. Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton (1980), adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar<sup>19</sup>. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis kuantitatif, yaitu analisis yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, yaitu analisis yang

<sup>16</sup>Rachmat. Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakara, 2007), h. 121

<sup>17</sup>*Ibid*, h. 49

<sup>18</sup>Suharsimi Arikunto, *Op.cit*, h. 236

<sup>19</sup>Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010),

#### Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

menggunakan model-model, seperti model matematika, model statistik, dan ekonometrik. Hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka-angka dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.<sup>20</sup>

#### a. Uji Instrumen Penelitian

Pengujian instrumen penelitian dimaksudkan agar data yang diperoleh dari instrumen penelitian/angket adalah data yang valid dan reliabel/konsisten.

##### 1) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau angket yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  table.<sup>21</sup>

##### 2) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda . dalam arti lain, reabilitas digunakan untuk menguji apakah instrument yang digunakan dalam waktu yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang juga sama.<sup>22</sup>

#### b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian Asumsi Klasik merupakan pengujian asumsi-asumsi statistik yang harus terpenuhi pada analisis regresi, agar model persamaan

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 30

<sup>21</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 235

<sup>22</sup> *Ibid*, h. 291

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

regresi dapat diterima secara ekonometrika, yaitu data harus berdistribusi normal dan tidak terjadi heteroskedastisitas (varian tidak konstan).

## 1) Uji Normalitas

Pegujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis regresi, uji t, korelasi, dapat dilaksanakan. Data dapat dikatakan berdistribusi normal jika Signifikansi.  $> 0.05$ .<sup>23</sup>

## 2) Uji Heteroskedastisitas

Pada regresi linier nilai residual tidak boleh ada hubungan dengan variabel idependen. *Heteroskedastisitas* berarti ada varians variabel pada regresi yang tidak sama (konstan), sebaliknya jika varians variabel pada regresi sama (konstan) disebut *Homoskedastisitas*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas*.<sup>24</sup>

## 3) Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas.

## c. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda digunakan untuk menguji signifikan atau tidaknya hubungan lebih dari dua variabel melalui koefisien regresinya.<sup>25</sup>

<sup>23</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Pengantar Statistik*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), cet. ke-3, h. 109

<sup>24</sup> Suliyanto, *Ekonometrika Terapan, Teori & Aplikasi Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h. 95

<sup>25</sup> Iqbal Hasan, *Op.cit*, h. 107

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Model persamaan analisis regresi linear berganda adalah berbentuk sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Pelanggan
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X1 = Variabel *Tangibles*
- X2 = Variabel *Reliability*
- X3 = Variabel *Responsiveness*
- X4 = Variabel *Assurance*
- X5 = Variabel *Empathy*

#### d. Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian dapat diterima atau tidak. Untuk analisis regresi linear berganda pengujian hipotesis yang digunakan ada dua uji F (*simultan*), dan uji t (*parsial*).<sup>26</sup> Dan pengujian determinasi ( $R^2$ ) yaitu untuk mengetahui besaran kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat.<sup>27</sup>

##### 1) Uji F

Uji F digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel bebas (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara *simultan* (bersama-sama) dalam menerangkan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

<sup>26</sup> *Ibid*, 107

<sup>27</sup> Suliyanto, *Op.cit*, h. 39

## Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang 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. Diarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 2) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variable bebas (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara individual menerangkan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

3) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan pengkuadratan koefisien korelasi, yang mana bila semakin tinggi koefisien determinasi maka semakin tinggi variabel bebas dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel terikat<sup>28</sup>. Sedangkan koefisien korelasi sendiri adalah untuk mengetahui hubungan dan arah hubungan pada variabel jika data berbentuk skala interval atau rasio.<sup>29</sup>

**Tabel 1.1**  
**Interval Nilai Koefisien Korelasi**

No	Interval Nilai	Kekuatan 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 atau sedang
5	0,70 < KK ≤ 0,90	Tinggi atau kuat
6	0,90 < KK ≤ 1,00	Sangat tinggi atau kuat sekali
7	KK = 1,00	Sempurna

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : Kualitas pelayanan (*tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) secara parsial dan simultan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

<sup>28</sup> Sulyanto, *Loc.cit*

<sup>29</sup> Iqbal Hasan, *Op.cit*, h. 43



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.

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert's yang setiap pertanyaan mempunyai 5 alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut <sup>30</sup>:

- a. Alternatif jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
- b. Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 2
- c. Alternatif jawaban netral diberi skor 3
- d. Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- e. Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

Pengelolaan data dalam penelitian ini penulis menggunakan bantuan computer melalui program aplikasi SPSS versi 17.00.

## G. Sistematika Penulisan

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pendahuluan terdiri dari latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Metode Penelitian dan sistematikan Penulisan

### **BAB II : GAMBARAN UMUM ABIKOM**

Menggambarkan tentang profil lokasi penelitian, mulai dari sejarah serta visi dan misi dan struktur organisasi.

### **BAB III : KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Membahas tentang pengertian kualitas pelayanan, dimensi pelayanan, pengertian kepuasan pelanggan, mengukur kepuasan pelanggan.

<sup>30</sup> Suliyanto, *Op.cit*, h. 10

**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 IV : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PELANGGAN**

Pada bab ini disampaikan hasil penelitian dan pembahasan yang terdiri analisis regresi linear berganda kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan tinjauan ekonomi Islam terhadap pelayanan Abikom Event Organizer.

**BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

Merupakan bab terakhir yang berisikan kesimpulan hasil penelitian, berdasarkan kesimpulan tersebut dikemukakan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak.