

**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.



**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU  
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Rotte Bakery Cabang Jalan Delima,  
Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau)**

**SKRIPSI**



Oleh :

**YUNI SAHPUTRI RITONGA  
11425200047**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2019 M**

- 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.

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI  
KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU  
DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus Rotte Bakery Cabang Jalan Delima,  
Kec. Tampan, Pekanbaru, Riau)**

**SKRIPSI**

*Skripsi Diajukan untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi  
(SE)*



**UIN SUSKA RIAU**

Oleh :

**YUNI SAHPUTRI RITONGA  
11425200047**

**UIN SUSKA RIAU**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM  
RIAU-PEKANBARU  
1441 H/2019 M**



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.

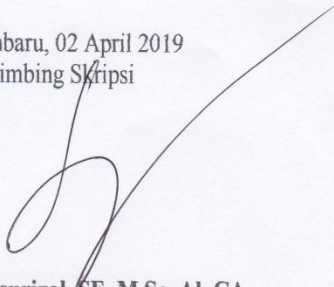
## PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul, **PENGARUH PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru)**, yang ditulis oleh:

Nama : YUNI SAHPUTRI RITONGA  
NIM : 11425200047  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 02 April 2019  
Pembimbing Skripsi

  
Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak.CA  
NIP.19801216 200912 1 002



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.

**LEMBAR PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ROTTE BAKERY CABANG DELIMA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH” yang ditulis oleh:

Nama : **YUNI SAHPUTRI RITONGA**  
 NIM : 1142500047  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 20 Mei 2019  
 Waktu : 08.00 WIB  
 Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syari’ah dan Hukum

Telah diperbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Senin, 20 Mei 2019  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

Ketua  
**H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA**

Sekretaris  
**Dra. Hj. Yusliati, MA**

Penguji I  
**Darnilawati, SE., M.Si**

Penguji II  
**Nur Hasanah, SE., MM**

Mengetahui :

Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum



**Drs. Drs. H. Hajar, M.Ag.**  
 NIP. 19580712 1986031 005

## ABSTRAK

uni Sahputri Ritonga, (2019): *Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*

Pelayanan merupakan sebuah kegiatan atau prosedur untuk memenuhi kebutuhan yang biasanya berhubungan dengan jasa. Salah satu pentingnya pelayanan yang bagus agar para konsumen puas seperti pelayanan pada Rotte Bakery. Fenomena yang dijumpai masih ada kekurangan seperti kurang cepat tanggap, kurangnya pengetahuan tentang pelayanan sehingga berimbas pada tidak stabilnya jumlah penjualan setiap bulannya. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara pelayanan yang diberikan Rotte Bakery cabang delima Pekanbaru terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi syariah terhadap pelayanan Rotte Bakery cabang delima Pekanbaru terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini dilakukan di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru No.09, Ruko Taman Raya Raudha Pekanbaru. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *Non Probability Sampling* dengan teknik prosedur pencarian responden ini dilakukan berdasarkan *Accidental Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden berdasarkan rumus Lemeshow. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuisioner, dan dokumentasi. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode kuantitatif, yaitu menggunakan regresi linear sederhana dengan uji regresi linear sederhana.

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya diperoleh hasil persamaan regresi  $Y = 14,448 + 0,431X$  dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru. Hasil uji t menunjukkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan Diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar (8,978)  $> t_{tabel}$  (1,98477) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen Pekanbaru. Nilai koefisien determinasi model adalah 0,451. artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan) terhadap variabel dependen (kepuasan konsumen) adalah sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai R sebesar 0,672. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (pelayan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang tinggi atau kuat.

Menurut tinjauan ekonomi Islam, pelayanan dan kepuasan konsumen yang diberikan oleh Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru sudah baik dengan prinsip ekonomi Islam. Dalam Islam sangat penting memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan membuat konsumen merasa nyaman, peralatan yang lengkap dan selalu menjawab pertanyaan konsumen dengan ramah.

**Kata kunci: Pelayanan, Kepuasan, Konsumen**

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.



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur kita kehadirat Allah SWT yang telah memberi nikmat serta hidayah-Nya terutama nikmat kesempatan dan kesehatan, sehingga penulis diberikan kekuatan serta kesehatan dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DITINJAU DARI EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru)”** ini dapat diselesaikan sesuai yang diharapkan sebagaimana mestinya tanpa ada suatu hambatan apapun.

Shalawat beserta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Semoga kita termasuk ke dalam golongan orang-orang yang mendapatkan syafa'at beliau di hari akhir kelak, amiin.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari ada kelebihan dan ada kekurangan, kalau terdapat kebenaran dalam skripsi ini maka kebenaran itu berasal dari Allah SWT. Namun kalau dalam skripsi ini terdapat kesalahan maka itu datangnya dari penulis sendiri. Hal ini tidak lain karena kemampuan, cara berfikir dan pengetahuan yang penulis miliki. Atas segala kekurangan dalam penulisan skripsi ini penulis mengharapkan kritikan dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun sehingga diharapkan dapat membawa perkembangan di kemudian hari. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga selesainya skripsi ini yaitu kepada :

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.

1. © Orang tua dan keluarga tercinta yang senantiasa mendo'akan, memotivasi dan mengharapkan keberhasilan serta kebahagiaan, sekaligus dukungan moral maupun materil serta memberi semangat kepada ananda yakni Ayahanda Damsen Ritonga dan Ibunda Laumi Rambe yang selalu hidup di hati sanubari ini.
2. Bapak Prof. Dr. Akhmad Mujahidin, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. H. Hajar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum.
4. Bapak Dr. Heri Sunandar, M.Ci selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr.H. Maghfirah, M.Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam penulisan skripsi.
5. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syari'ah dan Bapak Syamsurizal, SE,M.Sc.Ak, CA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syari'ah, serta Bapak Ibu dosen dan karyawan karyawan Fakultas Syari'ah dan Hukum yang telah memberikan nasehat-nasehat yang terbaik serta membantu penulis selama perkuliahan.
6. Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc. Ak, CA selaku pembimbing dan Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan bimbingan, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini serta selalu memberikan nasehat dalam masa perkuliahan.



**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.

7. Kepada Founder Rotte Bakery Bapak Syafrizal Abdul Rasyid, CEO Rotte Bakery Bapak Mardhika, Ibu Elfira Rahmawati, SE selaku kepala toko Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru serta karyawan-karyawan yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu pemberian data dan informasi dalam penulisan skripsi.

8. Kepada Bapak Ibu pengelola perpustakaan Fakultas Syari'ah dan Hukum serta pengelola perpustakaan UIN Suska Riau, terimakasih atas peminjaman buku sebagai referensi bagi penulis.

9. Kepada Muhammad Ibnu yang selalu menjadi teman berbagi ilmu, yang telah menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini serta do'a dan semangatnya.

10. Kepada sahabatku Nita Rahayu, S.Pd., Anita Istiqomah, Novi Julita, Tia Ghardini, Putri Nurul Sopandi, Susi Susanti, Riza Agestria, Atikah, SE., Masyitah, Tri Susanti, SE. , Jefrina Rahmiati, Ona Fitria, SE., Suci Maulina Siregar, Indah Oktafiani, Ahmad Yani, SE., Yuliani Karlina serta adek sepupu ku Siti Zahratul Hasanah, Yolanda, Fauziah, Hikmah, Doli Rifki, Devi Sri Oktavia yang telah banyak memberikan dukungan dan membantu.

11. Sahabat-sahabat teristimewa seperjuangan Ekonomi Islam H angkatan 2014 yang memberi motivasi, secara moril maupun materil.

12. Teman-teman KKN Pulau Payung yang selalu memberikan semangat Muhammad Ibnu, Nita Rahayu, Anita Istiqomah, Novi Julita, Azhiah Putri, S.Kom., Nisa Ulfitri, Janniarni Toha Safutri, S.Pd., Desmi Nofika Putri, Abdul Majid, Ahmad Daud Lubis, S.Sos., Harun Al- Rasyid, dan Ade Isnan.



**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.

Butuh lembar yang lebih luas untuk berjuta nama yang tak tertuliskan, bukan maksud hati untuk melupakan jasa kalian semua. Akhirnya tiada kata yang pantas penulis ucapkan selain terimah kasih yang sedalam-dalamnya, semoga Allah SWT membalasnya dengan balasan yang berlipat ganda, aamiin.

*Wabillahitaufiq Walhidayah Wassalaamu 'alaikum Wr. Wb*

Pekanbaru, Maret 2018  
Penulis,

**YUNI SAHPUTRI RITONGA**  
**NIM. 11425200047**

UIN SUSKA RIAU

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Batasan Masalah .....	7
C. Rumusan Masalah .....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
E. Metode Penelitian .....	8
1. Lokasi Penelitian .....	8
2. Subjek dan Objek Peneliti .....	9
3. Sumber Data .....	9
4. Populasi dan Sampel .....	9
5. Teknik Pengumpulan Data .....	11
6. Teknik Analisis Data .....	12
7. Metode Penulisan .....	16
F. Kerangka Berfikir .....	16
G. Hipotesis .....	16
H. Operasional Variabel Penelitian .....	17
I. Rekapitulasi Penelitian Terdahulu .....	17
J. Sistematika Penulisan .....	18
<b>BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Berdirinya Rotte Bakery Pekanbaru .....	20
B. Visi dan Misi Rotte Bakery Pekanbaru .....	24
C. Struktur Organisasi Rotte Bakery Pekanbaru .....	26
<b>BAB III LANDASAN TEORI</b>	
A. Pelayanan .....	28
1. Pengertian Pelayanan .....	28
2. Jenis-Jenis Pelayanan .....	30

- 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.

3. Fungsi Pelayanan .....	32
4. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik .....	32
B. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	34
C. Kepuasan Konsumen .....	37
D. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen.....	43
E. Pelayanan dan Kepuasan Pasien dalam Tinjauan Ekonomi Islam .....	45
<b>BAB IV PEMBAHASAN DAN PENELITIAN</b>	
A. Deskriptif Responden.....	53
1. Jenis Kelamin .....	53
2. Tingkat Usia .....	54
3. Pekerjaan Responden .....	54
B. Deskriptif Variabel .....	55
C. Analisa Data .....	59
D. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Pengaruh Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru .....	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

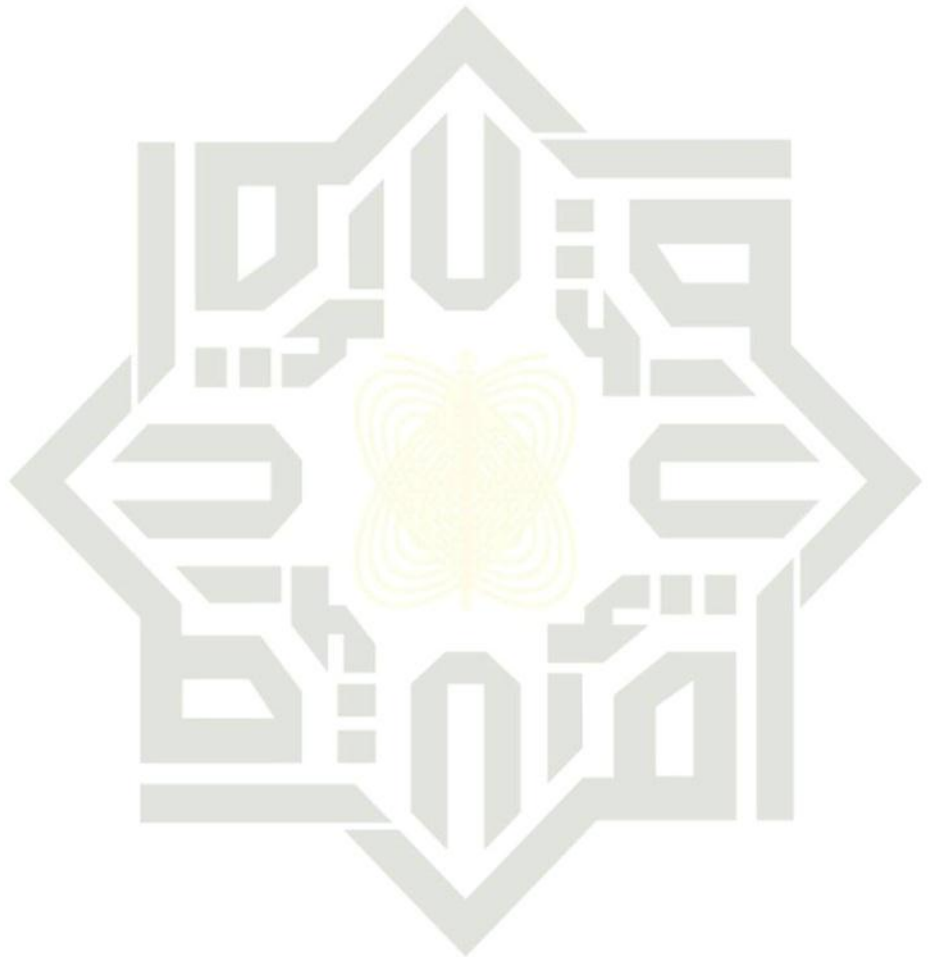
<p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Tabel I.1 : Jumlah Penjualan Bulan Januari-Desember 2018 Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru ..... 6</p> <p>Tabel I.2 : Definisi Operasional Variabel ..... 17</p> <p>Tabel I.3 : Rekapitulasi Penelitian Terdahulu ..... 17</p> <p>Tabel II.1 : Daftar Nama Roti Dan Harga Roti Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru ..... 22</p> <p>Tabel IV.1 : Karakteristik Responden Menurut Umur ..... 53</p> <p>Tabel IV.2 : Karakteristik Respoden Menurut Jenis Kelamin ..... 54</p> <p>Tabel IV.3 : Karakteristik Respondne Menurut Pekerjaan ..... 54</p> <p>Tabel IV.4 : Statistik Deskriptif Variabel ..... 55</p> <p>Tabel IV.5 : Tanggapan Responden tentang Variabel Pelayanan ..... 56</p> <p>Tabel IV.6 : Tanggapan Respoden tentang Variabel Minat Beli ..... 58</p> <p>Tabel IV.7 : Hasil Uji Validitas ..... 59</p> <p>Tabel IV.8 : Hasil Uji Realibilitas ..... 60</p> <p>Tabel IV.9 : Hasil Uji Normalitas K-S-Z ..... 61</p> <p>Tabel IV.10 : Hasil Uji Auto Korelasi ..... 61</p> <p>Tabel IV.11 : Hasil Uji Regresi Sederhana ..... 65</p> <p>Tabel IV.12 : Hasil Uji Hipotesis Parsial ..... 66</p> <p>Tabel IV.13 : Koefisien Determinasi ..... 67</p> <p>Tabel IV.14 : Interval Nilai Koefisien Korelasi dan Kekuatan Hubungan ..... 69</p>
--	---

Hak Cipta Lindungi 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.

