

**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.

**SKRIPSI**

**PENGARUH DIMENSI LINGKUNGAN LAYANAN
(SERVICESCAPE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(CUSTOMER SATISFACTION) PADA PELANGGAN
WEDDING ORGANIZER SILUDANG MAYANG DI
KECAMATAN KAMPAR KIRI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Riau



OLEH:

DASRIL
NIM: 11671100224

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2020

**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.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : DASRIL
 NIM : 11671100224
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : FAKTOR DIMENSI LINGKUNGAN LAYANAN
 (SERVICESCAPE) TERHADAP KEPUASAN
 PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) PADA
 PELANGGAN WEDDING ORGANIZER SILUDANG
 MAYANG DI KECAMATAN KAMPAR KIRI

Disetujui Oleh :

PEMBIMBING

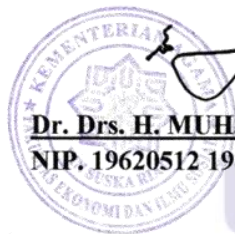
M. RACHMADI, SE, MM

NIK. 130 717 111

Mengetahui :

DEKAN

KETUA PRODI S1 MANAJEMEN



Dr. Drs. H. MUH. SAID HM. M.Ag. MM
 NIP. 19620512 198903 1 003

FAKHRURROZI, SE, MM
 NIP. 19670725 200003 1 002

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : DASRIL
 NIM : 11671100224
 KONSENTRASI : PEMASARAN
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH DIMENSI LINGKUNGAN LAYANAN
 (SERVICESCAPE) TERHADAP KEPUASAN
 PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) PADA
 PELANGGAN WEDDING ORGANIZER SILUDANG
 MAYANG DI KECAMATAN KAMPAR KIRI.
 TANGGAL UJIAN : 14 JULI 2020

Disetujui Oleh :
KETUA PENGUJI

Dr. Julina, SE, M.SI
NIP. 19730722 199903 2 001

Mengetahui :

PENGUJI I

Dr. Dony Martias, SE, MM
NIP. 19760306 200710 1 004

PENGUJI II

Nurrahmi Hayani, SE, MBA
NIP. 19830324 201503 2 003

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.

ABSTRAK

“PENGARUH DIMENSI LINGKUNGAN LAYANANAN (*SERVICESCAPE*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (*CUSTOMER SATISFACTION*) PADA PELANGGAN WEDDING ORGANIZER SILUDANG MAYANG DI KECAMATAN KAMPAR KIRI”.

**DASRIL
11671100224**

Penelitian ini dilakukan pada CV.Siludang Mayang yang bergerak di industri jasa *wedding organizer*. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh tiga dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) yaitu dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*), dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*), serta dimensi tanda simbol dan artefak (*sign, symbo and artifact*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) *wedding organizer* Siludang Mayang di kecamatan Kampar Kiri, baik secara parsial maupun simultan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 301 pelanggan yang diambil dari jumlah pelanggan selama 5 tahun terakhir, dengan sampel sebanyak 100 pelanggan. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan salah satu metode *non probability sampling* yaitu *purposive samping* sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan *software IBM SPSS statistics 23*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga variabel dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) yaitu dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*), dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*), serta dimensi tanda simbol dan artefak (*sign, symbo and artifact*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) *wedding organizer* Siludang Mayang di kecamatan Kampar Kiri.

Kata Kunci : Dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*), Dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*), Dimensi tanda, simbol dan artefak (*sign symbol and artifact*), dan Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **"PENGARUH DIMENSI LINGKUNGAN LAYANAN (SERVICESCAPE) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (CUSTOMER SATISFACTION) PADA PELANGGAN WEDDING ORGANIZER SILUDANG MAYANG DI KECAMATAN KAMPAR KIRI"**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini penulis persembahkan secara khusus kepada orang tua tercinta, yaitu Ayahanda Darwis Ama.Pd dan Ibunda Siti Jauli serta abang dan kakak-kakak penulis yaitu Junaidi S.Pd, M.Pd, Ardina S.Pdi, dan Rahmah Desi S.Kep.Ns yang selalu memberikan do'a, dukungan dan perhatian untuk penulis. Terimakasih atas segala dukungan, dan do'a kepada penulis agar selalu berusaha memberikan yang terbaik.

