



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 KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA BENGKEL
SEPEDA MOTOR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI
KASUS : BENGKEL BUDI MOTOR DAN
KAMPAR MOTOR BANGKINANG**

SKRIPSI



OLEH:

SURYA AMER GUMELAR

11325102500

**JURUSAN EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
PEKANBARU
1438 H/2020 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta ini dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul, **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA BENGKEL SEPEDA MOTOR DI TINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI KASUS : BENGKEL BUDI MOTOR DAN KAMPAR MOTOR BANGKINANG**, yang ditulis oleh :

Nama : **SURYA AMER GUMELAR**
 NIM : 11325102500
 Program Studi : **Ekonomi Islam**

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : **Senin, 6 Januari 2020**
 Waktu : **08.00 WIB**
 Tempat : **Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum**

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

Pekanbaru, 5 April 2020 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. H. Maghfira, M.A.

Sekretaris
Syamsurizal, SE, MSc, AK, CA

Penguji I
Dr. Arisman, M.Sy

Penguji II
Sarnilawati, SE., M.Si

Mengetahui :
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

Dr. Drs. H. Hajar, M.Ag
 NIP. 19580712 198603 1 005

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.

ABSTRAK

Surya Amer Gumelar (2020): Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Bengkel Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus : Bengkel Budi Motor dan Kampar Motor Bangkinang

Latar belakang penulis melakukan penelitian ini karena banyaknya pelaku usaha jasa bengkel sepeda motor yang kurang memperhatikan hal-hal kecil namun akan berdampak besar terhadap kepuasan pelanggan yang melakukan perbaikan sepeda motor seperti estimasi pengerjaan, informasi yang kurang jelas tentang kerusakan sepeda motor yang di alami, dan lain sebagainya.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, kemudian mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Lokasi penelitian ini ialah di bengkel Budi Motor Jalan KH. Agussalim Bangkinang dan Kampar Motor Jalan. Datuk Tabano Bangkinang. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data pada penelitian ini adalah analisis instrumen angket (validitas dan reliabilitas), uji normalitas, uji multikolinearitas, analisis regresi berganda, uji hipotesis yang meliputi uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi.

Subjek dalam penelitian ini ialah konsumen yang menggunakan jasa Budi Motor dan Kampar Motor. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa Budi Motor dan Kampar Motor di tahun 2018 yang berjumlah 861 orang. Jadi populasi pada penelitian ini adalah 861, sedangkan yang menjadi sampel adalah 86 orang konsumen yang menggunakan jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor di tahun 2018.

Adapun hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Pertama, Setelah dianalisis dengan bantuan SPSS Versi 21.00 hasil uji parsial untuk variabel X_1 (kualitas produk) signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen usaha bengkel sepeda motor di Budi Motor dan Kampar Motor.

Kedua, Setelah dianalisis dengan bantuan SPSS Versi 21.00 hasil uji parsial untuk variabel X_2 (kualitas pelayanan) signifikansi 0,002. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). dengan demikian berarti dapat disimpulkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen usaha bengkel sepeda motor di Budi Motor dan Kampar Motor.

Kata Kunci : Pengaruh, Kualitas, Pelayanan, Ekonomi Islam



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

Puji Syukur Alhamdulillah, berkat rahmat dan hidayah dari Allah Swt. yang telah memberikan rahmat serta hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan Salam penulis kirimkan kepada Nabi Besar Muhammad Saw yang telah membawa umat manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang penuh dengan cahaya iman dan ilmu pengetahuan.

Skripsi ini sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA RIAU dengan Judul: **Pengaruh Kepuasan Konsumen Usaha Bengkel Sepeda Motor Perspektif Ekonomi Islam: Studi Pada Bengkel Budi Motor dan Kampar Motor Bangkinang).**

Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis menyadari tidak terlepas dari dukungan dan bantuan yang telah memberikan uluran tangan dan kemurahan hati kepada penulis. pada kesempatan ini penulis ingin menyatakan dengan penuh hormat ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibunda Ernedi, Ayahanda Amer Gumelar serta seluruh keluarga yang telah banyak membantu penulis dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag, selaku Rektor, Bapak Wakil Rektor 1 Dr. Drs. H. Suryan A. Jamrah, MA., Bapak Wakil Rektor 2 Dr. H, Kusnadi M.Pd., dan Bapak Wakil Rektor 3 Drs. H. Promadi MA., Ph.D., Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Dr. Hajar, MA selaku Dekan, beserta WD I: Dr. Heri Sunandar, M.CL, WD II: Dr. Wahidin, M.A, dan WD III: Dr. Maghfirah, M.A Fakultas Syariah dan Hukum.
4. Bapak Bambang Hermanto, M.Ag selaku Ketua Jurusan dan Bapak Syamsurizal, SE.,M.Sc selaku Sekertaris jurusan.
5. Bapak H. Syamsuddin Muir, Lc. MA selaku Dosen Pembimbing Penulis.
6. Bapak Pemilik usaha bengkel Budi Motor dan Kampar Motor.
7. Bapak Pimpinan Perpustakaan UIN SUSKA Pekanbaru serta seluruh karyawan dan karyawan yang telah memberikan fasilitas buku-buku untuk penyelesaian penulisan skripsi ini.

Selain itu semua saran dan kritikan yang membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini, sangat penulis harapkan dan akan penulis terima dengan tangan terbuka. Mudah-mudahan semua bantuan yang telah diberikan mendapat balasan dari Allah Swt, *Amin ya Rabbal' Alamin.*

Pekanbaru, Desember 2019
Penulis

UIN SUSKA RIAU

Surya Amer Gumelar
NIM: 11325102500

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
 BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan	19
 BAB II : SEJARAH SINGKAT LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Budi Motor	21
B. Sejarah Singkat Kampar Motor.....	24
 BAB III : TINJAUAN TEORITIS	
A. Produk	27
B. Pelayanan	31
C. Kepuasan Konsumen.....	41
D. Konsep Kerja Dalam Islam	46
E. Jasa Dalam Islam.....	50
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data.....	53
B. Analisis Data	55
C. Pengujian Hasil	59

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.

D. Pembahasan/Analisa	66
-----------------------------	----

BAB V :KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	71

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN



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 satu 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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas dari sebuah perusahaan tidak akan terlepas dari karyawannya. Karena kinerja karyawan inilah yang akan menggerakkan suatu organisasi, perusahaan, maupun suatu lembaga tertentu untuk mencapai sebuah tujuan. Sebagai seorang karyawan dituntut untuk memiliki daya pikir dan wawasan yang luas guna menunjang peningkatan kinerja sebuah perusahaan.

Kinerja berasal dari kata *job performance* atau *actual performance* yang berarti prestasi kerja yang dicapai oleh seseorang. Pengertian kinerja sendiri adalah hasil kerja yang dicapai secara kualitas dan kuantitas sesuai tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya.¹

Motivasi utama seorang muslim untuk melakukan bisnis adalah mencari ridho serta tambahan karunia dan mengharapkan rahmat serta pahala dari Allah Swt. Keuntungan materi atau ekonomi bukan satu-satunya tujuan.² Firman Allah Swt :

وَرِضْوَانٌ مِّنَ اللَّهِ أَكْبَرُ ذَلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ ﴿٧٦﴾

Artinya: “...dan keridhaan Allah adalah lebih besar, itu adalah keberuntungan yang besar”.³

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan jumlah penjualannya atau pelanggannya. Selain itu, tingkat

¹ Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002), hlm. 67.

² Muhandis Natadiwirya, *Etika Bisnis Islami*, (Jakarta : Granada Press, 2007), hlm. 57

³ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : PT. Sigma Arkanleema, 2009), hlm.



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 satu 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

persaingan dalam dunia usaha menuntut setiap perusahaan untuk dapat mengunggulkan segala kemampuannya dalam memasarkan produk atau jasa yang ditawarkan. Setiap kegiatan tersebut memerlukan sebuah konsep pemasaran yang mendasar agar efektif dan efisien sesuai dengan orientasi perusahaan terhadap pasar.

Jasa secara bahasa dapat diartikan sebagai perbuatan yang memberikan sesuatu kepada orang lain.⁴ Definisi lain dari jasa adalah tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerja pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas factor-faktor produksi.⁵

Sedangkan menurut William Stanton dan Jetzel J. Walker, jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan tidak dapat berwujud yang merupakan tujuan penting dari suatu transaksi guna memberikan kepuasan kepada pelanggan.⁶

Jasa pada dasarnya merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberi nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan pelanggan).⁷

Dari berbagai definisi di atas, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen (jasa), meskipun pihak yang

⁴Trisno Yuwono, Silvita, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*, (Surabaya: Arkola), hlm. 169.