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1	Struktur Organisasi Rotte Bakery Pekanbaru .....	27
Gambar IV. 1	Grafik Histogram .....	62
Gambar IV.2	Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual ..	63
Gambar IV.3	Pola Titik-titik pada Scatterplot .....	64



UIN SUSKA RIAU

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pada era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, jumlah merk dan produk baik barang maupun jasa yang bersaing di pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki ragam pilihan dan alternatif. Salah satu cara memenangkan persaingan perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaingnya akan menyebabkan pelanggan menjadi lebih puas.<sup>1</sup>

Menjaga dan meningkatkan pelayanan termasuk salah satu tanggung jawab sebagai seorang pekerja dan termasuk salah satu perbuatan baik. Kualitas hasil pekerjaan yang merupakan “*out-put*” kerja, itulah yang dinilai konsumen sejauh mana keberhasilan pengusaha melayani konsumennya.<sup>2</sup>

Konsumen adalah setiap orang atau organisasi yang berpotensi mengkonsumsi produk atau jasa sesuai kebutuhan dan keinginannya. Prinsipnya, setiap orang yang memiliki kebutuhandan keinginan terhadap suatu produk atau jasa. Tugas konsumen adalah mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan produsen yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya dengan mengeluarkan pengorbanan yang setimpal (membayar).

---

<sup>1</sup> Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.110

<sup>2</sup> Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 2002), h. 95



Konsumen tidak akan mengkonsumsi produk yang ternyata tidak dapat memenuhi kebutuhan dan harapannya.<sup>3</sup>

Dalam dunia bisnis konsumen adalah hal yang paling penting perannya dalam menunjang segala jenis operasional dalam dunia bisnis. Konsumen adalah setiap orang pemakai jasa atau produk yang tersedia dalam suatu lembaga atau perusahaan, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lainnya yang tidak untuk diperdagangkan.<sup>4</sup>

Pelayanan menurut Moenir adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka memenuhi kepentingan orang lain.<sup>5</sup> Pelayanan konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh si penjual sesuai dengan yang diinginkan oleh pembeli dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Dimana sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah sopan santun, berpengetahuan dan berusaha, ini bertujuan produk atau jasa menang dalam persaingan di era *buyer's market* seperti sekarang.<sup>6</sup>

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.<sup>7</sup> Menurut Tjiptono kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh

<sup>3</sup> Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2009), h.15-17

<sup>4</sup> UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia.

<sup>5</sup> A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.26.

<sup>6</sup> *Ibid*, h.252

<sup>7</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Indeks,2007), h. 21

#### 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.



konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan secara terpenuhi secara baik.

Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa harus lemah lembut kepada konsumen. Seperti firman Allah SWT dalam Surah Al-Imran ayat 159 yang telah memberikan pedoman kepada mukmin agar berlemah lembut lah kepada sesama, yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۚ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembutlah kepada mereka. Sekiranya kamu bersikap bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka berjauh diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka dan bermusyawarah lah dengan mereka pada urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah . Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertakwa kepada-Nya.” (Qs. Al-Imran : 159).

Dalam ekonomi Islam, kita harus bersikap lemah lembut, dan menerapkan budaya yang baik yaitu dengan *tabassum* (tersenyum). Dengan tersenyum melahirkan cinta, kasih sayang dan orang lain pun khususnya konsumen akan merasa lebih dihargai, dan konsumen akan merasa puas dan senang.

Ada lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman diantaranya adalah *tangibles* (tampilan fisik pelayanan), *reability* (keandalan perusahaan), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan pelayanan),

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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



*assurance* (jaminan), *empathy* (memahami keinginan konsumen).<sup>8</sup> Jika kelima dimensi pelayanan tersebut terlaksana dengan baik maka pelayanan itu dapat dikatakan berhasil.

Ibnu Dahlan, pemerhati ekonomi juga menyadari hal itu, saat ini perusahaan menghadapi lingkungan bisnis yang sangat kompetitif. Oleh karena itu hanya perusahaan yang memiliki keunggulan kompetitif yang dapat tetap bertahan atau eksis. Salah satu upaya menciptakan keunggulan kompetitif yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan mengembangkan pelayanan pelanggan dengan baik. Pelayanan pelanggan bukan sekedar keunggulan kompetitif, pada banyak perusahaan industri pelayanan pelanggan adalah ujung tombak yang membuat suatu industri bisa bertahan dalam dunia persaingan yang semakin ketat.

Oleh karena itu, apapun permintaan pelanggan bagaimana sikap dan tingkah laku pelanggan layanilah pelanggan dengan selalu berpikiran positif. Uraikan selalu bersikap ramah, timbulkan kesan awal yang baik karena kesan awal adalah penting untuk mempengaruhi hubungan tahap selanjutnya. Agar tercipta pikiran yang positif dalam melayani pelanggan, awalilah percakapan dengan pelanggan, seperti mengucapkan salam dan sapa dengan senyum yang indah.<sup>9</sup>

Pelayanan menurut ensiklopedia Islam adalah keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayanan disuatu

<sup>8</sup> Farid Jafar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: PT. Gahlia Indonesia, 2005) h.51

<sup>9</sup> Nanda Limakrisna. Wihelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan aplikasi Dalam Bisnis*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012), h..97.



perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimal.<sup>10</sup>

Perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya, setiap karyawan harus berlaku *Ihsan*, yaitu karyawan harus bisa memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal, dan tuntas kepada konsumennya, sehingga konsumen tersebut merasa senang dan bahagia dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan tersebut.

Saat ini perkembangan usaha bakery di kota Pekanbaru sedang menjamur, terlihat ada begitu banyak toko-toko bakery yang berdiri saat ini di kota Pekanbaru. Salah satunya adalah toko Rotte Bakery yang berpusat di jalan Bukit Barisan kompleks Ruko Bukit Garden Residence No.6 Tangkerang Timur Pekanbaru. Rotte Bakery sendiri sudah memiliki 14 cabang yang ada di kota Pekanbaru termasuk di Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan. Rotte Bakery adalah perusahaan roti yang berbasis syariah dan sudah bersertifikasi Halal dari MUI.

Rotte Bakery memiliki konsep produksi yang diolah di cabang masing-masing agar roti tetap fresh sampai ke tangan konsumen dan merupakan perusahaan roti yang memakai prinsip syariah di Pekanbaru. Salah satu cabang yang ada di kota Pekanbaru yaitu cabang di jalan Delima, ruko Taman Raya Raudha no.09 kecamatan Tampan. Toko dibuka tepat jam 06.00

<sup>10</sup> Muhammad Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002), h.168.



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.

pagi dimana memang masyarakat membutuhkan sarapan pagi untuk mengawali aktifitas nya.

Dari data yang penulis peroleh dari Rotte Bakery, penjualan terbanyak terdapat pada produk fit-o dan donat yang sangat digemari oleh pelanggan Rotte Bakery. Berikut data yang peneliti peroleh dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**Tabel 1.1**  
**Total Penjualan Bulan Januari-Desember 2018**

No.	Bulan	Total Penjualan
1	Januari	28.824 pcs
2	Februari	43.608 pcs
3	Maret	61.801 pcs
4	April	50.843 pcs
5	Mei	40.591 pcs
6	Juni	18.321 pcs
7	Juli	51.703 pcs
8	Agustus	57.113 pcs
9	September	58.610 pcs
10	Oktober	60.567 pcs
11	November	63.456 pcs
12	Desember	53.321 pcs

Sumber Data: Rotte Bakery cab.Delima

Dari data diatas diketahui bahwa total penjualan terbanyak pada bulan Maret dan bulan Agustus, sedangkan bulan Mei dan Juni mengalami penurunan yang cukup signifikan dan bulan-bulan yang lainnya juga mengalami penurunan dan kenaikan.

Namun fenomena yang ada di lapangan menurut salah satu responden yang merupakan seorang konsumen Rotte Bakery, terdapat beberapa gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen. Dalam penataan produk terkadang tidak sesuai dengan merek, rak display kurang bersih, keramahan karyawan yang kurang, kebersihan toko, kesigapan karyawan dalam melayani konsumen yang

terkadang lama, namun banyak juga yang menilai sudah puas dengan pelayanan yang diberikan karyawan.

Maka dari itu pelayanan akan mempengaruhi kesetiaan pelanggan dalam berbelanja di Rotte. Kesetiaan pelanggan tidak dapat saja diraih, tetapi memerlukan proses yang panjang untuk meyakinkan bahwa Rotte Bakery merupakan toko roti terbaik. Membangun kepercayaan konsumen telah dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan fenomena diatas peneliti tertarik ingin mengetahui secara mendalam mengenai keadaan melalui suatu penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.”**

## B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak dan tidak menyimpang dari topik yang dipermasalahkan, maka penulis memberi batasan permasalahan penelitian ini pada: **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.”**

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pada batasan masalah diatas maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rotte Bakery cabang Delima Pekanbaru.

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. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam mengenai Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru.

## **Tujuan Masalah**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan apa yang telah penulis rumuskan dalam rumusan masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- Untuk mengetahui pengaruh antara pelayanan yang diberikan Rotte Bakery cabang delima Pekanbaru terhadap minat beli konsumen.
- Untuk mengetahui tinjauan Ekonomi Islam terhadap pelayanan Rotte Bakery cabang delima pekanbaru terhadap kepuasan konsumen.

### **2. Manfaat Penelitian**

- Bagi peneliti sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi Program Strata Satu (S1) pada Fakultas Syariah dan Hukum Jurusan Ekonomi Syariah.
- Sebagai salah satu sumber informasi bagi kita untuk mengetahui lebih dalam pengaruh pelayanan pada rotte bakery cabang delima pekanbaru terhadap minat beli konsumen.
- Sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan.

## **E. Metode Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada Rotte Bakery cabang jalan delima, No.09, Ruko Taman Raya Raudha, kecamatan Tampan, Pekanbaru, Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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 milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

## 2. Subjek dan Objek Peneliti

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru
- b. Objek dari penelitian adalah Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah.

## 3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi dua kategori yaitu:

- a. Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian.<sup>11</sup> Dalam penelitian ini data primer bersumber dari konsumen Rotte Bakery yang menjadi responden peneliti.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang telah ada. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.

## 4. Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian.

---

<sup>11</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002), Ed. Ke-2, Cet. Ke-3, h.33.



**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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli/konsumen yang pernah melakukan pembelian di Rotte Bakery Cabang Jalan Delima Pekanbaru, yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terhingga.

Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif.

Sampel adalah sebagian untuk diambil keseluruhan obyek yang diteliti dan dianggap mewakili seluruh populasi. Pada penelitian ini, pelanggan yang menjadi sampel responden adalah konsumen yang sedang membeli di Rotte Bakery Cabang Jalan Delima Pekanbaru dengan pengambilan sampel non probability atau juga disebut juga non peluang, adalah pengambilan sampel dengan sengaja (purposive) dan bersifat subjektif.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *non probability* yakni teknik *sampling insidental*, yakni teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lemeshow yaitu:

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{(d)^2}$$

keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

Berdasarkan rumus yang diperoleh jumlah sampel (n) untuk berapa banyak jumlah sampel dalam penelitian sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (1 - 0,5)}{(0,1)^2} \\ &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\ &= 96,04 \text{ atau dibulatkan menjadi } 100 \end{aligned}$$

Sehingga jika berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah 96,04 = 100 orang sehingga ada penelitian sekurang-kurangnya 100 orang.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

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

- Observasi: yaitu instrumen lain yang sering di jumpai dalam penelitian yakni dengan cara memberikan pengamatan secara langsung pada suatu objek penelitian.<sup>12</sup>

<sup>12</sup>Sukardi, *Methodology Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h.78.