Semua proses penyusunan skripsi ini tentunya penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang memberikan bimbingan, arahan, bantuan, dan dukungan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini dengan penuh kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:



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. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Ibu Prof. Dr. Leny Nofianti, MS,SE, M.Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Dr. Amrul Muzan, S.HI, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Fakhrurrozi SE, MM selaku ketua jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak M.Rachmadi,SE,MM sebagai pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis mulai dari proposal hingga penyusunan skripsi selesai.



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.

9. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Bapak/Ibu Dosen dan Karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Seluruh pihak perusahaan CV. Siludang Mayang, terutama Ibu Jasmidar selaku Direktur CV. Siludang Mayang serta seluruh staff CV. Siludang Mayang yang telah membantu dalam penyusunan Skripsi ini.
12. Seluruh teman lokal E S1 Manajemen angkatan 2016 dan teman-teman Konsentrasi Pemasaran Lokal A angkatan 2016. Terimakasih atas kebersamaannya selama perkuliahan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh teman – teman KKN Desa Air Buluh 2019 yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
14. Seluruh teman-teman yang selalu memberikan do'a, semangat dan motivasi kepada penulis selama ini.
15. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisa skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih untuk segala dukungan, kebaikan dan bantuan semuanya kepada penulis.

Semoga segala bantuan, dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis menjadi nilai ibadah dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT.



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 penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan, keterbatasan, baik dari isi maupun konsep penyusunan. Oleh karena itu, penulis menerima dengan terbuka kritik dan saran yang berhubungan dengan skripsi ini yang bersifat membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini dan selanjutnya.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca maupun untuk penelitian selanjutnya. Aamiin ya rabbal'alam.

Wassalamu'alaikum Wr. WB

Pekanbaru, 11 Maret 2020

Penulis.

DASRIL
11671100224

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	14
2.2 Pemasaran Jasa	
2.2.1 Pengertian Jasa.....	15
2.2.2 Karakteristik Jasa.....	15
2.2.3 Klasifikasi Jasa	18
2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa.....	20
2.3 Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	22
2.3.2 Tingkatan Kepuasan Pelanggan.....	23

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.

2.3.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	25
2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan	27
2.4 Lingkungan Layanan (<i>Servicescape</i>)	
2.4.1 Pengertian Lingkungan Layanan	29
2.4.2 Dimensi-Dimensi Lingkungan Layanan	29
2.4.2.1 Dimensi Kondisi Lingkungan	
a. Pengertian Dimensi Kondisi Lingkungan	29
b. Indikator Dimensi Kondisi Lingkungan	30
2.4.2.2 Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas	
a. Pengertian Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas..	30
b. Indikator Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalita.....	31
2.4.2.3 Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak	
a. Pengertian Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak	31
b. Indikator Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak.....	32
2.5 Hubungan Antar Variabel	
2.5.1 Pengaruh Lingkungan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	32
2.6 Pandangan Islam Terhadap Penelitian	
2.6.1 Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam	34
2.7 Penelitian Terdahulu	37
2.8 Kerangka Pemikiran.....	41
2.9 Hipotesis Penelitian.....	41

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.

2.10 Konsep Operasional Variabel	43
--	----

2.11 BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	46
--------------------------------------	----

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi	46
----------------------	----

3.2.2 Sampel.....	46
-------------------	----

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Data Primer	48
-------------------------	----

3.3.2 Data Sekunder	48
---------------------------	----

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Kuisisioner	49
-------------------------	----

3.4.2 Wawancara.....	49
----------------------	----

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif.....	50
--------------------------------	----

3.5.2 Analisis Kuantitatif	50
----------------------------------	----

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas	51
---------------------------	----

3.6.2 Uji Reliabilitas.....	52
-----------------------------	----

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas	52
----------------------------	----