⁵Cristhoper H. Lovelock, Lauren K. Wright, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2007), Cet. Ke-2, hlm. 5.

⁶H. Melayu. S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005) hlm. 161.

⁷Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005), Edisi Ke-5, hlm.129.

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.

terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktifitas yang tidak berwujud.⁸

Dalam hal ini penyedia jasa juga harus menyadari apa yang menjadi tugas utamanya, yaitu memenuhi kebutuhan pelanggan-pelanggannya dan berusaha memuaskan mereka. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan (konsumen), suatu organisasi jasa harus melakukan empat hal:

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya.
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas.
3. Memahami strategi dari kualitas layanan pelanggan.
4. Memahami siklus umpan pengukuran dan umpan balik dari kepuasan pelanggan.⁹

Pelayanan (*Costumer Service*) secara umum adalah setiap kegiatan yang diperuntukan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.¹⁰

Dalam memberikan pelayanan jasa perbaikan sepeda motor, setiap bengkel harus transparan dalam memberikan jasanya kepada konsumen. Seperti estimasi waktu perbaikan yang dibutuhkan seorang pekerja untuk memperbaiki sepeda motor, kerusakan apa saja yang terjadi pada motor, apa saja *spare part* yang harus diganti dan tidak memungkinkan untuk bisa digunakan lagi, produsen harus transparan dalam memberikan informasi tersebut kepada konsumen.

⁷ *Ibid.*

⁹ Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2005), Edisi Ke-5, hlm.129.

¹⁰ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), hlm.225.

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 pengamatan langsung penulis saat membutuhkan perbaikan sebuah sepeda motor, ada beberapa perusahaan jasa bengkel yang tidak transparan dalam memberikan informasi tentang estimasi waktu perbaikan yang dibutuhkan untuk memperbaiki sebuah sepeda motor, yang mengakibatkan keterlambatan dalam perbaikan sebuah sepeda motor. Hal ini sudah pasti sangat merugikan konsumen dari segi waktu yang terbuang, urusan yang tertunda, biaya yang dikeluarkan dan lain sebagainya.

Al-Qur'an sering membahas tentang masa/waktu dalam beberapa ayat, salah satunya.

وَالْعَصْرِ (١) إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ (٢) إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ (٣)

Artinya: “Demi masa, sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam keadaan merugi (celaka), kecuali orang-orang yang beriman, beramal shalih, saling menasehati dalam kebenaran, dan saling menasehati dalam kesabaran.” (Al ‘Ashr: 1-3)¹¹

Dalam kejadian tersebut tentu telah menghilangkan sifat amanah dan tolong-menolong dalam mengaplikasikan transaksi jasa dan jual beli di setiap bengkel yang melakukan hal tersebut, hal itu akan mengakibatkan turunnya kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap kinerja jasa bengkel. Tidak hanya itu, konsumen akan pindah ke jasa bengkel lain yang bisa lebih dipercaya dalam memperbaiki kendaraan mereka.

Kepuasan adalah suatu kondisi di mana keinginan, harapan dipenuhi. Setiap layanan yang diberikan dinilai memuaskan apabila layanan tersebut dapat

¹¹Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 210.

memenuhi keinginan seseorang. Pengukuran kepuasan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Ketika seseorang merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat disimpulkan sebagai tidak efektif dan tidak efisien. Meningkatkan kepuasan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem layanan-layanan yang disediakan.

Dalam pengamatan penulis setelah melakukan observasi ke bengkel Budi Motor dan Kampar Motor Jalan KH. Agussalim, penulis mendapatkan data penerimaan jasa dari konsumen yang akan disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

Tabel I.1
Perkembangan Penerimaan Konsumen Budi Motor Periode 2016-2018

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2016	411
2	2017	470
3	2018	466

Sumber: Data Bengkel Budi Motor, 2018.

Berdasarkan tabel I.1 di atas dapat dilihat bahwasanya perkembangan penerimaan jasa konsumen pada usaha jasa bengkel Budi Motor bersifat berfluktuasi. Hal ini menandakan kepuasan konsumen pada jasa bengkel Budi motor masih belum tampak secara maksimal.

Tabel I.2
Perkembangan Penerimaan Konsumen Kampar Motor Periode 2016-2018

No	Tahun	Jumlah Konsumen
1	2016	315
2	2017	417
3	2018	395

Sumber: Data Bengkel Kampar Motor, 2018.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan tabel I.2 di atas dapat dilihat bahwasanya perkembangan penerimaan jasa konsumen pada usaha jasa bengkel Kampar Motor bersifat berfluktuasi. Hal ini menandakan kepuasan konsumen pada jasa bengkel Kampar motor pun masih belum tampak secara maksimal.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka muncul ketertarikan peneliti untuk mengadakan penelitian lebih lanjut mengenai pelayanan dan keunggulan produk, dan peneliti beri judul: **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Bengkel Sepeda Motor Di Tinjau Menurut Perspektif Ekonomi Islam Studi Kasus : Bengkel Budi Motor dan Kampar Motor Bangkinang.”**.

B. Batasan Masalah

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga. Agar penelitian ini lebih terarah, maka penulis membatasi permasalahan ini lebih difokuskan kepada faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada aspek kualitas produk, dan kualitas pelayanan usaha bengkel sepeda motor di Bangkinang ditinjau menurut perspektif ekonomi Islam.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh 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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagaimanakah tinjauan ekonomi Islam pada usaha bengkel Budi Motor dan Kamar Motor terhadap kepuasan konsumen?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penulis pada penelitian berdasarkan Rumusan Masalah di atas adalah:

- a. Mengetahui pengaruh kualitas produk dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap pengaruh kepuasan konsumen.

2. Manfaat Penelitian

Kegunaan penelitian ini ialah:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi penulis di Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Sebagai bahan masukan pemikiran tentang faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha bengkel Budi motor.
- c. Sebagai bahan karya ilmiah yang diharapkan dapat menambah khasanah bagi mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Metode Penelitian**1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut Hikmat metode yang dapat menetapkan semua aturan pengumpulan dan

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.

analisis data sebelumnya. Mereka sudah mengetahui verifikasi hipotesis yang akan diuji.¹²

2. Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengambil lokasi penelitian di bengkel Budi Motor Jalan KH. Agussalim Bangkinang dan Kampar Motor Jalan. Datuk Tabano Bangkinang. Alasan penulis memilih bengkel Budi Motor Jalan KH. Agus salim Bangkinang dan Kampar Motor Jalan Datuk Tabano Bangkinang sebagai objek penelitian adalah ingin mengetahui lebih dalam penyebab naik turunnya perkembangan pengguna jasa bengkel pada Budi Motor dan Kampar Motor.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Budi Motor dan Kampar Motor. Sedangkan yang menjadi objek penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

4. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹³

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa Budi Motor dan Kampar Motor di tahun 2018 yang berjumlah 861 orang. Jadi populasi pada penelitian ini adalah 861. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan dana, maka besarnya sampel penulis tetapkan dengan

¹²Hikmat, *Manajemen Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2012), hlm. 45.

¹³ Erwan Agus Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 57.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menggunakan rumus *Slovin*. Besarnya sampel ditetapkan berdasarkan kecukupan data untuk mewakili karakteristik populasi.

Adapun perhitungan rumus *Slovin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi error¹⁴

Dalam penelitian ini diketahui N sebesar 861 konsumen yang menggunakan jasa Budi Motor dan Kampar Motor di tahun 2018. Jadi jumlah minimal sampel yang diambil oleh penulis adalah sebesar:

$$\begin{aligned}
 n &= 861 / (1 + 861 \cdot (10\%)^2) \\
 &= 861 / (1 + 861 \cdot (0.1)^2) \\
 &= 861 / (1 + 861 \cdot (0.01)) \\
 &= 861 / (1 + 9) \\
 &= 861 / 10 \\
 &= 86 \text{ responden}
 \end{aligned}$$

Berdasarkan data di atas maka dapat disimpulkan bahwa sampel dalam penelitian ini sebanyak 86 orang konsumen yang menggunakan jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor di tahun 2018.

5. Sumber Data

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.

Sumber data dalam penelitian ini meliputi dua kategori yaitu:

- a. Sumber data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan. Data primer di sini penulis peroleh secara langsung dari responden yaitu konsumen yang menggunakan jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor.
- b. Data Sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer maupun pihak lain.¹⁵ Data sekunder disini merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain) yaitu data yang diambil dari majalah, internet, buku dan lain sebagainya.