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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

- b. Wawancara: yaitu suatu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau tanya jawab.<sup>13</sup>
- c. Kuisioner: yaitu merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>14</sup>
- d. Dokumentasi: yaitu merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian.<sup>15</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Analisa data dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan korelasi regresi. Adapun tahap-tahap analisa data sebagai berikut:

### a. 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. Daya diskriminasi yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,30. Sehingga sebuah item valid apabila nilai koefisien korelasi  $r$  hitung  $\geq r$  tabel.<sup>16</sup> Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi pearson produk moment* :

<sup>13</sup>Djama'ah satori, *Metodology Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014) , h.130.

<sup>14</sup> Juliansyah, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011), h.139.

<sup>15</sup> Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.87.

<sup>16</sup> Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), Ed. Ke-2, Cet. ke-3, h. 235.



#### 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.

$$r = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Keterangan :

$r$  = koefisien korelasi

$x$  = deviasi rata-rata variabel X ( $X - \bar{X}$ )

$y$  = deviasi rata-rata variabel Y ( $Y - \bar{Y}$ )

#### 2) Uji Reliabilitas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *cronbach's alpha*. Batasan nilai dalam uji adalah 0,6.<sup>17</sup> Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Nilai reliabilitas dalam uji ini dapat dilihat pada kolom *Reliability statistics (Cronbach's Alpha)* yang diolah dengan program SPSS.

#### b. Model Regresi

##### 1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk menentukan ketepatan prediksi (signifikansi) dari pengaruh yang terjadi antara dua variabel melalui koefisien regresinya.<sup>18</sup> Dimana variabel independen (X) adalah pelayanan, sedangkan variabel dependen (Y) adalah minat beli konsumen.

$$Y = a + bX$$

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 172.

<sup>18</sup> Iqbal Hasan, *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.

Keterangan :  $Y$  = minat beli

$a$  = konstan

$b$  = koefisien arah regresi linear

$X$  = pelayanan

#### c. Uji Asumsi Klasik

##### 1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.<sup>19</sup>

Pengujian menggunakan rumus *kolmogrov smirnov*.

##### 2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan di dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Macam-macam uji heteroskedastisitas antara lain dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho, melihat pola titik-titik pada grafik regresi, uji Park, dan uji Glejser. Namun pada skripsi ini akan dibahas dengan uji koefisien korelasi Spearman's rho dan melihat pada pola titik-titik pada grafik regresi.

##### a. Uji Koefisien Korelasi Spearman's rho

##### b. Melihat pola titik-titik pada grafik regresi.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *op. cit.*, h. 109.

<sup>20</sup> Duwi Priyatno, *op. cit.*, h. 160.



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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau  
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

#### d. Pengujian Hipotesis Penelitian

##### 1) Uji t (Uji Parsial)

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

##### 2) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan mengetahui arah hubungan yang terjadi. Pada penelitian ini uji korelasi dapat dilihat dengan rumus *korelasi pearson produk moment*.

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala Likert<sup>21</sup>. Setiap pertanyaan mempunyai 4 alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut :

- 1) Alternatif jawaban tidak setuju diberi skor 1
- 2) Alternatif jawaban kurang setuju diberi skor 2
- 3) Alternatif jawaban cukup setuju diberi skor 3
- 4) Alternatif jawaban setuju diberi skor 4
- 5) Alternatif jawaban sangat setuju diberi skor 5

Dalam pengolahan data ini penulis menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS.

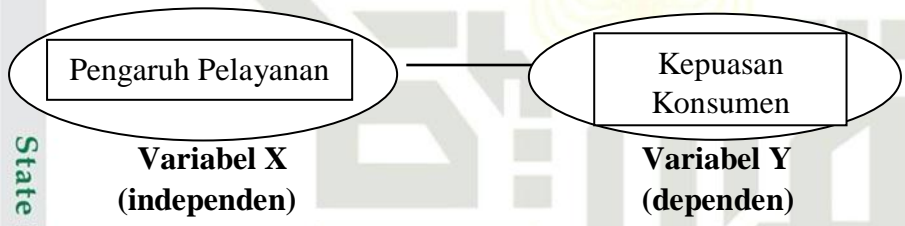
<sup>21</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, ( Yogyakarta : Andi Offset, 2009), Ed. Ke-2, h. 84.

**7. Metode Penulisan**

- a. Deduktif, yaitu penulis mengemukakan kaidah-kaidah atau pendapat yang umum kemudian diambil kesimpulan secara khusus.
- b. Induktif, yaitu pengumpulan data-data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, kemudian data tersebut dianalisis dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu menggambarkan secara tepat masalah yang diteliti sesuai dengan yang diperoleh. Kemudian, dianalisa dengan masalah tersebut.

**F. Kerangka Berfikir**

Model kerangka berfikir dalam penelitian ini dapat diterangkan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.



**G. Hipotesis**

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

- H<sub>0</sub> Tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan dan kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru.
- H<sub>a</sub> Ada hubungan yang positif dan signifikan antara pelayanan dan kepuasan konsumen pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru.

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.

## H. Definisi Operasional Variabel

**Tabel 1.2 :**  
**Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel penelitian	Indikator
1	Pelayanan Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.	a. Tangible b. Reability c. Responsiveness d. Assurance e. Emphaty
2	Kepuasan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.	a. kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. kesediaan merekomendasikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- 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. Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

**Tabel 1.3**  
**Rekapitulasi Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Hasil
1.	Ratih Hardiyati (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Peninginapan (Villa) Agro Wisata Kebun Teh Pagilaran.	Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 0,271X^1 + 0,197X^2 + 0,201X^3 + 0,316X^4 + 0,165X^5$ . Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedasitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel <i>assurance</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,316 lalu <i>tangible</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan <i>responsiveness</i> dengan koefisien regresi sebesar 0,201 dan <i>reliability</i> dengan koefisien 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah <i>emphaty</i> dengan

Hak cipta milik UIN Suska Riau			koefisien regresi sebesar 0,165. Agrowisata Kebun Teh Pagilaran perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.
	Dewi Retno Indrany (2010)	Analisis Pengaruh Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada Puskesmas Gunung Pati Semarang.	Dengan menggunakan metode berganda dapat disimpulkan bahwa variabel bukti langsung berpengaruh positif dan signifikan, kehandalan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jaminan berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Daya tanggap berpengaruh positif tetapi tidak signifikan kepuasan konsumen, empati tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**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.

**J. Sistematika Penulisan**

Dalam memaparkan isi yang terkandung dalam penelitian ini penulis menjabarkan sistematika penulisan secara global dalam hal ini penulis mensistematis menjadi lima bab, dimana setiap bab terdiri atas sub bab, yaitu sebagai berikut :

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian dan sistematika penelitian.

**BAB II : GAMBARAN UMUM**

Dalam bab ini akan menjelaskan tentang sejarah berdirinya Rotte Bakery, visi misi Rotte Bakery, struktur organisasi Rotte Bakery, produk Rotte Bakery.



### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori yang berhubungan dengan pembahasan dalam penelitian ini.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menceritakan tentang hasil analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

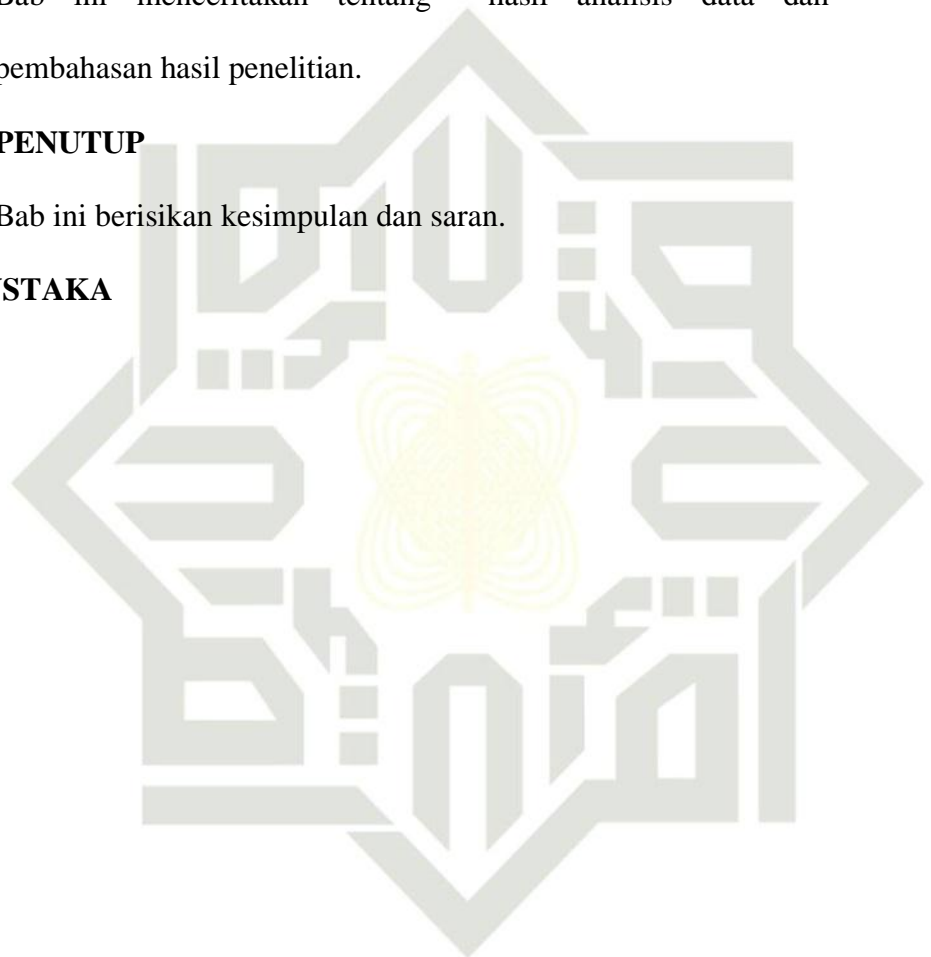
### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **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.





**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.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### A. Sejarah Singkat Usaha Rotte Bakery Pekanbaru

Usaha Rotte Bakery berdiri pada tahun 2015 lalu, yang didirikan oleh Bapak Syafrizal Abdul Rasyid. Sebelum membuka Rotte Bakery beliau sudah memiliki usaha kue kering yang bernama Kampung Cookies yang berdiri sejak tahun 2007. Seiring jalannya waktu, karena sifat kue kering itu tahunan yang dijual pada bulan Ramadhan menjelang hari raya Idul Fitri, maka beroperasi itu hanya sekali setahun saja. Jadi, mesinnya nganggur tidak terpakai karena harus menunggu tahun depan berikutnya kembali baru mulai beroperasi dan begitu juga dengan ruko yang ditempati juga seperti itu.

Kemudian Bapak Syafrizal mulai berpikir untuk berdagang dengan sifat harian dan masuklah ke dunia bakery. Ditahun 2015 memulai Rotte Bakery dengan berjualan donat, tetapi sistemnya itu dititipkan ke warung-warung menggunakan jasa sales. Dengan sistem tersebut kurang menguntungkan ditahun 2016 awal sistemnya berubah dengan menggunakan outlet seperti yang sekarang.

Pada tanggal 8 Januari 2016 awalnya Rotte Bakery berdiri dengan sistem outlet seperti sekarang ini. Seiring berjalannya waktu sekitar setahun lebih Rotte Bakery kemudian menggunakan sistem kemitraan untuk membuka cabang-cabang baru. Pada tahun 2017 bulan September mulai membuka cabang Rotte Bakery dengan sistem kemitraan. Pada saat ini Rotte Bakery sudah memiliki 27 cabang di Riau dan di daerah Jabodetabek. Setiap outlet memiliki sekitar 10 investor.



Rotte Bakery hadir melayani masyarakat untuk menghadirkan berbagai varian roti berkualitas dengan harga yang terjangkau dan dengan rasa yang terbaik. Karena selama ini bakery itu hanya bisa dinikmati oleh kalangan menengah keatas dan biasanya bakery selama ini juga harganya relatif mahal. Jadi, dengan hadir nya Rotte Bakery di masyarakat bakery bisa dinikmati oleh semua kalangan baik kalangan menengah kebawah maupun menengah keatas.

Rotte Bakery perusahaan yang berbasis Islam. Perusahaan ingin seluruh tim spiritualnya meningkat, ibadahnya meningkat. Ketika suara adzan berkumandang para tim Rotte Bakery atau yang sering disingkat ROTTEAM harus segera melaksanakan tugas nya sebagai seorang Muslim untuk sholat dan khusus untuk laki-laki harus bergegas ke Masjid untuk shalat berjama'ah. Untuk sistem penggajian yang selama ini diterapkan banyak perusahaan dengan standar UMR maka Rotte Bakery tidak menerapkan itu, Rotte Bakery sendiri menerapkan sistem bagi hasil sesuai dengan prinsip syariah guna untuk mensejahterakan kehidupan tim. Sistem bagi hasil ini juga diterapkan untuk investor.