3.7.3 Uji Multikolonieritas	53
-----------------------------------	----

3.7.4 Uji Heterokedastisitas	53
------------------------------------	----

3.8 Analisis Liner Berganda.....	54
----------------------------------	----

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.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Simultan (Uji F)	55
3.9.2 Uji Parsial (Uji T).....	56
3.9.3 Uji Koefisien Determinasi.....	57

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Perusahaan Jumbo Mart	58
4.2 Visi dan Misi Perusahaan	
4.2.1 Visi Perusahaan.....	59
4.2.2 Misi Perusahaan	59
4.3 Strategi Pemasaran <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang.....	60
4.4 Struktur Organisasi CV.Siludang Mayang.....	60
4.5 Uraian Jabatan.....	61

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	
5.2 Karakteristik Responden	
5.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
5.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	65
5.3 Analisis Deskripsi Variabel	
5.3.1 Analisis Deskripsi Dimensi Kondisi Lingkungan, Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas, serta Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan <i>Wedding Organizer</i> Siludang Mayang Di Kecamatan Kampar Kiri.....	66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5.4 Pengujian Kualitas Data

5.4.1 Uji Validitas 76

5.4.2 Uji Reliabilitas..... 78

5.5 Analisis Data Penelitian

5.5.1 Uji Regresi Linier Berganda 80

5.6 Uji Asumsi Klasik

5.6.1 Uji Normalitas 83

5.6.2 Uji Multikolonieritas 84

5.6.3 Uji Heterokedastisitas 85

5.6.4 Uji Autokorelasi 86

5.7 Uji Hipotesis

5.7.1 Uji Secara Parsial (Uji T) 87

5.7.2 Uji Secara Simultan (Uji F) 89

5.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 91

5.8 Pembahasan..... 92

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan..... 98

6.2 Saran..... 99

Daftar Pustaka

Lampiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan CV.Siludang Mayang Tahun 2015-2019	2
Tabel 1.2 Data Penjualan CV.Siludang Mayang Tahun 2015-2019	3
Tabel 1.3 Variasi Paket Pada CV.Siludang Mayang	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2.2 Konsep Operasional Variabel	44
Tabel 5.1 Data Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 5.2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	65
Tabel 5.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Dimensi Kondisi Lingkungan(X_1)	67
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas (X_2)	69
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak (X_3)	71
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan(Y) ...	73
Tabel 5.7 Tabel Pengaruh Dimensi Kondisi Lingkungan, Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas, Serta Dimensi Tanda Simbol dan Artefak Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan	75
Tabel 5.8 Hasil Uji Validitas	77
Tabel 5.9 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 5.10 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	79
Tabel 5.11 Hasil Uji Multikolinearitas	83



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.

Tabel 5.12 Hasil Uji Autokorelasi	86
Tabel 5.13 Hasil Uji Secara Parsial (Uji T)	88
Tabel 5.14 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	89
Tabel 5.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	91



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pra Riset Variabel Dimensi Kondisi Lingkungan Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	8
Gambar 1.2 Pra Riset Variabel Dimensi Tata Letak Spasial dan	
Fungsionalitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	8
Gambar 1.3 Pra Riset Variabel Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak Terhadap	
Kepuasan Pelanggan	9
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 5.1 Uji Normalitas	83
Gambar 5.2 Uji Heterokedastisitas	85



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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan yang bergerak dibidang jasa akan sangat memperhatikan kepuasan pelanggannya. Hal ini agar perusahaan tersebut tidak ditinggalkan dan tetap menjadi pilihan utama bagi pelanggannya. Dan begitu pula perusahaan *wedding organizer* Siludang Mayang yang selalu melakukan peningkatan pada lingkungan layanannya agar pelanggannya dapat memperoleh kepuasan yang maksimal.