6. Konsep Operasional Variabel

Sesuai dengan judul proposal skripsi yang dipilih yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen usaha bengkel sepeda motor ditinjau menurut ekonomi Islam, maka penulis mencoba mencari pengaruh antara suatu variabel dengan variabel lainnya dalam hubungan sebab akibat. Variabel yang mempengaruhi variabel lainnya disebut variabel bebas (*Independent*), sedangkan variabel yang dipengaruhi variabel bebas disebut variabel tidak bebas (*Dependent*), maka penulis membatasi penelitian memiliki dua variabel:

- a. *Variabel independent* / variabel X:

Menurut Erwan Agus Purwanto Variabel bebas (*independent variable*) adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya.

¹⁵Husen Umar, *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PT Raja Grafindo persada 2005), hlm. 42

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.

Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel *independen* dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan kualitas pelayanan.¹⁶

b. *Variabel dependent* / variabel Y:

Menurut Erwan Agus Purwanto variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang diakibatkan atau yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen.¹⁷

Tabel I.2
Konsep Operasional

Variabel	Pengertian	Indikator
X1 (kualitas Produk)	Menurut Henard dan Szimanski kualitas produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran <i>competitor</i> .	a) Kinerja b) Keistimewaan tambahan c) Keandalan d) Kesesuaian dengan spesifikasi e) Daya tahan f) Estetika
X2 (kualitas Pelayanan)	Kasmir mengemukakan bahwa pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.	a) Sarana fisik b) Tanggung jawab c) Responsif d) Komunikatif e) Keamanan f) Kecakapan g) Pemahaman h) Kredibilitas i) Keramahan
Y (kepuasan konsumen)	Slameto mengemukakan bahwa kepuasan	a) Kualitas prodk b) Kualitas pelayanan

¹⁶Agus Purwanto, Erwan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 115.

¹⁷*Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

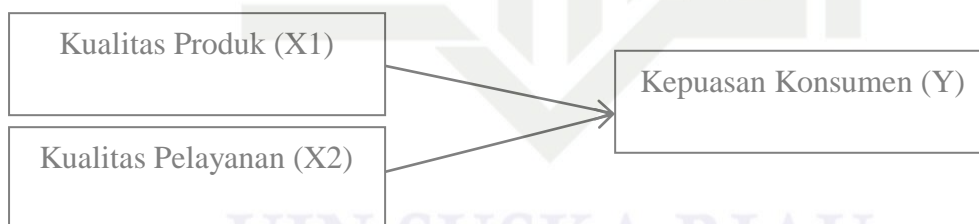
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapannya.	c) Emosional d) Harga e) Biaya
--	---	--------------------------------------

6. Kerangka Berfikir

Berdasarkan uraian di atas, dapat dibuat suatu kerangka pemikiran teoritis yang menggambarkan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah: kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Model dalam penelitian ini dapat digambarkan dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar I.1
Kerangka Berfikir



Sumber: Olahan penulis 2019.

7. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Penelitian ini bermaksud memperoleh gambaran objektif tentang pengaruh kepuasan konsumen pada usaha jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor. Berdasarkan model pemikiran teoritis di atas, maka

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 satu 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.

dirumuskan hipotesis sebagai berikut : Ha: Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor. Ho: Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor.

8. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik dalam pengumpulan data yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

- a. Observasi yaitu penulis mengadakan pengamatan secara langsung guna mendapatkan data tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan usaha bengkel sepeda motor Budi Motor dan Kampar Motor.¹⁸
- b. Wawancara yaitu penulis melakukan pengumpulan data dengan mewawancarai para pihak terkait yaitu pemilik bengkel sepeda motor Budi Motor dan Kampar Motor.
- c. Angket, merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden yaitu konsumen yang menggunakan jasa bengkel Budi Motor dan Kampar Motor. Jawaban yang dipergunakan di dalam skala likert ini, mulai dari jawaban yang tinggi hingga jawaban yang terendah¹⁹. Skala ini disusun dengan alternatif jawaban sebagai berikut:
- d.

¹⁸ Lexy j. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 1996), cet ke 7, hlm. 125

¹⁹ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. (Bandung: aflabeta, 2013), hlm. 149.

Tabel I.3
Skala Likert

Alternatif jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Buku Riduwan.

- e. Dokumentasi. Dokumen yang dimaksud adalah dokumen pribadi, dokumen resmi, referensi-referensi, foto-foto.²⁰

9. Teknik Analisis Data

a. Analisis Instrumen Angket Penelitian

Angket yang baik digunakan untuk pengumpulan data penelitian, haruslah terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk pegujian validitas dan realibilitas angket.

Penulis menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari pearson dengan bantuan progam *SPSS 21.0*.

1. Validitas

Menurut Sugiono instrumen yang valid adalah alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Berarti instrumen tersebut dapat dilakukan untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur.²¹ Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa valid itu mengukur apa yang hendak diukur. Pelaksanaan pengujian dilakukan secara statistik dengan bantuan program *SPSS 21.0*. criteria pengujian adalah

²⁰Iskandar, 2009, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: GP. Press). hlm. 219.

²¹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hlm. 173.

apabila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka item dinyatakan valid dan sebaliknya apabila $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka item dikatakan drop atau tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah kemampuan alat ukur untuk melakukan pengukuran secara cermat. Alat ukur yang reliabel akan memberikan hasil pengukuran yang relatif stabil dan konsisten karena pengukurannya menghasilkan alat yang minimal.²² Reliabilitas setiap butir item dalam penelitian ini, akan diukur dengan menggunakan bantuan program *SPSS 21.0*.

b. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono,²³ Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal jika nilai residual terstandarisasi tersebut sebagian besar mendekati nilai rata-ratanya. Tidak terpenuhinya normalitas pada umumnya disebabkan karena distribusi data yang dianalisis tidak normal, karena terdapat nilai ekstrem pada data yang diambil. Nilai ekstrem ini dapat terjadi karena adanya kesalahan dalam pengambilan sampel, bahkan karena kesalahan dalam melakukan input data atau memang karena karakteristik data tersebut sangat jauh dari rata-rata. Dengan kata lain, data tersebut memang benar-benar berbeda dibanding yang lain. Untuk mendeteksi apakah nilai residual

²²Purwanto, *Evaluasi Hasil Belajar*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 154.

²³Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabet, 2012), hlm. 178

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 satu 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.

terstandarisasi berdistribusi normal atau tidak, maka dapat digunakan metode analisis grafik dan metode statistik.

c. Uji Multikolinearitas

Menurut Sugiyono, Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas atau tidak. Jika dalam model regresi yang terbentuk terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna di antara variabel bebas maka model regresi tersebut dinyatakan mengandung gejala multikolinier.²⁴

d. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk mengetahui sebesar apakah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Menurut Riduwan, regresi berganda dilakukan untuk mencari persamaan regresi Y atas X yang dapat dinyatakan dalam bentuk persamaan dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bx_1 + bx_2 + e^{25}$$

Dimana:

- Y = Kepuasan Konsumen
- a = konstanta
- x₁ = Kualitas produk
- x₂ = Kualitas pelayanan
- b = koefisien regresi
- e = standar error

²⁴*Ibid.*, hlm. 180

²⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, (Bandung:Alfabeta, 2012), hlm.

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.

e. Pengujian Hipotesis

Menurut Erwan Agus Purwanto, Untuk memperoleh kesimpulan dari analisis regresi linear berganda, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian hipotesis.²⁶ Dalam analisis regresi penulis menggunakan tiga pengujian yaitu secara parsial (Uji t), secara menyeluruh atau simultan (Uji F) dan koefisien determinasi (R^2).

1. Uji t, Menurut Erwan Agus Purwanto, Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent.²⁷ Pengambilan keputusan uji t juga didasarkan pada nilai probabilitas yang diperoleh dari hasil pengolahan data melalui program *SPSS statistic parametric*.

Ketentuan dalam dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

- Jika probabilitas $< 5\%$ H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika probabilitas $> 5\%$ H_0 diterima dan H_a ditolak

2. Uji F, Menurut Erwan Agus Purwanto, Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dari suatu persamaan regresi.²⁸ Pengambilan keputusan berdasarkan pada nilai probabilitas yang didapatkan dari hasil pengolahan data melalui program *SPSS statistik parametrik* sebagai berikut:

- Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 diterima

²⁶Agus Erwan Purwanto, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), hlm. 137.