Keuntungan Rotte Bakery juga di alokasikan 20% untuk kegiatan sosial seperti membantu kaum Dhuafah, anak yatim, fakir miskin, membangun Masjid, membangun pesantren gratis, rumah sakit gratis dan lain sebagainya yang di kelola oleh Yayasan Rotte Indonesia Mulia. Selain bekerja, perusahaan ingin juga beramal untuk orang yang membutuhkan. Usaha Rotte Bakery ini berpusat di jalan Bukit Barisan Kompleks Ruko Bukit Garden Residence No. 6 Tangkerang Timur Pekanbaru. Jam Operasional Rotte Bakery dimulai jam 06.00 pagi sampai dengan jam 22.00 malam. Rotte

#### 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.

Bakery sudah mendapatkan izin usaha P-IRT No. 206141010358-19 dan sudah bersertifikasi Halal dari MUI.<sup>22</sup>

Usaha Rotte Bakery terdiri dari delapan kategori Cake, Donat, Fit-O, Gandum, Roti Manis, Pillow, Tawar, Selai dan Isian. Dengan 90 varian sebagai berikut:<sup>23</sup>

**Tabel II.1**  
**Daftar Nama Roti Dan Harga Roti Rotte Bakery**  
**Cabang Delima Pekanbaru**

No	Nama Roti	Harga Roti
1	Almond Durian	Rp. 5.500,-
2	Banana Cheese Cho. Chip	Rp. 5.500,-
3	Banana Meses Mexicana	Rp. 5.500,-
4	Butter Coffe	Rp. 5.500,-
5	Butter Vanilla Coconut	Rp. 5.500,-
6	Beef Fllos	Rp. 6.600,-
7	Cheese Custard Bun	Rp. 5.500,-
8	Cheese Stick Almond	Rp. 6.600,-
9	Chicken Fllos Spicy	Rp. 7.700,-
10	Chicken Fllos Sweet	Rp. 7.700,-
11	Cheese Fllos	Rp. 4.400
12	Coklat and Coklat	Rp. 5.500,-
13	Coklat Fllos	Rp. 4.400,-
14	Coklat Milo	Rp. 5.500,-
15	Coklat Oreo	Rp. 6.600,-
16	Coklat Special	Rp. 5.500,-
17	Coklat Strusel	Rp. 5.500,-
18	Cream Cheese Filling	Rp. 5.500,-
19	Double Bun Blueberry	Rp. 5.500,-
20	Double Bun Strawberry	Rp. 5.500,-
21	Durian Filling	Rp. 5.500,-
22	Egg Bun	Rp. 6.600,-
23	Fit-O Coffe	Rp. 5.500,-
24	Fit-O Vanilla	Rp. 6.600,-
25	Hot Sausage	Rp. 6.600,-
26	Mex Cheese Bun	Rp. 5.500,-
27	Nascup Bun	Rp. 5.500,-
28	Pandan Cheese	Rp. 5.500,-

<sup>22</sup> Mardhika, CEO. *Wawancara*, Pekanbaru 6 Februari 2019.

<sup>23</sup> Rotte Bakery Cabang Delima. *Arsip*, Pekanbaru 2019.

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

29	Pisang Coklat	Rp. 5.500,-
30	Pizza Van	Rp. 7.700,-
31	Red Bean Flower	Rp. 5.500,-
32	Rice Cho. Bun	Rp. 5.500,-
33	Sausage Bun	Rp. 6.600,-
34	Sausage Twist	Rp. 5.500,-
35	Sausage Roll	Rp. 5.500,-
36	Strawberry Parmesan	Rp. 5.500,-
37	Classic Tuna Bun	Rp. 6.000,-
38	Vegetable Sausage	Rp. 6.600,-
39	Vla Vanilla Bun	Rp. 5.000,-
40	Abon Roll	Rp. 7.700,-
41	Cheese Roll Bun	Rp. 5.500,-
42	Coklat Roll Bun	Rp. 5.500,-
43	Ball Vanilla Sugar	Rp. 8.800,-
44	Ball Cho. Chip	Rp. 11.000,-
45	Banana Choco Bar	Rp. 8.800,-
46	Black Forrest Sisir	Rp. 13.200,-
47	Blueberry Streusel	Rp. 8.800,-
48	Bread n' Coffe	Rp. 12.100,-
49	Cho. Raischip Bread	Rp. 14.300,-
50	Raispple Sweet	Rp. 13.200,-
51	Milk Cheese	Rp. 15.400,-
52	Red Bean Twist Cho. Chip	Rp. 13.200,-
53	Vanilla Mocca Jumbo	Rp. 13.200,-
54	Sweet Pilar	Rp. 8.800,-
55	Pillow Cheese	Rp. 13.200,-
56	Pillow Cho. Chip	Rp. 9.900,-
57	Pillow Coklat	Rp. 13.200,-
58	Pillow Combi	Rp. 13.200,-
59	Pillow Kelapa	Rp. 9.900,-
60	Pillow Plain	Rp. 8.800,-
61	Pillow Potato	Rp. 13.200,-
62	Pillow Srikaya	Rp. 13.200,-
63	Pillow Vla	Rp. 13.200,-
64	Tawar Ori	Rp. 11.000,-
65	Tawar Ori Kotak	Rp. 8.800,-
66	Tawar Pandan	Rp. 11.000,-
67	Tawar Pandan Kotak	Rp. 8.800,-
68	Tawar Coklat kotak	Rp. 13.200,-
69	Tawar Marble	Rp. 13.200,-
70	Tawar Marble Kotak	Rp. 11.000,-
71	Tawar Gandum	Rp. 13.200,-
72	Tawar Kotak	Rp. 13.200,-

73	Fit-O Mini	Rp. 2.200,-
74	Coklat Spesial Mini	Rp. 2.750,-
75	Vegetable Mini	Rp. 3.300,-
76	Donat Besar	Rp. 3.300,-
77	Donat Kecil	Rp. 2.200,-
78	Muffin Vanilla Besar	Rp. 11.000,-
79	Muffin Vanilla Kecil	Rp. 6.600,-
80	Muffin Choco Chip	Rp.6. 600,-
81	Muffin Keju	Rp.6. 600,-
82	Brownies	Rp. 38.500,-
83	Bakpia	Rp. 13.000,-
84	Selai Srikaya	Rp. 5.500,-
85	Selai Bella Coklat	Rp. 25.300,-
86	Selai Bella Tiramisu	Rp. 25.300,-
87	Selai Bella Kacang	Rp. 25.300,-
88	Meses Bella	Rp. 6.300,-
89	Bagelan Butter	Rp. 19.800,-
90	Bagelan Kari	Rp. 19.800,-

**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.

**B. Visi dan Misi**

**a. Visi (Ada Disemua Suasana)**

1. Produk sangat diminati semua kalangan karena memberi value kepada konsumen dengan produk terenak, termurah dan mudah didapat.
2. Memberikan value kepada Rotteam tidak hanya “penghasilan untuk hidup layak” tapi juga “pendidikan kehidupan” agar didapat kesejahteraan dunia dan akhirat.
3. Berkontribusi maksimal dan bermanfaat untuk Masyarakat dengan “Rotteam Peduli”.

**b. Misi**

1. Menjadi Spiritual Company yang berlandaskan Islam.
2. Membangun sumber daya manusia Rotteam yang komprehensif dalam hal skill, moril, materil dan spiritual dengan pelatihan yang berkesinambungan.



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Membangun organisasi yang excellent, kuat dan professional.
4. Rotteam bertekad membantu masyarakat mendapatkan produk bakery yang berkualitas, enak, murah dan mudah di dapat. Rotteam menjadikan “bakery bukan barang mahal lagi”.
5. Rotteam bukan “karyawan” tapi “pengusaha/entrepreneur” yang bekerja di Rotte Bakery dengan konsep bagi hasil yang adil. Dengan mental entrepreneur maka Rotteam akan terbangun:
  - a) Sense of belonging yang tinggi
  - b) Memotivasi Rotteam untuk meningkatkan kinerja yang lebih tinggi.
  - c) Meningkatkan rasa tanggung jawab.
  - d) Meningkatkan teamwork yang berkesinambungan antar Rotteam.
  - e) Memacu Rotteam untuk mengembangkan usaha dengan lebih baik dan lebih baik.
  - f) Mempersiapkan Rotteam menjadi “pengusaha sesungguhnya” dengan memiliki cabang Rotte Bakery (dan/atau usaha lain) dari penghasilannya yang diinvestasikan.
  - g) Maka hasil akhirnya yang diharapkan seluruh Rotteam bersama Rotte Bakery dan masyarakat menjadi besar dan membesarkan, menjadi kuat dan menguatkan, menjadi kaya dan mengayakan, menjadi berdaya dan memberdayakan, menjadi luas dan memperluaskan, menjadi tinggi dan meninggikan.
6. Berkontribusi maksimal untuk pemberdayaan masyarakat, untuk kepentingan pendidikan yang mencerahkan, membangun kekuatan dakwah dan syiar Islam.



## Struktur Organisasi

Struktur organisasi sudah dapat dipastikan mempunyai tujuan untuk mencapai tujuan perusahaan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang diperlukan adanya pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang tercermin dalam struktur organisasi. Suatu struktur organisasi perusahaan yang telah disusun biasanya mencerminkan garis-garis otorisasi, dan tanggung jawab yang akan dilaksanakan oleh para anggota organisasi tersebut. Tanggung jawab serta keseluruhan akhirnya tertumpu pada puncak pimpinan perusahaan yang mengurus dan mewujudkan kerjasama yang harmonis di antara para karyawan dengan harapan agar tujuan perusahaan dapat tercapai secara tepat guna dan berhasil guna.

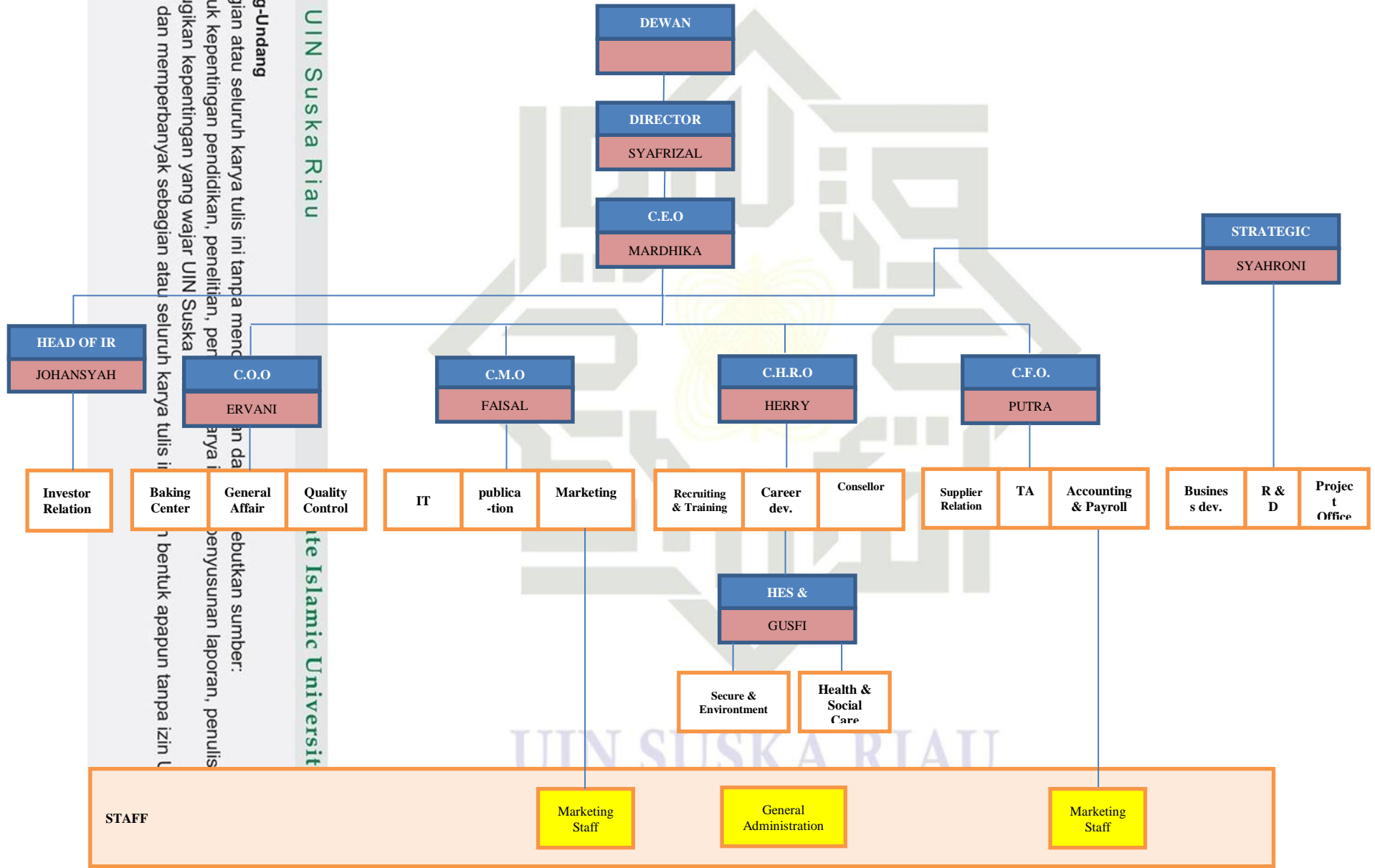
Struktur organisasi mempunyai tiga fungsi yaitu:

1. Menciptakan kesuksesan bagi suatu bisnis, dengan memiliki struktur organisasi kita telah berimajinasi seperti apa bisnis kita dimasa mendatang.
2. Memudahkan pengembangan sumber daya manusia, dengan struktur organisasi kita mampu melihat bagian-bagian mana saja yang nantinya membutuhkan SDM dan dapat menempatkannya sesuai dengan keahliannya.
3. Fungsi delegasi yaitu dengan struktur organisasi kita bisa dengan mudah melakukan pelimpahan pekerjaan atau wewenang kepada orang yang tepat.