Kepuasan pelanggan merupakan masalah yang sangat penting untuk diamati oleh perusahaan, karena kepuasan pelanggan akan mempengaruhi penilaian pelanggan terhadap perusahaan dan menjadi pertimbangan perusahaan itu sendiri dalam menghadapi persaingan seiring perkembangan zaman. Serta dengan tingkat kepuasan yang baik dari pelanggannya dapat menentukan bagaimana kondisi suatu perusahaan ataupun nasib perusahaan di kemudian hari. Kepuasan pelanggan bisa menjadi sebab perusahaan berkembang kearah yang positif ataupun membuat kemajuan suatu perusahaan dan kepuasan yang kurang baik dari para pelanggan tidak menutup kemungkinan akan membawa suatu perusahaan kearah yang negatif ataupun kemunduran. Hal ini karena pelanggan yang puas mau merekomendasikan perusahaan kepada teman ataupun kerabatnya.

CV.Siludang Mayang merupakan perusahaan jasa *wedding organizer* yang berlokasi di Desa Teluk Paman, Kecamatan Kampar Kiri, Kabupaten Kampar.

CV.Siludang Mayang yang merupakan perusahaan *wedding organizer*

menawarkan berbagai macam paket pernikahan yang bisa dipilih diantaranya *catering service*, Tata rias dan Busana, *florist* dan Dekorasi, Gedung, *Photography*, dan *Video Shooting*, dan Souvenir yang dibutuhkan dalam resepsi pernikahan.

Berikut merupakan jumlah pelanggan CV.Siludang Mayang :

Tabel 1.1 : Jumlah Pelanggan CV.Siludang Mayang Tahun 2015-2019.

No	Tahun	Jumlah
1	2015	45
2	2016	52
3	2017	63
4	2018	66
5	2019	75
	Jumlah	301

Sumber Manajer Pemasaran CV.Siludang Mayang Tahun 2019

Dari tabel 1.1 dan diagram diatas dapat dilihat bahwa pelanggan pengguna jasa *wedding organizer* siludang mayang setiap tahunnya mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2015 sebanyak 45 pelanggan. Lalu pada tahun 2016 sebanyak 52 pelanggan. Pada tahun 2017 sebanyak 63 pelanggan. Pada tahun 2018 sebanyak 66 pelanggan. Dan pada tahun 2019 sebanyak 75 pelanggan. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa banyak pelanggan jasa yang memilih menggunakan jasa *wedding organizer* siludang mayang sebagai pilihan utama dibandingkan *wedding organizer* lainnya. Dan selama kurun waktu tersebut, pihak perusahaan siludang mayang telah melakukan beberapa peningkatan pada lingkungan layanannya dan perusahaan telah menghabiskan biaya yang besar.

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.

Hal ini juga dapat dilihat dari data penjualan jasa pada *Wedding Organizer*

Siludang Mayang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2 : Data Penjualan CV.Siludang Mayang Tahun 2015-2019.

No	Tahun	Jumlah
1	2015	Rp. 456.000.000
2	2016	Rp . 532.000.000
3	2017	Rp. 639.000.000
4	2018	Rp. 678.000.000
5	2019	Rp. 771.000.000
	Jumlah	Rp. 3.076.000.000

Sumber Manajer Pemasaran CV.Siludang Mayang Tahun 2019

Dilihat dari tabel 1.2 diatas dapat disimpulkan bahwa pada setiap tahunnya penjualan jasa pada *wedding organizer* Siludang Mayang mengalami peningkatan. Pada tahun 2015 penjualan jasa sebesar Rp. 456.000.000. Dan pada tahun 2016 penjualan jasa sebesar Rp. 532.000.000. Pada tahun 2017 penjualan jasa sebesar Rp. 639.000.000. Lalu pada tahun 2018 sebesar Rp. 678.000.000. Dan pada tahun 2019 penjualan jasa sebesar Rp. 771.000.000.

Pelanggan menginginkan lingkungan layanan pelaminan yang disediakan perusahaan pada pernikahannya berbeda dengan yang pernah dilihatnya ditempat lain. Hal ini menuntut perusahaan untuk selalu memperbaharui atau mengembangkan lingkungan layananannya agar dapat tercipta kepuasan pelanggan yang maksimal. Lingkungan layanan yang dapat ditawarkan perusahaan Siludang Mayang dapat dilihat dari berbagai variasi paket yang disediakan perusahaan Siludang Mayang tersebut. Berikut merupakan variasi paket yang disediakan CV.Siludang Mayang:

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.