²⁷*Ibid.*, hlm. 193

²⁸*Ibid.*, hlm. 194

- Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak

3. Koefisien Determinasi, Menurut Erwan Agus Purwanto, Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa besar variasi dalam variabel bebas mampu menjelaskan bersama-sama variabel terikat atau seberapa baik model regresi yang telah dibuat tersebut cocok dengan data yang ada.²⁹ Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin baik variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang paling berpengaruh terhadap variabel terikatnya dapat dilihat dari koefisien korelasi parsialnya. Variabel bebas yang saling berpengaruh terhadap variabel terikat dilihat dari koefisien korelasi parsial yang paling besar. Nilai koefisien determinasi akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai koefisien determinasi = 1 menunjukkan 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi, atau variabel bebas mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi = 0 menunjukkan bahwa tidak ada total varian yang diterangkan oleh varian bebas.

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.

²⁹*Ibid.*

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 satu 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.

F. Sistematika Penulisan

Untuk lebih jelas dan mudah serta dapat difahami pembahasan dalam penelitian, maka penulis merancang dan memaparkan sistematika penulisannya sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini merupakan bab pendahuluan yang berisi latar belakang penelitian, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Bab ini merupakan bab gambaran umum lokasi penelitian yang berisi sejarah Budi Motod dan Kampar Motor, visi misi, dan struktur organisasi.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Bab ini merupakan bab tinjauan teoritis yang berisi tinjauan pustaka, dan landasan teori.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan yang berisi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan tinjauan ekonomi Islam terhadap faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada usaha bengkel sepeda motor Budi Motor dan Kampar Motor di Bangkinang.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab yang membahas kesimpulan dari hasil penelitian serta saran-saran yang ditujukan kepada masyarakat setempat.

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 LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Budi Motor

Bengkel Budi Motor merupakan bengkel sepeda motor yang telah berdiri sejak tanggal 01 Januari 1996. Awalnya, Bengkel Budi Motor adalah bengkel umum yang melayani jasa servis seluruh tipe dan merek kendaraan bermotor. Seiring berjalannya waktu, Bengkel Budi Motor sedikit demi sedikit mulai melakukan penjualan sepeda motor baru dari berbagai macam merek sesuai dengan permintaan konsumen. Dari hasil penjualan ini, Bengkel Budi Motor mulai mengalami perkembangan bahkan kemajuan yang pesat mengingat besarnya permintaan konsumen terhadap sepeda motor dari berbagai merek pada waktu itu. Bengkel Budi Motor ini ditujukan untuk memenuhi dan melayani para pengguna sepeda motor Yamaha yang berada di daerah tersebut, berupa pelayanan service.

B. Struktur Organisasi Budi Motor

Struktur adalah suatu bentuk atau bagan yang menunjukkan hubungan dan kerja sama antara unit satu dengan lainnya. Organisasi adalah pembinaan hubungan wewenang dan dimaksudkan untuk mencapai koordinasi yang struktural, baik secara vertikal, maupun secara horizontal di antara posisi-posisi yang telah disertai tugas-tugas khusus yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan perusahaan. Jadi organisasi adalah hubungan struktural yang mengikat dan menyatukan perusahaan dan kerangka dasar tempat individu-individu berusaha

dan dikoordinasi. Sedangkan arti struktur organisasi adalah suatu gambar yang menggambarkan tipe organisasi, pendepartemenan organisasi kedudukan dan jenis wewenang pejabat, bidang dan hubungan pekerjaan, garis perintah dan tanggung jawab, rentang kendali dan system pimpinan organisasi. Unsur-unsur organisasi terdiri dari manusia, tempat kedudukan, tujuan, pekerjaan, struktur, teknologi, dan lingkungan. Organisasi sangat penting bagi perusahaan karena merupakan wadah dan alat pelaksanaan proses manajemen dalam mencapai tujuan.

Organisasi juga merupakan proses di mana struktur organisasi dibuat dan ditegakan. Proses ini meliputi ketentuan dan kegiatan-kegiatan yang spesifik yang perlu untuk menyelesaikan semua tujuan organisasi, pengelompokan kegiatan tersebut berkaitan dengan susunan yang logis dan tugas dari kelompok kegiatan ini bagi suatu jabatan atau orang yang bertanggung jawab. Pihak-pihak yang mengelola perusahaan diatur sedemikian rupa dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar tertentu yang menunjukkan hubungan satuan organisasi dan individu-individu yang berada di dalam organisasi tersebut.

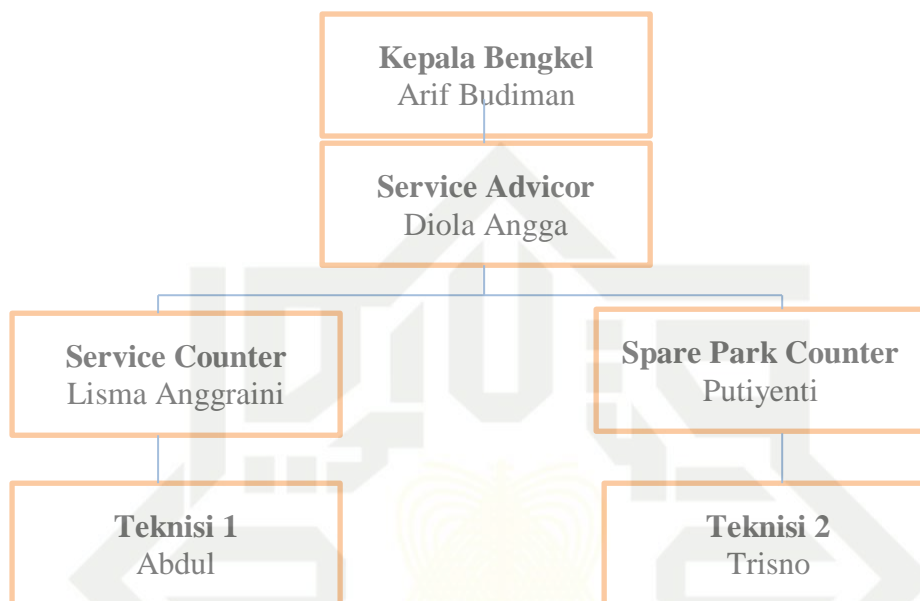
Melalui struktur organisasi maka tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap pejabat dapat diketahui dengan jelas dan tegas, sehingga diharapkan setiap satuan organisasi dapat bekerja sama secara harmonis. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, akan menentukan sukses tidaknya perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan, sehingga usaha-usaha yang dilakukan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Bengkel Budi Motor ini dipimpin oleh seorang Kepala Bengkel. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Gambar 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.

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.

Gambar II.1
Struktur Organisasi Budi Motor



Sumber: Bengkel Budi Motor, 2019.

Organisasi yang baik adalah organisasi yang jelas dan teratur sehingga dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya setiap pemangku jabatan memiliki gambaran serta batasan tugas dan tanggung jawab. Berikut ini merupakan pembagian tugas dan tanggung jawab beberapa bagian yang diuraikan sebagai berikut :

1. Kepala Bengkel, yaitu pemilik sekaligus pengurus dan pengawas segala yang terjadi di Bengkel Budi Motor.
2. *Service Advisor*, bertugas melayani konsumen yang datang menanggapi dan mencatat keinginan konsumen terhadap sepeda motornya yang mengalami masalah mekanis, yang kemudian dilaporkan kepada mekanik untuk diperbaiki.

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. *Service Counter*, bertugas mengurus administrasi para pelanggan yang melakukan servis di Bengkel Ridho Servis.
4. *Spare Part Counter*, bertugas menjual dan melayani pemesanan onderdil oleh pelanggan.
5. Teknisi, Bertugas memperbaiki sepeda motor Honda yang dimiliki konsumen.

B. Sejarah Singkat Kampar Motor

Pada tahun 2001 H. Anwar mulai merintis usahanya, yaitu usaha bengkel yang menerima segala kerusakan sepeda bermotor. Asal usul berdirinya bengkel itu H. Anwar itu sering menerima servis sepeda motor dari tetangga-tetangganya. H. Anwar ketika dirasa melihat peluang bisnis dan juga ditambah lagi di daerah Kampar pada tahun tersebut masih sangat jarang di temukan tempat servis dealer sepeda motor, H. Anwar mendirikan usaha bengkel yang diberi nama Bengkel Kampar Motor yang berlokasi di daerah Kabupaten Kampar. H. Anwar memiliki 2 orang anak yang bernama Aisyah dan H. Fitrul Jauhari. Pada tahun 2002 H. Anwar mulai mengembangkan bisnis usahanya dengan membuka cabang baru yang dikelola oleh anaknya yang bernama Aisyah, dan bengkel tersebut bernama bengkel Kampar yang berlokasi di Jalan Datuk Tabano Kota Bangkinang. Di bengkel Kampar Motor ini memiliki 9 karyawan, yaitu meliputi 2 karyawan sebagai *customer*, 7 karyawan sebagai mekanik servis motor.