Struktur Organisasi Rotte Bakery didasarkan pada hasil pemikiran dan pertimbangan dan kemampuan masing-masing staf sebagai berikut:

### 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.



ipta Dilindungi Undang-Undang  
 arang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menc  
 engutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, per  
 engutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska  
 arang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis i  
 an da  
 nya i  
 an da  
 nyusun laporan, penulis  
 ebutkan sumber:  
 bentuk apapun tanpa izin U

ak cipta milik UIN Suska Riau  
 te Islamic Universit



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 III

### LANDASAN TEORI

#### A. Pelayanan

##### 1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia menyatakan pelayanan ialah “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan atau jasa atau *service* dalam bahasa Inggris yaitu merupakan aktivitas, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan dijual.

Jasa atau pelayanan dapat juga di definisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menghasilkan waktu, tempat, bentuk, dan kegunaan psikologis. Jasa atau pelayanan juga merupakan kegiatan, proses, dan interaksi, serta merupakan perubahan dalam kondisi orang atau sesuatu dalam kepemilikan pelanggan. Jasa merupakan kegiatan, perbuatan, atau kinerja yang bersifat tidak nampak.<sup>24</sup>

Sebagai salah satu bentuk produk, jasa juga bisa didefinisikan secara berbeda-beda. Gummesson mendefinisikan jasa atau layanan sebagai “*something which can be bought and sold but which you cannot drop on your feet.*” Definisi ini menekankan bahwa jasa atau layanan bisa dipertukarkan namun kerap kali sulit dialami atau dirasakan secara fisik.

<sup>24</sup> D. Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)



Kotler mendefinisikan layanan atau jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Gronroos layanan atau jasa adalah proses yang terdiri atas serangkaian aktivitas *intangible* yang biasanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara pelanggan dan karyawan jasa dan/atau sumber daya fisik atau barang dan/sistem penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan.<sup>25</sup>

a. Karakteristik jasa atau layanan

Menurut Zeithaml dan Bitner, jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:<sup>26</sup>

- 1) Tidak berwujud. Hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar, dan merasakan hasilnya sebelum mereka membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari informasi tentang jasa tersebut, seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga produk jasa tersebut.
- 2) Tidak terpisahkan (*inseparability*) artinya jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, yaitu perusahaan jasa yang menghasilkannya. Jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika konsumen membeli suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut.

<sup>25</sup> Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Andi: Yogyakarta, 2011), h. 17

<sup>26</sup> Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.12-13



- 3) Bervariasi (*variability*) artinya jasa yang diberikan sering kali berubah-ubah tergantung siapa yang menyajikannya, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan. Ini mengakibatkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar.
- 4) Mudah musnah (*perishability*) adalah jasa atau layanan tidak dapat disimpan sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya.

## 2. Jenis-Jenis Pelayanan<sup>27</sup>

### a) Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (Humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan. Agar layanan lisan berhasil sesuai dengan harapan, ada syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh pelaku layanan:

1. Memahami benar masalah-masalah yang termasuk dalam bidang tugasnya.
2. Mampu memberikan penjelasan dengan lancar, singkat tetapi cukup jelas sehingga memuaskan bagi mereka yang ingin memperoleh kejelasan mengenai informasi tersebut.
3. Bertingkah laku sopan dan ramah tamah.

<sup>27</sup> A.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)



- 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.

b) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Layanan dengan tulisan dapat berupa permohonan, laporan, keluhan, pemberi/penyerahan dan pemberitahuan.

c) Layanan dalam perbuatan

Dalam layanan dengan perbuatan keahlian dan keterampilan merupakan faktor yang sangat menentukan terhadap hasil perbuatan atau pekerjaan. Dalam kehidupan sehari-hari jenis layanan ini memang tidak terhindar dari layanan lisan karena hubungan lisan paling banyak dilakukan dalam hubungan pelayanan secara umum.

Dari beberapa teori diatas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun kepada seseorang atau sekelompok orang.

Pelayanan menjadi suatu yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan

pendekatan *service quality* yang dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml.<sup>28</sup>

### Fungsi Pelayanan<sup>29</sup>

- 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 di kemudian hari.
- d. Memberikan keuntungan kepada perusahaan.

### 4. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Pelayanan yang baik memiliki tujuh ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan:<sup>30</sup>

- a. Tersedianya karyawan yang baik

Kenyamanan konsumen 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 konsumen sehingga konsumen semakin tertarik. Demikian juga dengan cara kerja karyawan harus rapi, cepat, dan cekatan. Oleh karena itu sebelum menjadi karyawan yang bertugas melayani pelanggan harus melalui pendidikan dan pelatihan khusus terlebih dahulu.

<sup>28</sup> Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006) h. 18

<sup>29</sup> Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014), h.2

<sup>30</sup> Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 33-39.



- 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.

b. Tersedianya sarana dan prasarana yang baik

Pada dasarnya konsumen ingin dilayani secara prima. Untuk melayani konsumen, salah satu yang paling penting diperhatikan, disamping kualitas dan kuantitas sumber daya manusia adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan membuat konsumen merasa betah berada dalam tempat tersebut.

c. Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai

Bertanggung jawab kepada setiap konsumen sejak awal hingga selesai artinya dalam menjalankan kegiatan pelayanan karyawan harus mampu melayani dari awal sampai tuntas atau selesai.

d. Mampu melayani secara cepat dan tepat

Mampu melayani secara cepat dan tepat artinya dalam melayani konsumen diharapkan karyawan harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan dan keinginan konsumen.

e. Mampu berkomunikasi

Mampu berkomunikasi artinya karyawan harus mampu berbicara kepada setiap konsumen. Karyawan juga harus mampu berbicara kepada setiap konsumen. Selain itu, karyawan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti. Jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

f. © Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik

Untuk menjadi karyawan yang khusus melayani pelanggan harus memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu. Karena tugas karyawan selalu berhubungan dengan manusia, karyawan perlu dididik khusus mengenai kemampuan dan pengetahuannya untuk menghadapi konsumen atau kemampuan dalam bekerja.

g. Berusaha memahami kebutuhan konsumen

Berusaha memahami kebutuhan konsumen artinya karyawan harus cepat tanggap terhadap apa yang diinginkan konsumen. Karyawan yang lamban akan membuat konsumen lari. Usahakan mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah secara cepat.

## B. Dimensi Pelayanan

Garvin mengemukakan delapan dimensi produk, meskipun produk kita tahu bahwa pelayanan atau jasa merupakan bagian yang integral dari suatu produk, maka dimensi yang di kemukakan oleh Garvin ini cukup bermanfaat untuk mengetahui dimensi pelayanan. Adapun dimensi-dimensi tersebut adalah sebagai berikut:<sup>31</sup>

- a. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik pengoperasian pokok dari suatu produk inti (*core product*), seperti jumlah penumpang yang dapat diangkut.
- b. Fitur atau ciri-ciri tambahan (*feature*), yaitu ciri khusus atau keistimewaan tambahan berupa karakteristik pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior, seperti *dashboard*, *AC*, *sound system*, *door lock system*, *power steering*, dan sebagainya.

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfication*, (Yogyakarta: ANDI, 2007), 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.

- c. Reabilitas (*Reability*), yaitu kemungkinan kecil untuk rusak atau mengalami beberapa kegagalan dalam pemakaiannya, tidak sering mogok atau rewel.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Confermance to spesification*), yaitu sejauh mana karakteristik memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya, misalnya standar keamanan.
- e. Daya Tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan, yang mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil.
- f. *Serviceability*, yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan layanan reparasi, dan penanganan keluhan yang memuaskan.
- g. Estetika, yaitu daya tarik produk melalui panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model, atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap kedua hal tersebut. Biasanya, karena pembeli kurang mengetahui mengenai atribut-atribut produk tertentu, maka mereka mempersepsikan nilai kualitas produk itu dari aspek-aspek lain, seperti harga, merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya

Ada lima faktor dominan atau penentu pelayanan yaitu:<sup>32</sup>

1. *Tangible* (Berwujud)

Jasa yang dapat dilihat oleh konsumen berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, teknologi yang baik, dan berbagai materi

<sup>32</sup> M. Nur Rianto AlArif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*





**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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau komunikasi yang baik dan terawat. Misalnya desain toko yang modern, tata rak atau etalase yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

### 2. *Emphaty* (Empati)

Kesediaan karyawan atau pengusaha untuk peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada konsumen. Setiap karyawan harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen.

### 3. *Responsiveness* (Cepat Tanggap)

Kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan atau konsumen memberikan jasa yang cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari konsumen harus diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan konsumen.

### 4. *Realibility* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya, akurat, dan konsisten. Suatu perusahaan yang mampu memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan melalui promosi akan memberikan kepuasan tersendiri kepada konsumen.

### 5. *Assurance* (Jaminan)

Berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang telah dikemukakan kepada konsumen. Karyawan harus mampu menunjukkan kepada konsumen bahwasanya perusahaan mampu merealisasikan setiap janji yang telah ditawarkan kepada konsumen.



- 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.

## Kepuasan Konsumen

### 1. Pengertian Kepuasan Konsumen

Kata “Kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu ‘ atau ‘membuat sesuatu memadai’. Namun, ditinjau dari persepsi perilaku konsumen, istilah ‘kepuasan pelanggan’ lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesempatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan: ‘apakah kepuasan merupakan respon emosional ataupun evaluasi kognitif’ (Edwardson, Giese & Cote & Wilson, Yi. Ini bisa dilihat dari beragam definisi yang dikemukakan banyak pakar.

Howard & Sheth mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu kognitif pembeli dengan pengorbanan yang dilakukan, Swan, et al. mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakainnya. Oliver mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi terhadap *surprise* yang inheren atau melekat pada pemerolehan produk dan atau pengalaman konsumsi. Churchill dan Suprenent merumuskan kepuasan konsumen sebagai hasil pembelian atau pemakaian yang di dapatkan dari perbandingan atau *reward* dan biaya pembelian dengan konsekuensi yang diantisipasi sebelumnya.



- 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Westbrook & Reilly berpendapat bahwa kepuasan konsumen adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau kebutuhan, keinginan, dan hasrat) individual.

Day mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai penilaian evaluatif purna beli menyangkut pilihan pembelian spesifik. Cadotte, et al, mengkonseptualisasi kepuasan konsumen sebagai perasaan yang timbul sebagai evaluasi terhadap pengalaman pemakaian produk atau jasa. Westbrook menyatakan bahwa kepuasan konsumen adalah penilaian evaluatif global terhadap pemakaian atau konsumsi produk. Tse & Wilton mendefinisikan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan sebagai respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.<sup>33</sup>

Engel, et al. mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak

<sup>33</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2014), h.353



#### 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut pakar pemasaran Kotler menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya.

Ada kesamaan diantara beberapa defenisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang oa terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

## 2. Mengukur Kepuasan Konsumen

Dalam mengukur kepuasan konsumen, setidaknya ada dua aspek penting yang saling berkaitan: (1) apa yang diukur; dan (2) metode pengukuran. Mengingat kepuasan konsumen merupakan ukuran yang relatif, maka pengukuran tidak boleh hanya bersifat “*ontime, single shot studies*”. Justru sebaiknya mengukur kepuasan konsumen.

### a. Variabel yang diukur

Tidak ada satupun ukuran tunggal ‘terbaik’ mengenai kepuasan konsumen yang disepakati secara universal. Meskipun demikian, ditengah beragamnya cara mengukur kepuasan konsumen terhadap kesamaan paling tidak dalam enam konsep ini mengenai konsep inti mengenai objek pengukuran:

#### 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan

Cara yang paling sederhana untuk pengukuran kepuasan konsumen adalah dengan cara menanyakan kepada konsumen seberapa puas mereka pada produk atau jasa spesifik tertentu.



#### 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. Dimensi kepuasan konsumen

Berbagai penelitian memilah kepuasan kedalam komponen-komponennya. Umumnya terdiri atas empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kepuasan konsumen. Kedua, meminta pelanggan menilai produk atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan, fasilitas layanan, dan keramahan staf layanan konsumen. Ketiga, meminta konsumen menilai produk atau jasa pesaing dengan item-item spesifik yang sama. Keempat, meminta para konsumen untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka yang paling penting dalam menilai kepuasan konsumen keseluruhan.

## 3. Konfirmasi harapan

Dalam konsep ini, kepuasan tidak ukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidak sesuaian antara harapan konsumen dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut dan dimensi penting.