Tabel 1.3 : Variasi Paket Pada CV.Siludang Mayang

Nama Wedding Organizer	Variasi Paket	Harga
Siludang Mayang	VIP A	Rp. 17.000.000
	VIP B	Rp. 20.000.000
	VIP C	Rp. 25.000.000
	VIP D	Rp. 30.000.000
	Standar A	Rp. 8.000.000
	Standar B	Rp. 11.000.000
	Standar C	Rp. 13.000.000
	Hemat A	Rp. 4.000.000
	Hemat B	Rp. 5.000.000
	Hemat C	Rp. 6.000.000
	SM 1	Rp. 13.300.000
	SM 2	Rp. 14.500.000
	SM 3	Rp. 15.500.000
	SM 4	Rp. 16.500.000
	SM 5	Rp. 17.500.000
	SM 6	Rp. 18.200.000
	SM 7	Rp. 19.700.000
	VIP SM	Rp. 22.000.000
	Pelaminan Nasional Paras I	Rp. 10.500.000
	Pelaminan Kaca Paras I	Rp. 13.000.000
	Pelaminan Nasional Paras II	Rp. 12.500.000
	Pelaminan Kaca Paras II	Rp. 14.300.000
	Pelaminan Nasional Paras I	Rp. 15.200.000

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.

	Pelaminan Kaca Paras 1	Rp. 16.300.000
	Pelaminan Nasional Paras 2	Rp. 17.300.000
	Pelaminan Kaca Paras 2	Rp. 18.500.000

Sumber Manajer Pemasaran CV.Siludang Mayang Tahun 2019

Dari data Variasi Paket Pada CV.Siludang Mayang dapat dilihat bahwa perusahaan Siludang Mayang menawarkan berbagai jenis paket. Dan hal ini menunjukkan bahwa perusahaan Siludang Mayang mampu memberikan berbagai macam lingkungan layanan yang berbeda pada pernikahan pelanggannya seperti yang mereka harapkan.

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan suatu produk sesuai harapan pelanggan. Jika kinerja produk jatuh jauh dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas (**Kotler dan Armstrong, 2012:13**).

Menurut **Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:26)** Lingkungan layanan memainkan peranan besar dalam membentuk persepsi pelanggan akan citra dan positioning perusahaan. Karena kualitas layanan itu sulit diukur, pelanggan seringkali menggunakan lingkungan layanan (*servicescape*) sebagai penanda kualitas yang penting. Lingkungan layanan (*servicescape*) yang dirancang dengan baik membuat pelanggan merasa nyaman dan menambah kepuasan mereka serta memungkinkan perusahaan untuk memengaruhi perilaku pelanggan.

Menurut **Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:4)** Lingkungan layanan (*servicescape*) terkait erat dengan gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan. Menurut

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.

Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:12) terdapat tiga dimensi pada lingkungan layanan yaitu: Kondisi Sekitar (*Ambient Condition*), Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas (*Spatial Layout and Functionality*) dan Tanda, Simbol dan Artefak (*Sign, Symbol and Artifact*).

Kondisi lingkungan sekitar (*ambient condition*) merujuk pada karakteristik lingkungan yang dirasakan kelima indra (**Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010:12**). Lalu tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*) merupakan rancangan lantai, ukuran, dan bentuk perabotan, peralatan serta bagaimana semua itu disusun agar memberikan kesan positif dibenak pelanggan (**Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010:18**). Adapun tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) bertindak sebagai sinyal eksplisit atau implisit untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan, dalam menemukan apa yang mereka cari, dan menyampaikan skenario layanan (**Lovelock, Wirtz dan Mussry, 2010:19**).

Dan kaitan ketiga dimensi lingkungan layanan tersebut dengan kualitas jasa sehingga bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan juga tercantum dalam **Liptono (2014:155)** bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh kualitas lingkungan layanan (*servicescape*). Sejumlah riset menunjukkan bahwa desain *servicescape* bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan perilaku lainnya.