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.

Visi dan Misi Kampar Motor

Visi

Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan kejujuran dan didukung oleh tenaga ahli yang berkompeten dalam memberikan pelayanan servis kepada konsumen.

Misi

- a) Memberikan pelayanan servis yang unggul berdasarkan nilai kejujuran.
- b) Memberikan pelayanan servis yang cepat dan berkualitas.
- c) Memberikan solusi tepat dan cepat mulai dari memperbaiki motor, proses menunggu sampai dengan motor selesai diperbaiki.

Dalam menjalankan operasionalnya Kampar Motor memiliki organisasi.

Organisasi merupakan proses di mana struktur organisasi dibuat dan ditegakan. Proses ini meliputi ketentuan dan kegiatan-kegiatan yang spesifik yang perlu untuk menyelesaikan semua tujuan organisasi, pengelompokan kegiatan tersebut berkaitan dengan susunan yang logis dan tugas dari kelompok kegiatan ini bagi suatu jabatan atau orang yang bertanggung jawab. Pihak-pihak yang mengelola perusahaan diatur sedemikian rupa dalam suatu struktur organisasi. Struktur organisasi merupakan suatu kerangka dasar tertentu yang menunjukkan hubungan satuan organisasi dan individu-individu yang berada di dalam organisasi tersebut.

Melalui struktur organisasi maka tugas, wewenang dan tanggung jawab setiap pejabat dapat diketahui dengan jelas dan tegas, sehingga diharapkan setiap satuan organisasi dapat bekerja sama secara harmonis. Dengan adanya struktur organisasi yang baik, akan menentukan sukses tidaknya perusahaan dalam

pencapaian tujuan perusahaan, sehingga usaha-usaha yang dilakukan dapat berjalan secara efisien dan efektif. Bengkel Kampar Motor ini dipimpin oleh seorang Kepala Bengkel.

Berikut data jumlah karyawan di Bengkel Kampar Motor:

Tabel II.1
Data Karyawan Bengkel Kampar Motor

No	Nama Karyawan	Jabatan
1	H. Anwar	Kepala Bengkel
2	Pretty Adelya	Customer Service
3	Bambang	Mekanik
4	Sucipto	Mekanik
5	Ilham	Mekanik
6	Andre	Mekanik
7	Rohman	Mekanik
8	Faisal	Mekanik
9	Saifullah	Mekanik
10	Eka Putra	Mekanik

Sumber: Bengkel Kampar Motor, 2019.

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 satu 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

TINJAUAN TEORITIS

A. Produk

1. Defenisi Kualitas Produk

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah setiap tawaran yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan.³⁰

Menurut Henard dan Szimanski keunggulan produk adalah superioritas atau perbedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran Kompetitor.³¹ Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka (suka dan tidak suka).

2. Langkah-Langkah Dalam Meunggulkan Produk

Produk yang ditawarkan ke pasar haruslah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Jadi, setiap produk selalu diarahkan guna memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut. Cara yang dilakukan itu memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut melalui pengembangan produk baru. Dalam rangka mengembangkan produk baru diperlukan langkah-langkah tertentu, sehingga hasil

³⁰Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran I*, Milenium ed, (Jakarta: PT. Prenhallindo, 2002), hlm.13

³¹Henard, D.H. dan Szymanski, "Journal of Marketing Research" dalam D.M., 2001, "Why some new products are more successful than others", Journal of Marketing Research, Vol.XXXVIII August. (diakses tanggal 1 Agustus 2018 pukul 15.34)

pengembangan tersebut benar-benar tepat sasaran. Adapun langkah-langkah atau proses pengembangan produk baru adalah sebagai berikut.³²

1. Pembangkit gagasan. Pembangkit gagasan yaitu pencarian gagasan produk baru secara sistematis melalui berbagai sumber seperti sumber dari intern, pelanggan, pesaing, penyalur, pemerintah. Dalam konteks perbankan syariah misalnya survey pelanggan, survey pesaing, biasanya dilakukan oleh marketing.
2. Penyaringan gagasan. Penyaringan gagasan bertujuan untuk memilih yang terbaik dari sejumlah gagasan yang terbaik dari sejumlah gagasan yang ada sehingga menghasilkan gagasan yang menguntungkan. Dalam konteks perbankan syariah penyaring gagasan misalnya menganalisa produk yang lama masih layak atau tidaknya setelah diadakan survey, seandainya tidak layak maka diganti produk yang baru.
3. Pengembangan dan pengujian konsep. Hal ini penting dilakukan terhadap hasil penyaringan gagasan. Pengujian konsep perlu dilakukan kepada sekelompok konsumen melalui beberapa pertanyaan menyangkut konsep yang ditawarkan. Dalam konteks perbankan syariah produk yang dikeluarkan tersebut dieksperimenkan melalui pertanyaan biasanya melalui angket, dari pertanyaan tersebut dapat dilihat bagaimana respon nasabah terhadap produk yang akan dikeluarkan tersebut.
4. Strategi pemasaran. Strategi pemasaran meliputi pengembangan mutu ukuran, model, penjual, market share dan laba yang diinginkan, kemudian

³²Adiwarman A Karim, *Bank Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 233

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.

strategi pemasaran menyangkut pula tentang harga yang layak di masyarakat. Dari uraian tersebut strategi pemasaran perbankan dapat diketahui apabila produk yang dikeluarkan itu layak, maka langkah selanjutnya adalah membuat strategi pemasaran.

5. Pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan kelanjutan dari proses yang sudah dilalui. Pengembangan produk dapat berupa gambar. Dalam dunia perbankan hal ini biasanya dilakukan dengan cara penyebaran brosur atau melalui berbagai macam media.³³

3. Kualitas Produk Dalam Islam

Kualitas pada Al-Qur'an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi Tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.³⁴

Firman Allah swt dalam Al-Quran Surat Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut :

³³*Ibid.*, hlm. 233.

³⁴Veithzal Rivai Zainal, Muhammad Syaifei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad, *Op Cit*, hlm. 380

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 satu 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.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوًا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.*³⁵

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terhadap kualitas produk yang diberikan oleh Budi Motor dan Kampar Motor sudah sesuai dengan nilai-nilai keIslaman pada teori Jaribah bin Amad Al-Haritsi bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin. Motivasi kualitas produk mendapat perhatian besar dalam ilmu fiqih Umar Radhiyallahu Anhu, yang dapat ditunjukkan dari beberapa bukti sebagai berikut diantaranya:

- a. Umar menyerukan untuk memperbagus pembuatan makanan, seraya mengatakan, Perbaguslah adonan roti: karena dia salah satu cara mengembangkannya, Artinya, perbaguslah adonan roti dan perhaluslah ; karena demikian itu menambah berkembangnya roti dengan air yang dikandungnya.
- b. Umar Rhadiyallahu Anhu memberikan pengajaran secara rinci kepada kaum perempuan tentang pembuatan makanan yang berkualitas, seraya mengatakan, janganlah seseorang diantara kamu membiarkan tepung hingga airnya panas, kemudian meninggalkannya sedikit demi sedikit, dan

³⁵Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung : PT. Sigma Arkanleema, 2009), hlm. 110.

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 satu 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.

mengaduknya dengan centongnya: sebab demikian itu akan lebih bagus baginya dan lebih membantunya untuk tidak mengeriting.³⁶

B. Pelayanan

1. Defenisi Pelayanan

Pemahaman kita mengenai layanan (*service*) adalah bahwa layanan berasal dari orang-orang, bukan dari organisasi atau perusahaan. Dengan demikian, layanan itu mungkin diberikan karena satu pihak berkehendak membantu pihak lain secara sukarela, atau adanya permintaan dari pihak lain kepada satu pihak untuk membantunya secara sukarela. Pelayanan adalah merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan.³⁷

Pengertian layanan atau pelayanan secara umum, menurut Puwardarminta adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain.³⁸ Sedangkan menurut Tjiptono definisi layanan adalah kegiatan yang dilakukan perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.³⁹ Pada saat ini, layanan tidak terbatas pada distribusi fisik saja, bahkan sudah menjadi bentuk usaha yang sangat ragamnya serta sangat dibutuhkan pada masyarakat modern ini.⁴⁰

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler bahwa pengertian layanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan

³⁶Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fiqih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, (Jakarta : Khalifa, 2006), Cet 1, hlm. 78

³⁷Lupiyoadi, Rambat, *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek*, Edisi Pertama, (Jakarta: PT. Salemba Empat, 2001), hlm. 22.