## 4. Minat pembelian ulang

Kepuasan konsumen diukur secara behavioriel dengan jalan menanyakan apakah konsumen akan berbelanja atau menggunakan jasa perusahaan lagi.

## 5. Kesiediaan untuk merekomendasi

Dalam kasus pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan konsumen untuk



#### 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.

merekendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang paling penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

#### 6. Ketidak puasn konsumen

Beberapa macam aspek yang sering digunakan guna mengetahui ketidakpuasan konsumen guna mengetahui ketidakpuasan pelanggan meliputi: (a) komplek, (b) return, (c) biaya garansi, (d) *product recall*, (e) gethok tular negatif, dan (f) *defection* (konsumen yang beralih ke pesaing).

#### b. Metode pengukuran kepuasan konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen (juga konsumen pesaing). Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu:<sup>34</sup>

##### 1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan penuh bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada keluhan merupakan perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*costumer oriented*).

##### 2. Survei kepuasan pelanggan

Sesekali perusahaan perlu melakukan survei kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa atau produk perusahaan tersebut.

<sup>34</sup> Suharto Abdul Majid, *Customer Service dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2009), h.65



#### 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.

Survei ini dapat dilakukan dengan penyebaran kuisioner oleh karyawan perusahaan kepada para konsumen. Melalui survei tersebut, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa perusahaan tersebut, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

#### 3. *Ghost Shipping*

Metode ini dilaksanakan dengan mempekerjakan beberapa orang perusahaan (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pelanggan di perusahaan asing, dengan tujuan para *ghost shopper* tersebut dapat mengetahui kualitas pelayanan perusahaan pesaing dapat dijadikan sebagai koreksi terhadap pelayanan perusahaan itu sendiri.

#### 4. Analisa konsumen yang hilang

Metode ini dilakukan perusahaan dengan cara menghubungkan kembali pelanggannya yang telah lama tidak berkunjung atau melakukan pembelian lagi di perusahaan tersebut karena telah berpindah ke perusahaan pesaing. Selain itu, perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya perusahaan pesaing.<sup>35</sup>

#### c. Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

- 1) Kualitas Produk. Pelanggan atau konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

<sup>35</sup> *Ibid*, Suharto Abdul Majid, h. 66



#### 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) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.
- 3) Kualitas pelayanan. Pada industri, adalah mutlak bahwa konsumen akan merasa puas nilai mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
- 4) Emosional. Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena dari produk, tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.
- 5) Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama dengan produk jasa lain, tetapi ditetapkan pada harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
- 6) Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk/jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk/jasa.<sup>36</sup>

#### D. Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Pendapat yang dikemukakan Juran menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat bila kualitas pelayanan yang telah diberikan dapat

<sup>36</sup> *Ibid*, Rambat Lupiyoadi, h. 58





memenuhi keperluan pelanggan. Ada beberapa hal yang menunjukkan pengaruh antara pelayanan dengan kepuasan konsumen diantaranya sebagai berikut:

- a. Pelayanan yang lebih baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kepuasan dan mengurangi ketidakpuasan konsumen.
- b. Bila pelayanan menunjukkan kepuasan yang tinggi, maka akan terjadi penekanan biaya pada titik yang terendah dan akan menjadikan pelanggan atau konsumen mengurangi biaya yang dikeluarkan.

Untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah dengan menciptakan pelayanan yang tinggi dan upaya peningkatan kualitas pelayanan harus terus dilakukan menuju tingkat yang lebih lagi. Titip berat pelayanan jasa adalah penyediaan pelayanan yang baik dengan memperhatikan apa yang diinginkan oleh pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Hasan menyebutkan bahwa variabel-variabel kualitas pelayanan (*compliance, assurance, tangibles, reliability, responsiveness, empathy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Ini berarti bahwa hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan perusahaan maka kepuasan konsumen juga semakin tinggi, dan jika persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan buruk maka kepuasan konsumen juga akan semakin rendah.

#### 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.

## Pelayanan dan Kepuasan Pasien dalam Tinjauan Ekonomi Islam

Pelayanan menurut *ensiklopedi* Islam adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariah agar suatu pelayanan di suatu perusahaan lebih terarah, maka pihak perusahaan harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen dengan merasakan kepuasan secara maksimal.<sup>37</sup>

Dalam Islam dijelaskan bahwa salah satu prinsip muamalah adalah pelayanan. Muamalah Islam sangat memperhatikan pelayanan yang baik kepada konsumen. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, simpatik, sopan dan bersahabat dalam melakukan dealing dalam bisnis. Allah telah mengingatkan dalam Al-Qur'an dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut, dan sapaan yang baik manakala ia berbicara dengan orang lain. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 83, yaitu:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهََ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِالْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya: Dan (ingatlah), ketika kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.

<sup>37</sup> Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999), cet. ke-1, h.96.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa betapa Allah sangat menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata baik juga dengan sikap yang baik pula misalnya memberikan senyuman. Hal ini agar lawan bicara kita akan merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah konsumen akan merasa terlayani dengan baik dan akan merasa puas. Perasaan puas yang diberikan oleh konsumen juga akan memiliki dampak positif bagi perusahaan itu sendiri.

Agar pelayanan sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen maka kualitas pelayanan perlu ditingkatkan menjadi lebih baik. Untuk menciptakan pelayanan yang baik ialah melayani dengan sepenuh hati dan memberikan yang terbaik untuk konsumen agar mereka percaya dan tidak ragu terhadap pelayanan yang baik, ramah dan sopan sehingga mereka merasa nyaman. Hal ini akan membuat konsumen senang dan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT surah Ali-Imran ayat 159, yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

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.

Dalam teori Ekonomi Islam. Nilai-nilai yang menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya antara lain:<sup>38</sup>

### 1. Tauhid

Tauhid merupakan fondasi ajaran Islam. Dengan tauhid, manusia menyaksikan bahwa “tiada satupun yang layak disembah selain Allah” dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain dari pada Allah”. Karena Allah adalah pencipta alam semesta dan isinya. Dan sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik hakiki. Manusia hanya diberi amanah untuk ‘memiliki’ untuk sementara waktu, sebagai ujian bagi mereka.

Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakan manusia adalah untuk berhadapan kepada-Nya. Karena segala aktifitas manusia dalam hubungan dengan alam dan Sumber Daya Manusia (mua'malah) dibingkai dengan erangka hubungan dengan Allah.

### 2. Keseimbangan (‘Adl)<sup>39</sup>

Allah adalah penipta segala sesuatu, dan salah satu sifatnya adalah adil. Dia tidak membeda-bedakan perilaku terhadap Makhluk-Nya secara zalim. Manusia sebagai khalifah di muka bumi harus memelihara hukum Allah di bumi, dan menjamin bahwa pemakaian segala sumber arahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat dari padanya secara adil dan baik, sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Hujarat: 13

<sup>38</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam Sejarah, Konsep, Instrumen, Negara, dan Pasar*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013) Cet. Ke-2 H.25

<sup>39</sup> Akhmad Mujahidin, *Ibid*, h.26

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.

- 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.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَىٰ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٠٨﴾

Artinya: *Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal.*

Implikasi Ekonomi dari nilai adalah pelaku ekonomi dibolehkan untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan orang lain.

### 3. *Nubuwwah*<sup>40</sup>

Karena rahman, rahim dan kebijakan Allah, manusia tidak dibiarkan begitu saja didunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu diutuskan para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar. Fungsi Rasul adalah untuk menjadi model terbaik yang harus diteladani manusia agar mendapat keselamatan didunia dan akhirat.

### 4. *Khalifah*<sup>41</sup>

Status Khalifah atau pengemban amanat Allah itu berlaku umum bagi semua manusia, tidak ada hak istimewa bagi individu atau bangsa tertentu sejauh berkaitan dengan tugas kekhilafaan itu.

### 5. *Ma'ad*

Secara Harfiah *ma'ad* “kembali”. Karena itu semua akan kembali kepada Allah. Hidup manusia bukan hanya dunia, tetapi terus berlanjut

<sup>40</sup> Akhmad Mujahidin, *Ibid*, h.26

<sup>41</sup> Akhmad Mujahidin, *Ibid*, h.26

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.

Hak cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

hingga alam akhirat. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah Al-  
'Alaq (96) : 8

إِنِّ إِلَىٰ رَبِّكَ أَلْرُّجَعِي

Artinya: *Sesungguhnya Hanya kepada Tuhanmulah kembali(mu).*

Ayat diatas menjelaskan bahwa dunia untuk bekerja dan beraktivitas (beramal shaleh). Namun demikian, akhirat lebih baik dari pada dunia. Oleh karena itu Allah melarang untuk terkait pada dunia, sebab jika dibandingkan dengan kesenangan akhirat, kesenangan dunia tidaklah seberapa.

Ada empat sifat Nabi Muhammad SAW dalam mengelola bisnis menjadi *key succes Factort (KSF)* yaitu disingkat dengan SAFT.

1. *Shiddiq* (benar dan jujur)

Sikap jujur berarti selalu melandaskan ucapan, keyakinan, serta perbuatan berdasarkan ajaran Islam. Dalam dunia bisnis, kejujuran bisa juga ditampilkan dalam bentuk kesungguhan dan ketetapan, baik ketetapan waktu, janji, pelayanan, pelaporan. Oleh karena itulah, Allah SWT memerintahkan orang-orang beriman untuk senantiasa memiliki sifat *Shiddiq*. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah (9) : 119

يَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.*

2. Amanah (Terpercaya, kredibel)

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan *kredibel*. Amanah bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban,



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.

amanah ditampilkan dalam keterbukaan, pelayanan yang optimal, dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal. Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surah An-Nisa'(4) :58

### 3) *Fathanah* (Cerdas)

*Fathanah* dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau bijaksana. Dalam dunia bisnis bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan dan bijaksana agar usaha bisa lebih efektif dan efisien serta mampu menganalisa situasi persaingan dan perubahan dimasa yang akan datang. Kecerdasan disini yaitu kecerdasan dalam bentuk spritual sebagaiman Allah SWT berfirman dalam surah Al-Ra'd (13) : 3

### 4. *Thabligh* (Komunikatif)

Sifat *Thablibgh* artinya komunikatif dan argumentatif, dalam dunia bisnis orang yang memiliki sifat *Thabligh*, akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Dalam melayani seorang karyawan dituntut untuk bisa menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan berbicara secara komunikatif dan benar. Sebagaimana Allah berfirman dalam Surah Al-Ahzab (33) : 70-71

Kualiatas pelayanan yang diberikan oleh suatu bidang usaha seyogyanya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus



membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah.

Dalam pandangan Islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya harus baik. Segala sesuatu tidak boleh dikerjakan secara asal-asalan. Sikap yang dibutuhkan dalam pelayanan adalah:

- a. Sopan-santun.
- b. Berpengetahuan
- c. Berusaha.<sup>42</sup>

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti yang telah dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 267:

Pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanan (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. *Service* berarti mengerti, memahami, dan merasakan. Loyalitas seorang konsumen pada produk atau usaha perusahaan tidak akan merugikan.

Dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti langsung) yang berupa fasilitas fisik meliputi gedung, sarana dan prasarana lainnya. Fasilitas dalam Islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang

<sup>42</sup> Sopiah, *Manajemen Bisnis Riset*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h.252.





mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan.

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surah An-Nahl ayat 91, Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) juga dapat menunjukkan nilai kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

*Assurance* (jaminan/kepastian) juga dapat menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan santunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Al-Qur'an surah Ali Imran ayat 159.

#### 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. 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.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasannya, maka penulis dapat menarik satu kesimpulan beberapa hal sebagai berikut;

1. Dari hasil persamaan regresi  $Y = 14,448 + 0,431X$  dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru, uji t dapat disimpulkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru. Hal ini dapat dibuktikan dengan diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $(8,978) > t_{tabel}$   $(1,98477)$  dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru, nilai koefisien determinasi model adalah 0,451. artinya adalah bahwa sumbangan pengaruh variabel independen (pelayanan) terhadap variabel dependen (minat beli) adalah sebesar 45,1%, sedangkan sisanya sebesar 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Nilai R sebesar 0,672. Artinya adalah bahwa korelasi antara variabel independen (kualitas pelayan) dengan variabel dependen (kepuasan konsumen) memiliki hubungan yang tinggi atau kuat.
2. Menurut tinjauan ekonomi Islam, pengaruh pelayanan dan kepuasan konsumen yang diberikan oleh Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru



sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dan sesuai dengan ekonomi syariah. Dilihat dari pelayanan (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati) yang mengutamakan kejujuran, keadilan, keseimbangan, dan manfaat.

### Saran

Setelah dilakukan penelitian oleh penulis pada Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru, maka penulis mencoba untuk memberikan saran pada perusahaan, yaitu:

1. Bagi karyawan Rotte Bakery diberikan pelatihan oleh pihak Rotte Bakery agar lebih memahami tentang pelayanan yang baik. Sehingga, bisa meningkatkan pelayanan yang diberikan seperti memahami keinginan konsumen dan cara melayani yang baik, tepat waktu dan bertanggung jawab.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan subjek penelitian dapat diperluas dengan variabel-variabel lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga hasilnya lebih bervariasi.