Berdasarkan pengamatan peneliti memperhatikan bahwa pihak Siludang Mayang melakukan perbaikan lingkungan layanan setiap tahunnya demi



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.

tercapainya kepuasan bagi pelanggannya. Meskipun hal ini menghabiskan biaya yang tidak sedikit.

Fenomena mengenai kepuasan pelanggan diperoleh dari pernyataan hasil wawancara dengan Manajer Pemasaran CV.Siludang Mayang yang mengatakan:

“Sebagai perusahaan jasa penting bagi Siludang Mayang untuk memperhatikan kepuasan pelanggannya. Pertama perusahaan harus mengetahui keinginan atau harapan dari pelanggan yaitu pelaminan dan dekorasi yang berbeda dan unik. Maka untuk mengatasi hal ini Siludang Mayang selalu melakukan perbaikan atau memperbaharui lingkungan layanan perusahaan yang disediakan untuk pelanggan setiap tahunnya. Dan hal ini berdampak baik terhadap kepuasan pelanggan dan menjadikan perusahaan memiliki citra baik serta memperoleh pelanggan lebih banyak disetiap tahunnya”

Lingkungan layanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan keduanya memiliki hubungan antar satu dengan yang lainnya.

Untuk mendukung latar belakang penelitian ini, peneliti telah melakukan penelitian dan memperoleh hasil sebagai berikut :

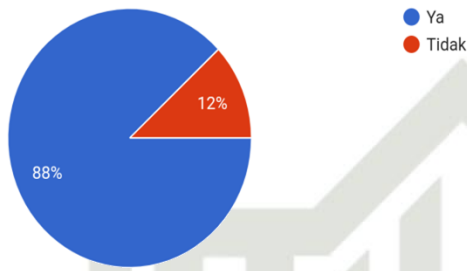
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Setelah menggunakan jasa wedding organizer siludang mayang, apakah tata cahaya dan warna pada pelaminannya mempengaruhi kepuasan anda ?

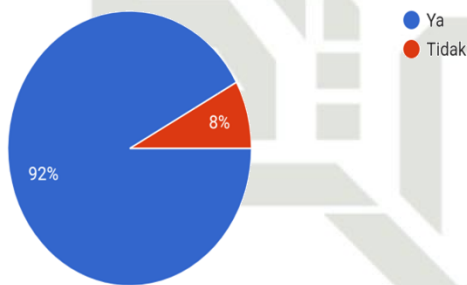
25 tanggapan



Gambar 2.1

Setelah menggunakan jasa wedding organizer siludang mayang, apakah rancangan lantai dan tata letak perabotan pada pelaminannya mempengaruhi kepuasan anda ?

25 tanggapan



Gambar 2.2

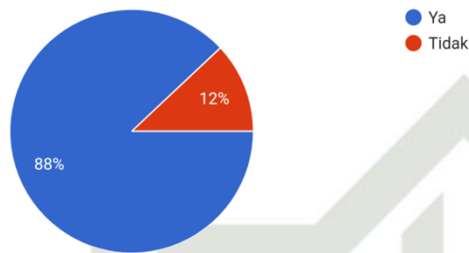
UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Setelah menggunakan jasa wedding organizer siludang mayang, apakah gaya dekorasi pada pelaminannya mempengaruhi kepuasan anda ?

25 tanggapan



Gambar 2.3

Data diatas merupakan data pra riset yang dilakukan oleh peneliti guna memperkuat fenomena dalam latar belakang penelitian ini, peneliti mendapatkan data diatas dengan cara membuat form online kemudian mengirimkannya kepada 25 orang pelanggan wedding organizer siludang mayang. Pada gambar 2.1, pertanyaan mewakili dimensi lingkungan layanan yang pertama yaitu kondisi lingkungan (*ambient condition*) dengan pertanyaan apakah tata cahaya dan warna pada pelaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebanyak 88% menjawab ya, yaitu 22 orang dari 25 pelanggan.

Pada gambar 2.2, pertanyaan mewakili dimensi lingkungan layana kedua yaitu tata letak ruang dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*) dengan pertanyaan apakah rancangan lantai dan tata letak perabotan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebanyak 92% menjawab ya, yaitu 23 orang dari 25 pelanggan.