³⁸Puwardarminto, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1996), hlm. 245.

³⁹Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, edisi Kedua cet.3, (Yogyakarta: Andi, 2004), hlm. 94.

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 95

sesuatu.⁴¹ Menurut pendapat Kotler di atas, bentuk pelayanan dapat berbentuk apa saja, yaitu setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak lain yang mungkin tidak berkaitan dengan produk fisik. Pelayanan yang diberikan dengan sebaik-baiknya diharapkan dapat memuaskan pelanggan dalam menggunakan layanan yang ditawarkan, pada tahap selanjutnya diharapkan dapat meningkatkan pelanggan pengguna layanan tersebut sebanyak mungkin serta mampu mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Kasmir mengemukakan bahwa pelayanan adalah sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.⁴² Sedangkan menurut Barata bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.⁴³ Pelayanan dapat terjadi antara:

1. Seorang dengan seorang.
2. Seorang dengan kelompok.
3. Kelompok dengan seorang.
4. Orang-orang dalam organisasi

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya adalah dengan memberikan layanan yang berkualitas dan bermutu yang memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Tingkat kepentingan konsumen terhadap jasa berdasarkan peringkat kepentingan dan

⁴¹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* edisi Bahasa Indonesia jilid 2, (Jakarta: Prenhallindo,1999), hlm. 179.

⁴²Kasmir, *Etika Costumer Service* edisi Pertama cet.1, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm.15.

⁴³Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, cet.2,(Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), hlm.10.

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

setelah menikmati jasa tersebut mereka cenderung akan membandingkannya dengan yang mereka harapkan.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan, tetapi harus dipandang dari sudut pandang penilaian nasabah. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan nasabah dengan memperhatikan komponen kualitas konsumen.⁴⁴

Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan *diferensiasi*, *positioning*, dan *strategi* bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Sayangnya, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa dapat dikatakan baru berkembang sejak beberapa perusahaan-perusahaan menyediakan jasa layanan antar jemput bola pada konsumen.

Yulian Zamit mengemukakan bahwa pelayanan bukanlah sesuatu yang dapat diraba, selain itu pelayanan tidak dapat disimpan dan ditambahkan untuk memberikan pelayanan di masa yang akan datang.⁴⁵ Meskipun demikian, perusahaan jasa biasanya lebih fleksibel dan dapat lebih mudah mengubah kegiatan. Jika perusahaan jasa mengubah kegiatan, maka ruang kantornya lebih mudah untuk disesuaikan dengan kegiatan baru tersebut. Dengan kata lain, mengubah pelayanan lebih mudah bagi perusahaan jasa dibandingkan pabrik dalam mengubah produk.⁴⁶

⁴⁴*Ibid.*

⁴⁵Yulian Zamit, *Manajemen Kualitas Jasa edisi Pertama* cet. 1, (Jakarta: Ekonisia, 2002), hlm. 95.

⁴⁶*Ibid.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwasanya, pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat usaha atau kegiatan yang bersifat jasa, perannya akan lebih besar dan bersifat menentukan manakala dalam kegiatan-kegiatan itu terdapat kompetensi (persaingan) dalam usaha merebut pasaran atau langganan.

Dalam perspektif TQM (*Total Quality Manajemen*) kualitas dipandang secara lebih luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditetapkan, tetapi juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Oleh karena itu, kualitas pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas.⁴⁷

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan. Seperti kesesuaian dengan persyaratan, kecocokan untuk pemakaian, penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, serta melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.⁴⁸

Dalam hal ini, kualitas jasa jauh lebih sukar didefinisikan, dijabarkan dan diukur bila dibandingkan dengan kualitas barang. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe.

Pertama, will expectation, yaitu tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimannya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinny.

⁴⁷*Ibid.*, hlm. 3.

⁴⁸*Ibid.*, hlm. 2.

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.

Kedua, should expectation, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima.

Ketiga, ideal expectation, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.⁴⁹

Berdasarkan definisi di atas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan mengandalkan kualitas layanan yang diberikan suatu perusahaan dengan baik, maka pelanggan atau pengguna jasa pelayanan tersebut sedikit demi sedikit akan dapat menimbulkan peningkatan atas memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan. Lebih lanjut, menurut Wyckof dalam buku Fandy Tjiptono mendefinisikan kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan.⁵⁰

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan peningkatan nasabah, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalani hubungan kerja atau partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan bank. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, bank dapat meningkatkan jumlah nasabah, yang ada gilirannya peningkatan konsumen dapat mencipta kerja sama yang baik antara nasabah dengan bank yang memberikan kualitas memuaskan.

⁴⁹Fandy Tjiptono, *Op, Cit*, hlm. 258-260.

⁵⁰*Ibid*, hlm. 260.

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. Karakteristik Pelayanan Yang Baik

Pelayanan memiliki empat karakteristik utama, yaitu:⁵¹

- a. Tidak dapat berwujud (*Intangibility*). Pelayanan tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Contoh riil pelayanan yang tidak berwujud dalam Perbankan Syariah itu berupa Jasa.
- b. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*). Pelayanan biasanya diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan, sehingga hubungan antara pemberi dan penerima pelayanan menjadi penting dalam pemasarannya. Contoh riil pelayanan yang tidak dapat dipisahkan dalam Perbankan Syariah itu berupa Produk.
- c. Berubah-ubah (*Variability*). Pelayanan mudah sekali berubah-ubah atau tidak konsisten tergantung siapa pemberi jasa, kapan dan dimana diberikan. Contoh riil pelayanan yang berubah-ubah dalam Perbankan Syariah itu berupa Varian Produk.
- d. Daya tahan (*Pherishability*). Pelayanan tidak dapat disimpan sebagai persediaan yang siap dijual atau dikonsumsi pada saat diperlukan, karena hal tersebut maka pelayanan tidak tahan lama.

3. Pelayanan Dalam Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

⁵¹Catur Rismiati dan Bondan Suratno, *Pemasaran Barang dan Jasa*, (Yogyakarta: Kanisius, 2001), hlm. 27

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 satu 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.

Seperti dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِءَاخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.”⁵²

Ayat lain dalam QS: Adz dzariyyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “ Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”⁵³

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT menciptakan manusia, tidak lain agar kita beribadah kepadaNya dan tidak menyekutukanNya dengan sesuatu pun. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semua aktivitas hidup manusia merupakan aktivitas penghambaan kepada Allah SWT. Begitu juga dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan harus dalam rangka kepatuhan terhadap segala ketentuan Allah SWT, dan dalam Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

⁵²Depag RI, *Op. Cit*, hlm.35

⁵³*Ibid.*, hlm. 67

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.

Diantara adab dan etika dalam bekerja dalam Islam adalah :⁵⁴

- a. Ihsan, yakni perbuatan seseorang untuk melakukan perbuatan yang ma'ruf dan menahan diri dari dosa. Dia mendermakan kebaikan kepada hamba Allah yang lainnya baik melalui hartanya, kehormatannya, ilmunya maupun raganya. Salah satu bentuk ihsan yang paling utama adalah berbuat baik kepada orang yang berbuat jelek kepada kita, baik dengan ucapan atau perbuatannya.
- b. Itqan, secara bahasa berarti mengerjakan sesuatu dengan sempurna. Namun dalam beberapa hal, itqan juga sering diartikan melampaui target. Dalam marketing, itqan bisa diartikan dengan penjualan produk minimal mencapai targetnya atau bahkan melampaui targetnya. Itqan dalam bekerja adalah bagaimana pekerjaan yang dilakukan seseorang tuntas, selesai, rapi dan tidak menimbulkan permasalahan lainnya.
- c. Taysir, dalam memberikan pelayanan orang muslim juga harus memperhatikan aspek mempermudah orang lain, dalam proses mencari rezeki orang tersebut.
- d. Samahah, kata samahah sendiri secara bahasa memiliki arti longgar, toleransi, membuat orang lain senang. Sehingga seorang pebisnis yang baik, ia akan memudahkan dan menyenangkan orang lain ketika bertransaksi dengannya.
- e. Ash-Shidiq (kejujuran), kejujuran merupakan hal yang harus dilakukan oleh setiap manusia dalam berbagai segi kehidupan termasuk dalam

⁵⁴Adiwarman A Karim. *Bank Islam*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 77

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

bermuamalah, kejujuran menjadi bukti adanya komitmen akan pentingnya perkataan yang benar sehinggadapat dijadikan pegangan. Dengan demikian kejujuran merupakan nilai moral yang mendasar untuk menggapai ridha Allah dalam praktek perbankan syariah.