### 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.



## DAFTAR PUSTAKA

- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau  
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
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.S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2000)
- Abdul Rachman Shaleh dan Muhibb Abdul Wahab, *Psikolog Suatu Pengantar (Dalam Perspektif Islam)*. (Jakarta: Prenada Media, 2004)
- Ajzen William, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Binarupa Aksara, 2008)
- Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam 2, (Pasar, Perdagangan, Manajemen, Produksi, Konsumsi, Institusi Keuangan, dan Kontribusi)*, (Pekanbaru, Al-Mujtahadah Press, 2014),
- Ali hasan, *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, (Yogyakarta: CAPS, 2013)
- Basu Swastha dan T.H. Handoko, *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: BPFE UGM, 2008)
- Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008)
- D. Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009)
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Gava Media, 2014)
- Departemen Agama RI, *Al- Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung : AL -Jumanatul Ali ,2004)
- Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia, UU Perlindungan Konsumen Nmor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.
- Djama'ah satori, *Methodology Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Durianto, Darmadi, Dkk, *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003)
- Engel J.F, D.T Kollat & R.D Blackwell, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa, 2009)
- Fandi Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Andi: Yogyakarta, 2011)
- Farid Masfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: PT. Gahlia Indonesia, 2005)



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Herdinand, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Hamzah Ya'qub, *Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 2002)
- Musein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009)
- Hajjar Al Asqalani, Fathul Baari; *Penjelasan Kitab Shahih Al Bukhari*, penerjemahan Amir Hamzah (Jakarta : Pustaka Azzam, 2009)
- Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Grup, 2014)
- Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2002)
- Iskandarwasid dan Dadang Sunendar, *Strategi Pembelajaran Bahasa*, (Bandung: Rosda, Cet. Ke-3, 2011)
- Jaka Isgiyarta, *Dasar-Dasar Ekonomi Islami Menuju Sirathal Mustaqim*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2012)
- Juliansyah, *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Kencana, 2011)
- Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006).
- M. Nasution, *Manajemen Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005)
- M. Nur Riyanto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana Prenamedia Group, 2010)
- Muhammad Ismail Yusanto, M. Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani, 2002)
- Muhammad Nasharuddin Al- Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, Penerjemahan KMCP Imbran Rosadi, (Jakarta : Pustaka Azzam, 2007)
- Muhammad, *Pengantar Akuntansi Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka, 1999)
- Muhibbin Syah, *Psikologi Belajar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)
- Mulyadi Nitisusatro, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013)



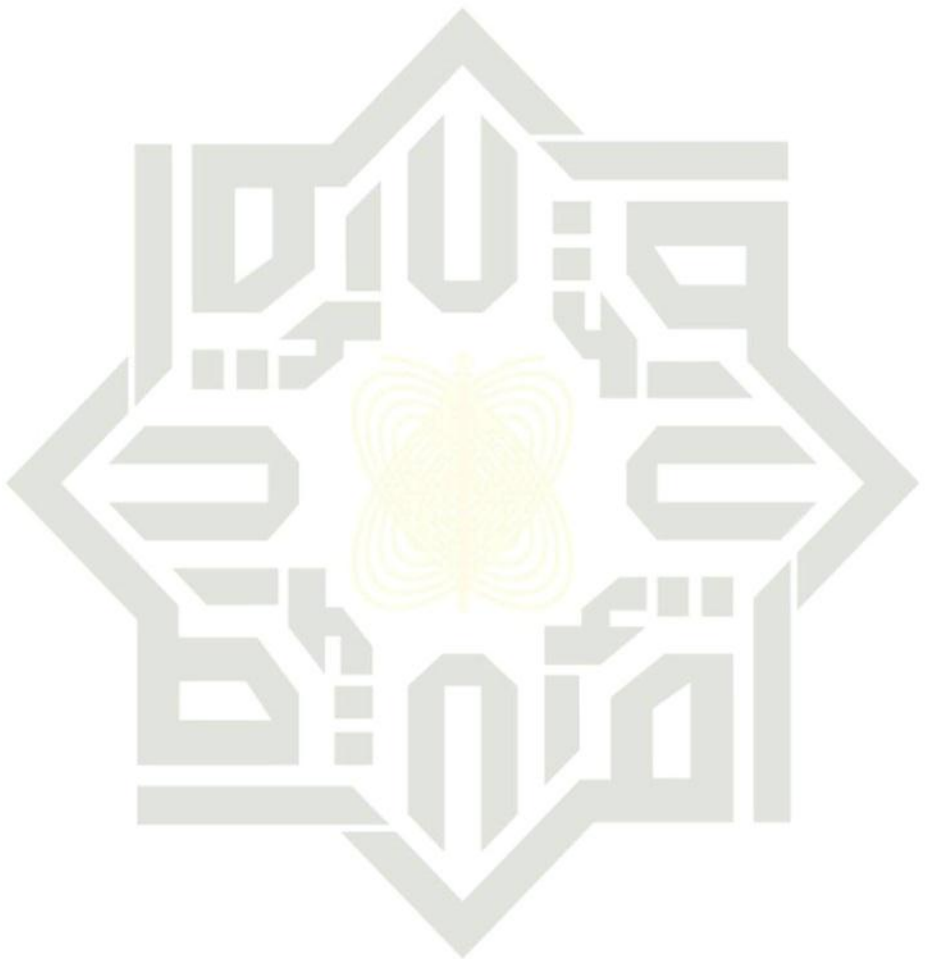
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Manang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*, ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014)
- Anda Limakrisna. Wihelmus Hary Susilo, *Manajemen Pemasaran Teori dan aplikasi Dalam Bisnis*. (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012)
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen ; Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*”, (Bogor : Kencana, 2003)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008)
- Soerwadminta, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2004),
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam / P3EI*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008)
- Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006)
- Roger D. Blackwell Engel & Paul W, Minard, *Consumer Behavior*, Jakarta: Binapura Aksara, 2003)
- Roni Andesa, “Sumber Referensi Ekonomi dan Bisnis”, artikel diakses pada 28 September 2018 dari <http://mutiaralumpur.blogspot.com/2010/04/pengertian-minat-konsumen.html>
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991)
- Sopiah dan Syihabudhin, *Manajemen Bisnis Ritel*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008)
- Sopiah, *Manajemen Bisnis Riset*, (Yogyakarta: Andi, 2008)
- Sukardi, *Methodology Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011)
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, ( Yogyakarta : Andi Offset, 2009)
- Thorik Gunara, *Marketing Muhammad*, (Bandung: Maddani Prima, 2004)
- Tika Dian Alfatri dan Mahmud, *Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Produk dan Kpercayaan (Trust) Terhadap Minat Beli K-Pop (Korean Pop) Album dengan sistem Pre Order Secara Online (Studi pada Online Shop Kordo Day Shop (CORP) Semarang*, Jurnal.
- Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004)

UU Perlindungan Konsumen No.8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.  
Direktorat Perlindungan Konsumen Republik Indonesia.

udrik Jahya, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Kencana, 2001)

**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.



UIN SUSKA RIAU

## KUESIONER PENELITIAN

### Identitas Responden:

Nama :  
Umur :  
Jenis Kelamin :  
Pekerjaan :

### Petunjuk Penelitian

1. Baca setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan.
3. Isilah kuesioner dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

### Keterangan :

SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju

Disetujui oleh  
Pembimbing Skripsi

UIN SUSKA RIAU

(Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak.CA)





Contoh Pengisian :

No	Pertanyaan	Pilih Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya, Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru sudah banyak di kenal masyarakat			√		

**Pelayanan**

No	Pertanyaan	Pilih Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru telah memiliki peralatan yang memadai.					
2.	Penampilan fisik para karyawan Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru bersih, rapi, dan sopan.					
3.	Pelayanan yang diberikan sangat memuaskan dan tepat waktu tanpa ada kesalahan.					
4.	Apabila terjadi kesalahan atau kegagalan maka ada pertanggungjawaban dari Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru.					
5.	Karyawan Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru selalu mendengarkan keluhan dari konsumen.					
6.	Jika ada konsumen yang bingung memilih roti atau tidak tahu dengan isian roti dan rasanya karyawan cepat membantu mencari solusi.					
7.	Karyawan Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru mempunyai pengetahuan yang luas terhadap layanan yang diberikan.					
8.	Rotte Bakery menjamin bahan dan rasa roti yang diberikan kepada konsumen.					
9.	Karyawan Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru menunjukkan sikap perhatian dan melayani secara pribadi terhadap konsumen.					
10.	Karyawan Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru menjalin komunikasi yang baik kepada para konsumen.					

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

### Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Pilih Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Berbelanja di Rotte Bakery Cabang Delima sesuai dengan kenyataan yang dialami dan sesuai dengan yang diinginkan.					
2.	Apabila saya ingin membeli roti, saya akan kembali membeli nya di Rotte Bakery Cabang Delima					
3.	Merekomendasikan kepada keluarga dan orang-orang disekitar saya untuk berbelanja ke Rotte Bakery Cabang Delima.					
4.	Pernah kesal saat berbelanja di Rotte Bakery Cabang Delima.					
5.	Terpaksa membeli roti di Rotte Bakery Cabang Delima.					
6.	Selalu menceritakan kepada orang lain tentang Rotte Bakery Cabang Delima.					

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

## DAFTAR WAWANCARA

Pertanyaan yang diajukan dalam daftar wawancara ini bertujuan untuk memperoleh data tentang “PENGARUH PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru)” Pedoman Wawancara Kepada CEO Rotte Bakery Pekanbaru.

1. Bagaimana sejarah berdiri Rotte Bakery Pekanbaru?
2. Siapa Pendiri Rotte Bakery Pekanbaru?
3. Berapa jumlah outlet Rotte Bakery Pekanbaru?
4. Bagaimana Visi, Misi Rotte Bakery Pekanbaru?
5. Bagaimana Struktur Organisasi yang ada di Rotte Bakery Pekanbaru?

### TABULASI DATA

Pengaruh Pelayanan Untuk Meningkatkan Minat beli Konsumen di Rotte Bakery Cabang Delima Pekanbaru

No.	Pelayanan										Jumlah	Minat Beli								Jumlah
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	3	4	2	4	3	2	4	3	3	3	31	4	4	4	4	3	4	4	4	31
2	4	5	4	4	4	2	3	3	4	4	36	4	4	3	4	4	4	3	4	30
3	4	4	2	4	4	2	3	2	2	2	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	40	4	4	4	4	3	4	4	4	31
5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	40	4	4	5	4	5	4	3	4	33
6	3	4	5	4	3	2	4	3	4	4	35	4	4	4	4	3	3	4	4	30
7	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	4	4	5	4	5	3	5	4	34
8	5	5	5	5	3	5	3	3	4	4	42	5	3	3	4	4	3	3	3	28
9	4	5	4	4	4	2	3	4	3	3	36	4	4	4	4	4	3	4	4	31
10	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	35	4	4	4	4	3	3	4	4	30
11	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	45	4	4	5	5	5	3	5	4	35
12	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42	5	5	4	4	4	3	4	5	34
13	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48	5	5	4	5	5	3	4	5	36
14	3	5	5	5	5	3	5	4	4	3	42	5	3	3	3	3	3	3	3	26
15	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36	4	3	3	3	3	3	3	3	25
16	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44	4	4	4	5	5	3	4	4	33
17	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	37	4	4	4	4	4	3	4	4	31
18	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	35	4	4	4	4	4	3	3	4	30
19	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	4	5	4	4	4	3	4	4	32
20	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	32	5	4	3	4	3	3	3	4	29
21	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	5	5	4	4	4	4	4	5	35
22	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	38	5	5	5	5	4	4	5	5	38
23	4	5	5	4	3	3	4	3	3	3	36	4	4	4	3	4	4	3	4	30
24	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	34	3	3	3	4	4	3	3	3	26
25	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	29	3	3	4	4	3	3	4	3	27
26	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	31	3	3	4	4	3	3	3	3	26
27	4	4	3	3	4	3	4	3	5	5	37	3	3	4	4	4	3	4	3	28
28	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	42	4	4	4	5	5	4	4	4	34
29	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	38	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	35	3	3	3	4	3	3	5	3	27
32	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46	5	5	5	5	5	4	5	5	39
34	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
35	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
36	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	5	5	4	4	5	4	4	5	36
38	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	40	4	4	5	4	5	4	5	4	35
39	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	42	5	5	4	4	5	3	4	5	35
40	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	4	3	5	4	3	2	4	4	3	3	36	4	4	4	4	4	2	4	4	30