Pada gambar 2.3, pertanyaan mewakili dimensi lingkungan layanan ketiga yaitu tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) dengan pertanyaan

apakah gaya dekorasi pada pelaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sebanyak 88% menjawab ya, yaitu 22 orang dari 25 pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Dimensi Lingkungan Layananan (Servicescape) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) Pada Pelanggan Wedding Organizer Siludang Mayang Di Kecamatan Kampar Kiri”**.

2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri ?
2. Apakah dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functonality*) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri ?
3. Apakah dimensi tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri ?
4. Apakah dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, serta dimensi tanda, simbol dan artefak secara simultan

berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri ?

3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
4. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, serta dimensi tanda, simbol dan artefak secara simultan terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini sangat bermanfaat dan berguna, baik secara teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan salah satu bukti penulis untuk menyelesaikan program S1 Manajemen UIN SUSKA Riau serta penelitian ini merupakan pengaplikasian ilmu-ilmu berupa teori-teori yang didapatkan selama penulis menempuh kuliah kedalam praktek sekaligus sebagai tambahan pengetahuan dilapangan.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi pihak manajemen CV.Siludang Mayang dalam memahami dimensi-dimensi lingkungan layanan yaitu dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, dan dimensi tanda, simbol dan artefak terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen dalam mengambil keputusan.

3. Akademisi

Hasil penelitian ini agar dapat menjadi landasan atau bahan informasi bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melakukan penelitian, maka sistematika penulisan dalam penelitian ini dibagi menjadi enam bagian, yaitu:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TELAAH PUSTAKA

Merupakan uraian teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara atas permasalahan yang muncul dalam penelitian

BAB III : METODE PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai karangka penelitian, tahapan penelitian, waktu dan tempat penelitian, metode pengambilan data, metode pengambilan populasi dan sampel, metode pengujian kuisioner, metode pengolahan dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Merupakan gambaran umum mengenai CV.SILUDANG MAYANG yang menjadi objek penelitian. .

BAB V : HASIL PENELITIAN

Merupakan uraian mengenai hasil dari penelitian yaitu pengaruh dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, dan dimensi tanda, simbol dan artefak terhadap kepuasan pealnggan CV.SILUDANG MAYANG.

BAB VI : PENUTUP

Kesimpulan dan Saran

DAFTAR PUSTAKA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Menurut **Kotler & Armstrong (2012:3)** pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain.

Menurut **Assauri (2013:12)** Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program – program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang.

Aspek pokok pemasaran dalam **Tjiptono & Diana (2016:14)** meliputi enam hal antara lain sebagai berikut :

- a. Pemasaran berkenaan dengan upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b. Pemasaran mencakup pertukaran, dimana pemasar dan pelanggan saling memberikan sesuatu yang bernilai, sehingga masing – masing pihak mendapatkan manfaat spesifik
- c. Pemasaran membutuhkan keputusan menyangkut 4P (*Product, Price, Place dan Promotion*)
- d. Pemasaran dapat dilakukan oleh individu atau organisasi
- e. Pemasaran berlangsung dalam berbagai *setting*

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.

- f. Pemasaran membantu proses menciptakan nilai bagi pelanggan

2.2 Pemasaran Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Kotler & Keller, 2012). Walaupun demikian produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2014:28) karakteristik jasa terdiri dari *intangibility*, *inseparability*, *variability/heterogeneity*, *perishability*, dan *lack of ownership*.

a. *Intangibility*

Intangibility menunjukkan jasa bersifat tidak berwujud. Jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan suatu obyek, alat atau benda sedangkan jasa merupakan kinerja (*performance*), perbuatan, tindakan, atau usaha. Sehingga jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi.

Pelanggan jasa seringkali mencari petunjuk fisik (*tangible cues*), seperti bentuk atau penampilan fasilitas jasa (*servicescape*) dan staf penyedia jasa serta harga yang ditetapkan, untuk menilai kualitas jasa

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.

yang bersangkutan. Meski demikian, bila pelanggan berhasil menemukan jasa yang memuaskan, mereka cenderung akan loyal pada penyedia jasa tersebut.

b. Inseparability

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Karakteristik semacam ini mempunyai beberapa implikasi. Pertama, seringkali staf lini depan yang menyampaikan atau merealisasikan jasa kepada pelanggan menjadi faktor penentu kepuasan pelanggan terhadap jasa bersangkutan.