Konsep kualitas pelayanan dalam Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa yang menyadarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang dijelaskan oleh syari'at Islam.

Pelayanan merupakan bagian dari suatu tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam pandangan Islam, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal, yaitu:

1. Professional (*Fathanaah*)

Professional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan.⁵⁵ Sifat profesionalisme digambarkan dalam ayat berikut ini:

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

Artinya: *Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya[867] masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya. termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya (QS Al-Isra ayat 84).*⁵⁶

2. Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

Tabligh artinya komunikatif dan argumentatif. Orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan

⁵⁵Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, (Jakarta:Gema Insani Inpress, 2003), hlm. 63

⁵⁶Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 290

dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam ayat berikut ini :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut (QS Thaahaa ayat 44).⁵⁷

3. Jujur (*Sidik*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Jujur juga merupakan kesesuaian antar berita yang disampaikan dan fakta, antar fenomena dan yang diberikan, serta bentuk dan substansi.

4. Amanah

Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban. Allah berfirman:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat” (QS An-Nisaa ayat 58).⁵⁸

⁵⁷Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 76

⁵⁸*Ibid.*, hlm. 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.

C. Kepuasan Konsumen

1. Definisi Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.⁵⁹ Konsumen adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi standart kualitas tertentu dan arena itu akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan. Kepuasan pelanggan menurut Guiltinan adalah konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan.⁶⁰

Menurut Zeithaml dan Bitner (dalam Sungadji dan Sopiah) kepuasan konsumen merupakan “*customer’s evaluation of product or service in terms of whether the product or service has met their need and expectation*”. Konsumen yang merasa puas pada produk/jasa dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen.⁶¹

Kepuasan pelanggan menurut Oliver yaitu penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi tingkat keinginan hasrat dan tujuan pelanggan.⁶² Kepuasan pelanggan menurut Enggel merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui

⁵⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prenhalindo, 2011), hlm.36.

⁶⁰*Ibid.*, hlm.36.

⁶¹*Ibid.*, hlm.180-181.

⁶²Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen)*, (Bogor: Ghalia Indah 2009), hlm. 36

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.

harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.⁶³

Dari berbagai definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tanggapan perilaku, terhadap suatu barang atau jasa yang dirasakannya dibandingkan dengan harapan terhadap produk atau jasa tersebut.

Terkait dengan manfaat kepuasan konsumen Kasmir mengemukakan dalam praktiknya apabila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank yaitu sebagai berikut :

- a. Konsumen yang lama akan tetap dapat dipertahankan dengan kata lain nasabah loyal kepada bank. Hal ini sama seperti yang dikemukakan oleh Derek dan Rao yang mengatakan kepuasan konsumen secara keseluruhan akan menimbulkan loyalitas pelanggan.
- b. Kepuasan konsumen lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah. Seperti yang dikemukakan Richens kepuasan pelanggan dengan cara memberikan rekomendasi atau memberitahu akan pengalamannya yang menyenangkan tersebut dan merupakan iklan dari mulut ke mulut. Artinya nasabah tersebut akan dengan cepat menular ke nasabah lain dan menambah nasabah baru.⁶⁴

Berdasarkan manfaat yang dikemukakan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah sebagai suatu keadaan dimana harapan

⁶³James F Engel, *Perilaku Konsumen*, alih bahasa FX Budiyanto, (Jakarta: Binarupa Aksara, 2012), hlm. 11

⁶⁴Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 262-263.

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.

konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen. Konsumen merasa puas jika produk/jasa pelayanan sesuai dengan harapan, sebaliknya nasabah merasa kecewa jika produk/jasa pelayanan jauh dari harapan.

2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

a. Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.⁶⁵

⁶⁵James F Engel, *Op., Cit*, hlm. 17

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 satu 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. Kepuasan Dalam Islam

Dalam pandangan Islam, seseorang yang berbisnis (ekonomi) syariah harus memberikan kepuasan kepada pelanggannya dalam artian menolong/membantu pelanggan dengan mudah proses bisnis. Tolong menolong itu sendiri merupakan perintah Allah sebagaimana yang dikemukakan dalam al-Qur'an :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا
 اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢٠٦﴾

Artinya : ...”Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran.dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”. (QS. al-Maidah : 2)⁶⁶.

Ayat tersebut bila dikaitkan dalam konteks kepuasan pelanggan mengandung makna bahwa penjual harus menolong pembeli dengan memberikan layanan dan produk yang baik agar konsumen merasa puas.

4. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:⁶⁷

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada para pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa

⁶⁶Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 110.

⁶⁷Philip Khotler,dkk, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Indonesia, 2011), hlm. 46

kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul.

1. *Ghost shopping*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya dalam melayani permintaan pelanggan, menjawab pertanyaan pendapat dan menangani setiap keluhan.
2. Analisis pelanggan yang hilang. Perusahaan seyogjanya menghubungi para pelanggan telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.⁶⁸
3. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan-perusahaan yang bertanggung jawab mengukur secara langsung kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei yang teratur. Metode survei merupakan metode yang

⁶⁸*Ibid.*, hlm. 47

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.

paling banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti “Ungkapkan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan Bank Indonesia pada skala berikut: sangat tidak puas, tidak puas, cukup puas, puas, sangat puas”.
- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan.
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
- d. Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.⁶⁹

D. Konsep Kerja Dalam Islam

Konsep kerja Islami dalam bahasa Al-Quran termuat dalam istilah amal shalih. Kata amal (عمل) biasa diterjemahkan pekerjaan. Kata ini digunakan oleh Al-Qur’an untuk menggambarkan perbuatan yang dilakukan dengan sadar oleh manusia dan jin. Kemudian kata *shalih* (صالح) terambil dari akar kata *shaluha*

⁶⁹*Ibid.*, hlm. 49

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 satu 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.

(صلح) yang dalam kamus-kamus bahasa Al-Qur'an dijelaskan maknanya sebagai antonim kata *fasid* (فاسد), yang berarti rusak. Dengan demikian, kata *shalih* diartikan sebagai tiadanya/terhentinya kerusakan.⁷⁰

Konsep kerja Islami menurut Asifudin⁷¹ digali dan dirumuskan berdasarkan konsep iman, ilmu dan amal shalih. Suatu kerja atau perbuatan meskipun memberikan manfaat keduniaan bagi orang lain, namun tanpa disertai iman pada pelakunya, kerja itu tidak akan membuahkan pahala di akhirat. Sebagaimana tercantum dalam firman Allah Swt sebagai berikut:

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya: “Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, Kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetaapi kesabaran”(QS: Al-‘Ashr, 1-3).⁷²

Selanjutnya dalam Surah Yunus ayat 9:

وَلَيْنَ آذَقْنَا الْإِنْسَانَ مِنَّا رَحْمَةً ثُمَّ نَزَعْنَاهَا مِنْهُ إِنَّهُ لَكَفُورٌ ﴿٩﴾

Artinya: “Dan jika kami rasakan kepada manusia suatu rahmat (nikmat) dari kami, Kemudian rahmat itu kami cabut daripadanya, Pastilah dia menjadi putus asa lagi tidak berterima kasih”.⁷³

⁷⁰M. Quraish Shihab, *Tafsir AL-Qur'an Al-Karim*. (Bandung: Pustaka Hidayah, 1997), hlm. 479.

⁷¹Ahmad Janan Asifudin, *Etos Kerja Islami*. (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2004), hlm. 117.

⁷²Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 210.

⁷³*Ibid.*, hlm. 324

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 satu 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.