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



42	4	3	4	4	4	4	2	3	3	3	34	4	4	3	3	3	2	3	4	26
43	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	33	4	4	3	4	4	2	3	3	27
44	Hak Cipta	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	5	5	5	5	5	2	5	5	37
45	Dilindungi Undang-undang	3	4	3	4	4	4	3	3	3	35	4	4	4	4	4	2	4	4	30
46	4	3	4	2	4	3	2	2	2	4	30	4	4	3	3	3	4	3	4	28
47	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	41	4	4	4	5	4	2	4	4	31
49	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	46	5	5	5	5	5	4	5	5	39
50	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	33	3	3	3	3	3	3	4	3	25
51	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	40	4	4	4	4	3	2	4	4	29
52	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	40	4	4	5	4	5	2	3	4	31
53	3	3	4	5	4	3	2	4	3	4	35	4	4	4	4	3	2	4	4	29
54	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	45	4	4	5	4	5	4	4	4	34
55	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	32	4	3	3	4	4	3	3	4	28
56	3	4	5	4	4	4	2	3	4	3	36	4	4	4	4	4	3	4	4	31
57	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35	4	4	4	4	3	3	5	4	31
58	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45	5	4	5	5	5	3	3	3	33
59	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	41	4	5	4	4	4	2	4	4	31
60	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48	4	5	4	5	5	2	4	4	33
61	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	32	4	3	3	3	3	4	5	4	29
62	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	30	5	3	3	3	3	3	4	5	29
63	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44	5	4	4	5	5	2	4	5	34
64	4	4	5	4	4	4	3	3	3	3	37	5	4	4	4	4	2	3	3	29
65	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	35	4	4	4	4	4	2	3	3	28
66	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	4	5	4	4	4	2	4	4	31
67	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	32	4	4	3	4	3	3	4	4	29
68	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	4	5	4	4	4	2	3	4	30
69	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	40	4	5	5	5	4	2	4	4	33
70	4	4	5	5	4	3	3	4	3	3	38	5	4	4	3	4	2	3	4	29
71	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34	5	3	3	4	4	2	4	5	30
72	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	29	5	3	4	4	3	5	5	5	34
73	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	29	4	3	4	4	3	4	3	4	29
74	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	37	3	3	4	4	4	3	3	3	27
75	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	35	3	4	4	4	3	3	4	3	28
76	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	45	3	4	5	5	5	3	3	3	31
77	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	41	3	5	4	4	4	3	4	3	30
78	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	48	4	5	4	5	5	4	4	4	35
79	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	32	4	3	3	3	3	2	3	4	25
80	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	30	4	3	3	3	3	2	4	4	26
81	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	40	3	4	4	5	5	3	5	3	32
82	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	33	4	4	4	4	4	2	4	4	30
83	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	35	5	4	4	4	4	2	5	5	33
84	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	4	5	4	4	4	4	4	4	33
85	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	32	3	4	3	4	3	3	3	3	26
86	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	42	3	5	4	4	4	3	3	3	29
87	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	40	5	5	5	5	4	3	4	5	36
88	4	4	5	5	4	3	3	4	3	3	38	4	4	4	3	4	3	5	4	31
89	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	34	5	3	3	4	4	2	4	5	30

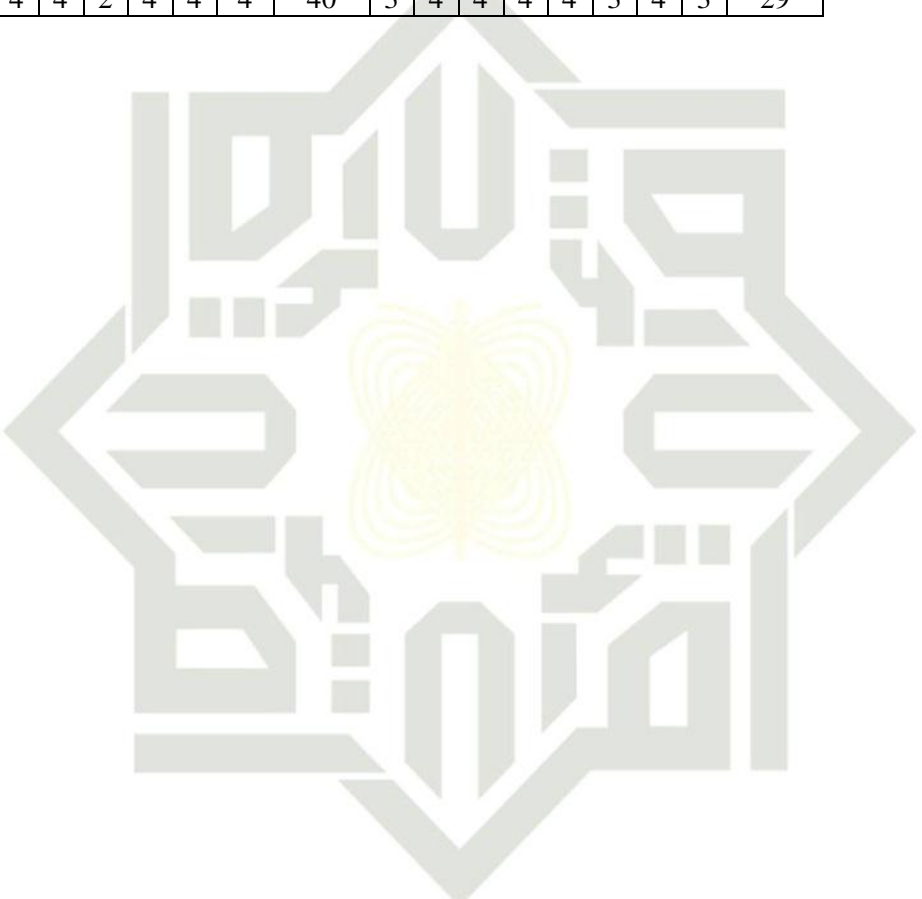
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

90	3	3	3	3	4	3	3	2	2	29	4	3	4	4	3	3	4	4	29
91	3	3	3	3	4	2	3	3	4	31	4	3	4	4	3	3	4	4	29
92	4	4	3	3	3	3	4	3	5	36	4	3	4	4	4	3	4	30	
93	4	5	5	5	4	4	5	4	5	46	4	5	5	5	5	2	3	3	32
94	4	4	5	4	4	4	4	3	5	41	5	4	4	4	4	2	5	5	33
95	4	3	4	3	3	4	3	4	3	35	4	3	3	3	3	4	4	4	28
96	4	3	3	3	3	2	3	3	3	31	4	3	3	3	3	2	3	4	25
97	4	5	5	5	5	4	3	3	3	40	4	5	4	4	5	2	4	4	32
98	4	5	5	4	4	4	2	4	4	40	4	4	5	4	5	2	4	4	32
99	4	5	5	4	5	4	4	4	3	42	5	5	4	4	5	3	5	5	36
100	4	5	5	4	4	2	4	4	4	40	3	4	4	4	4	3	4	3	29

Dilarang Diambil dan Ditiriskan

UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

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.



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.

## KUESIONER PENELITIAN

### Identitas Responden:

Nama :  
 Umur :  
 Jenis Kelamin :  
 Pekerjaan :

### Petunjuk Penelitian

1. Baca setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan.
3. Isilah kuesioner dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

### Keterangan :

SS : Sangat Setuju  
 S : Setuju  
 N : Netral  
 TS : Tidak Setuju  
 STS : Sangat Tidak Setuju

Disetujui oleh  
 Pembimbing Skripsi

(Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak.CA)



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.

**LEMBAR PENGESAHAN  
PERBAIKAN SKRIPSI**

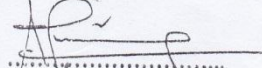
Skripsi dengan judul "PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ROTTE BAKERY CABANG DELIMA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH" yang ditulis oleh:

Nama : YUNI SAHPUTRI RITONGA  
 NIM : 1142500047  
 Program Studi : Ekonomi Syariah

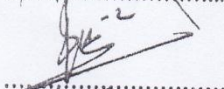
Telah di perbaiki sesuai dengan permintaan Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, Senin, 20 Mei 2019  
**TIM PENGUJI MUNAQASYAH**

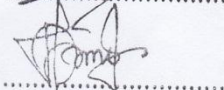
Ketua  
 H. Akmal Abdul Munir, Lc., MA



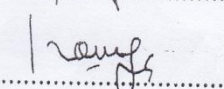
Sekretaris  
 Dra. Hj. Yusliati, MA



Penguji I  
 Darnilawati, SE., M.Si



Penguji II  
 Nur Hasanah, SE., MM

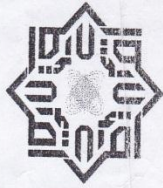


Kepala Bagian Tata Usaha  
 Fakultas Syariah dan Hukum



Erni, S.Sos., MM  
 NIP. 19680226 199103 2 002





UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box 1004 Telp. 0761-561645  
Fax. 0761-562052 Web.http://fasih.uin-suska.ac.id,E-mail : fsihuinriau@gmail.com

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/8732/2018 Pekanbaru,05 November 2018  
Sifat : Biasa  
Lamp. : 1 (Satu) Proposal  
Hal : Mohon Izin Riset

Kepada  
Yth.Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP  
Provinsi Riau

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum  
Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : YUNI SAHPUTRI RITONGA  
NIM : i1425200047  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Semester : IX (Sembilan)  
Lokasi : Rotte Bakery Jl.Delima Kec.Tampam Pekanbaru, Riau

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul  
:Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen di Rotte Bakery Pekanbaru  
Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Pelaksanaan kegiatan riset ini berlangsung selama 3 (tiga) bulan dihitung mulai  
tanggal surat ini dibuat. Untuk itu kami mohon kiranya kepada Saudara berkenan  
memberikan izin guna terlaksanya riset dimaksud.

Demikian disampaikan, terima kasih.



Tembusan :  
Rektor UIN Suska Riau

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



**PEMERINTAH PROVINSI RIAU**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau  
Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU  
Email : dpmpstp@riau.go.id

Kode Pos : 28126

**REKOMENDASI**

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/15256  
TENTANG



182010

**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET  
DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Tanggal** , dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

1. Nama : YUNI SAHPUTRI RITONGA
2. NIM / KTP : 11425200047
3. Program Studi : EKONOMI SYARIAH
4. Jenjang : S1
5. Alamat : PEKANBARU
6. Judul Penelitian : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI ROTTE BAKERY PEKANBARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM**
7. Lokasi Penelitian : ROTTE BAKERY JL. DELIMA, KEC. TAMPAN

Dengan Ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan yang tidak ada hubungan dengan kegiatan ini.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini dibuat.

Demikian Rekomendasi ini diberikan agar dapat digunakan sebagaimana mestinya dan kepada pihak yang terkait diharapkan untuk dapat memberikan kemudahan dan membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini dan terima kasih.

Dibuat di : Pekanbaru  
Pada Tanggal : 6 November 2018



Ditandatangani Secara Elektronik Melalui :  
Sistem Informasi Manajemen Pelayanan (SIMPEL)

DINAS PENANAMAN MODAL DAN  
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU  
PROVINSI RIAU

**Tembusan :**

**Disampaikan Kepada Yth :**

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Toko Rotte Bakery Jl. Delima di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
- ④ Yang Bersangkutan

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.

### BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

- |                                    |   |
|------------------------------------|---|
| 1. NAMA                            | : Yuni sahputri ritongga  |
| 2. NOMOR MAHASISWA                 | : 11425200047   |
| 3. JUDUL USUL PENELITIAN           | : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat beli konsumen rotte bakery pekanbaru ditinjau dari perspektif ekonomi islam (study kasus rotte bakery cabang jalan delima pekanbaru) |
| 4. Hari/Tgl. Diseminarkan          | : Selasa / 16 Oktober 2018  |
| 5. Hasil Seminar dirumuskan adalah | :   |
| a. Judul                           | : Disetujui / Ditolak / Disempurnakan   |
| b. Latar Belakang Masalah          | : Jelas/Masih Kabur/Perlu Perbaikan   |
| c. Permasalahan                    | : Jelas / MasihKabur / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas  |
| d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian  | : Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan  |
| e. Kerangka Teoritis (jika ada)    | : Jelas / KurangJelas / Perlu Disempurnakan   |
| f. Rumusan Hipotesis (jika ada)    | : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam  |
| g. Metode Penelitian               | : Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan   |
| h. Daftar Pustaka                  | : Cukup / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti   |

Demikianlah keputusan Tim Seminar disampaikan kepada yang bersangkutan, untuk selanjutnya disampaikan kepada Dekan / Wakil Dekan I

NARASUMBER

Syamsurizal, SE/M.Sc. AK

Catatan :  
Perubahan Judul dalam Seminar  
Dikonsultasikan dengan WD I

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.



## RIWAYAT HIDUP PENULIS

**YUNI SAHPUTRI RITONGA** , lahir pada tanggal 13 Juni 1996 di Pekanbaru, anak tunggal, dari pasangan Ayahanda Damsen Ritonga dan Ibunda Laumi Rambe. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SDN 018 Bukit Raya tamat 2008. Setelah itu, penulis melanjutkan sekolah di SMP Negeri 34 Pekanbaru selama 3 tahun dari 2008 sampai tahun 2011. Tamat , kemudian pada tahun 2011 melanjutkan ke SMA Negeri 14 Pekanbaru tamat tahun 2014 dan 2014 penulis melanjutkan studi ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah.

Penulis melaksanakan penelitian pada bulan Oktober 2018 hingga April 2019 dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI ROTTE BAKERY CABANG DELIMA PEKANBARU DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH** , di bawah bimbingan bapak Syamsurizal, S.E, M.Sc, Ak. CA Alhamdulillah pada tanggal 20 Mei 2019 telah dimunaqasahkan dan berdasarkan hasil Sidang Munaqasah penulis dinyatakan **“LULUS”** dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Hak Cipta

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