Ayat-ayat tersebut mengisyaratkan bahwa iman dan amal shalih merupakan satu rangkaian yang berkaitan erat dan tidak terpisahkan. Tidak ada amal shalih tanpa iman, dan iman akan menjadi mandul bila tidak melahirkan amal shalih. Ilmu ternyata menjadi landasan sekaligus jembatan yang harus ada bagi iman dan amal shalih. Ilmu adalah bagian dari kewajiban yang bersifat keagamaan karena diwajibkan bagi setiap muslim untuk mencarinya. Maka dengan kalimat yang lain, iman adalah pondasi akhlak yang mulia, akhlak yang mulia menjadi pondasi ilmu yang benar, ilmu yang benar menjadi pondasi amal yang shalih.⁷⁴

Perintah-perintah untuk beramal atau bekerja beserta keutamaan-keutamaannya banyak dimuat dalam Al-Quran dan hadits. Ayat-ayat Al-Quran yang memuat tentang perintah dan keutamaan bekerja di antaranya akan diuraikan di bawah ini:

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ ۗ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri”(Al-Ra’d: 11).⁷⁵

Ayat tersebut menjelaskan bahwa nasib atau keadaan manusia tidak akan berubah menjadi lebih baik apabila mereka tidak mengubahnya dengan tangan mereka sendiri, yaitu dengan bekerja untuk memperbaiki kehidupannya sendiri, orang-orang di sekitarnya, maupun untuk lingkungannya. Apa yang telah diusahakannya, maka itulah yang akan didapatkannya. Sebagaimana firman Allah Swt dalam Surah An-Najm ayat 39-42 berikut ini:

⁷⁴Hafidz dan Kastolani, *Pendidikan Islam: Antara Tradisi dan Modernitas*. (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009), hlm. 44.

⁷⁵Depag RI, *Op. Cit*, hlm. 310.

وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ ﴿٣٩﴾ وَأَنَّ سَعْيَهُ سَوْفَ يُرَىٰ ﴿٤٠﴾ ثُمَّ يُجْزَاهُ
الْجِزَاءَ الْأَوْفَىٰ ﴿٤١﴾ وَأَنَّ إِلَىٰ رَبِّكَ الْمُنْتَهَىٰ ﴿٤٢﴾

Artinya: “Dan bahwasanya seorang manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya, Dan bahwasanya usaha itu kelak akan diperlihatkan (kepadanya). Kemudian akan diberi balasan kepadanya dengan balasan yang paling sempurna, Dan bahwasanya kepada Tuhamulah kesudahan (segala sesuatu) (An-Najm: 39-42)”⁷⁶

Manusia tidak memperoleh ganjaran kecuali terhadap pekerjaan dan usahanya sendiri. Tidak pula pekerjaan orang lain dapat ditambahkan kepadanya, juga pekerjaannya tidak dapat dikurangi dan diberikan kepada orang lain. Kehidupan dunia merupakan kesempatan yang diberikan kepada manusia untuk bekerja. Jika ia meninggal dunia, hilanglah kesempatan itu dan terputuslah pekerjaannya atau amalnya, kecuali tiga perkara yaitu anak shalih yang mendoakan orang tuanya, sedekah jariyah, dan ilmu yang bermanfaat. Sedikit apapun pekerjaan seseorang, tidak akan disia-siakan oleh Allah Swt.

Dengan konsep ini, nilai-nilai kemanusiaan akan terealisasi dalam diri manusia yang didasarkan atas eksistensinya sebagai makhluk utama, bertanggungjawab, dan independen. Ia diberi kesempatan bekerja dan memanen hasilnya. Maka akan terwujudlah ketentraman yang bersendikan keadilan.⁷⁷

E. Jasa Dalam Islam

Dimensi kualitas jasa perspektif Islam pertama kali diperkenalkan oleh Othman dan Owen yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Dimensi tersebut adalah CARTER model, yaitu *Compliance, Assurance, Reliability,*

⁷⁶Ibid., hlm. 135

⁷⁷Abdul Hamid Mursi, *SDM yang Produktif: Pendekatan Al-Qur'an dan Sains*. (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 64.

Tangible, Empathy dan *Responsiveness* (CARTER). Dimensi CARTER yang dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut⁷⁸:

1. *Compliance* (kepatuhan)

Compliance adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang ditetapkan dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah (syariah). Ratnasari mengatakan bahwa syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah Swt untuk diamalkan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah Swt, sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap Allah Swt akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktifitas bisnisnya.⁷⁹

2. *Assurance* (jaminan)

Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan. Hal ini didasarkan firman Allah Swt tentang keutamaan orang yang berilmu.

⁷⁸Ratnasari dan Mastuti Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*. (Bandung: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 115

⁷⁹*Ibid.*, hlm. 117

Bagian lain dari dimensi *assurance* adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Allah SWT juga memerintahkan kepada muslim untuk mengucapkan kata-kata yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain. Perkataan yang baik (sopan) dan lemah lembut (ramah) akan membentuk pola interaksi yang berkualitas.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan. Allah Swt melarang setiap muslim untuk berbuat zalim dalam berserikat/berbisnis.

4. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Dimensi lain dalam *tangible* adalah bukti fisik personal, yakni karyawan dalam berpenampilan atau berpakaian. Dalam syariah Islam, diwajibkan untuk menutup aurat.⁸⁰

⁸⁰*Ibid.*

5. *Empathy* (empati)

Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah Swt untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain.

6. *Reliability* (kehandalan)

Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah Swt juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian *pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada usaha bengkel sepeda motor di tinjau menurut perspektif ekonomi islam* dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen berdasarkan persamaan regresi linear berganda nilai konstanta 4.504, koefisien regresi X_1 (kualitas produk) dari perhitungan linear berganda 1.174, dan koefisien regresi X_2 (kualitas pelayanan) dari perhitungan linear berganda 0,082. Maka dari hasil uji t dengan bantuan SPSS Versi 21.00 hasil uji parsial untuk variabel X_1 (kualitas produk) signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen usaha bengkel sepeda motor di Budi Motor dan Kampar Motor.

Hasil uji parsial untuk variabel X_2 (kualitas pelayanan) setelah dianalisis dengan bantuan SPSS Versi 21.00 signifikansi 0,002. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$). dengan demikian berarti dapat disimpulkan bahwasanya variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen usaha bengkel sepeda motor di Budi Motor dan Kampar Motor.

2. Pelayanan yang diberikan oleh Budi Motor dan Kampar Motor sudah sesuai dengan nilai-nilai ke Islaman pada teori Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung

yaitu pelayanan yang diberikan bersifat *Fathanah, Tabligh, Siddiq*, dan *amanah* dan kualitas produk yang diberikan oleh Budi Motor dan Kampar Motor sudah sesuai dengan nilai-nilai keIslaman pada teori Jaribah bin Amad Al-Haritsi bahwa kualitas produksi adalah satu-satunya cara yang *mubah* yang mungkin diikuti produsen muslim dalam memproses produknya dan meraih keuntungan setinggi mungkin dengan biaya serendah mungkin.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Dari segi kinerja dan pelayanan pemilik usaha bengkel Budi Motor dan Kampar Motor hendaknya dalam memberikan produk dapat memberikan informasi yang akurat tentang produk yang akan di gunakan atau di rekomendasikan dan dari segi pelayanan agar lebih ramah terhadap konsumen, selalu memberikan solusi terbaik terhadap konsumen, sabar dalam memberikan informasi, menjelaskan apa yang ingin konsumen ketahui tentang kendala/kerusakan yang ada pada kendaraan motornya.
2. Dari segi sarana dan prasarana pemilik usaha bengkel Budi Motor dan Kampar Motor hendaknya lebih meningkatkan kebersihan bengkel, kelengkapan peralatan, kelengkapan produk yang ditawarkan, dan lain sebagainya yang akan menunjang proses perbaikan sebuah sepeda motor.

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

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA BENGKEL SEPEDA MOTOR DI TINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI KASUS : BENGKEL BUDI MOTOR DAN AMPAR MOTOR BANGKINANG, yang ditulis oleh :

Nama : **SURYA AMER GUMELAR**
NIM : 11325102500
Program Studi : Ekonomi Islam

Telah dimunaqasyahkan pada : **Senin 6 Januari 2020**

Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 5 April 2020 M
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Petua
Dr. H. Maghfirah M.A.

Sekretaris
Yamsurizal, SE, MSc, AK, CA

Penguji I
Arisman, M.Sy

Penguji II
Arnilawati, SE., M.Si

Kepala Bagian Tata Usaha
Fakultas Syariah dan Hukum

Jalinus, S.Ag

NIP. 19750801 200701 1 023



SURAT KETERANGAN

Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

: SURYA AMER GUMELAR
 : 11325102500
 : EKONOMI SYARI'AH
 : PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
 TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA BENGKEL
 SEPEDA MOTOR PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM STUDI KASUS
 : BENGKEL BUDI MOTOR DAN KAMPAR MOTOR
 BANGKINANG

Pembimbing : H. Syamsuddin Muir, Lc. MA

Nama tersebut diatas telah menyerahkan jurnal Skripsi sesuai dengan pedoman yang telah ditetapkan.

Pekanbaru, 28 Juli 2020

An. Pimpinan Redaksi

M. Alpi Syahrin, SH., MH., CPL
 NIP. 198804302019031010

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