Kedua, pelanggan lain yang hadir dalam penyampaian jasa juga mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap jasa yang disampaikan. Ketiga, perkembangan atau pertumbuhan jasa sulit diwujudkan karena produksi dan konsumsi dilakukan secara simultan.

c. Variability / heterogeneity / inconsistency

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Kualitas jasa lebih bervariasi dibandingkan dengan barang. Karena bersifat *inseparable* dan *live performance*, berbagai faktor dapat menyebabkan kualitas jasa bervariasi seperti kerjasama atau partisipasi pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

selama penyampaian jasa, moral atau motivasi karyawan dalam melayani pelanggan dan beban kerja perusahaan.

Penyedia jasa dapat mengupayakan dampak variabilitas melalui tiga strategi utama. Pertama, berinvestasi dalam seleksi, motivasi, dan pelatihan karyawan, dengan karyawan lebih mampu mematuhi prosedur standar dan menangani permintaan yang *unpredictable*. Kedua, melakukan industrialisasi jasa dengan memberikan penawaran jasa alternatif. Ketiga, melakukan *service customization*, artinya meningkatkan interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan sedemikian rupa sehingga jasa yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan individual setiap pelanggan.

d. *Perishability*

Perishability berarti bahwa jasa bersifat tidak tahan lama dan tidak bisa disimpan. Kapasitas jasa yang tersedia bersifat sensitif terhadap perubahan waktu, dengan berlalunya waktu, kapasitas jasa yang tidak terpakai akan hilang. Bila permintaan bersifat konstan, kondisi ini tidak akan menjadi masalah, karena staf dan kapasitas penyedia jasa bisa direncanakan untuk memenuhi permintaan. Dan bila terjadi kegagalan memenuhi permintaan akan dapat menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

Dalam rangka mengelola penawaran, terdapat lima alternatif strategi yang bisa dilakukan. Pertama, menggunakan karyawan paruh waktu pada periode sibuk sehingga perusahaan dapat melayani

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.

permintaan pelanggan. Kedua, menyewa atau berbagi fasilitas dan peralatan tambahan dengan perusahaan lain. Ketiga, menjadwalkan aktivitas *downtime* selama periode permintaan sepi. Keempat, melakukan pelatihan silang (*cross training*) terhadap karyawan. Kelima, meningkatkan partisipasi pelanggan.

e. *Lack of ownership*

Lack of ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya, pelanggan bisa mengonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Pada pembelian jasa, pelanggan hanya memiliki akses personal atas suatu jasa untuk jangka waktu yang terbatas. Pembayaran biasanya hanya ditujukan untuk pemakaian, akses atau penyewaan item-item tertentu berkaitan dengan jasa yang ditawarkan.

2.3 Klasifikasi Jasa

Jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai kriteria. Menurut Lovelock (1992) dalam Tjiptono (2014:34), jasa dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

a. Berdasarkan Sifat Tindakan Jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat tindakan jasa

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.

(*tangible actions* dan *intangible actions*), sedangkan sumbu horizontalnya adalah penerima jasa, baik berupa manusia atau benda.

b. Berdasarkan Hubungan dengan Pelanggan

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, dimana sumbu vertikalnya menunjukkan tipe hubungan antara perusahaan jasa dan pelanggannya (status keanggotaan dan hubungan temporer), sedangkan sumbu horizontalnya adalah sifat penyampaian jasa (penyampaian secara berkesinambungan dan penyampaian diskret).

c. Berdasarkan Tingkat Customization dan Kemampuan Mempertahankan Standar Konstan dalam Penyampaian Jasa

Jasa diklasifikasikan berdasarkan dua sumbu utama, yaitu tingkat *customization* karakteristik jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan individual (tinggi dan rendah) dan tingkat kemampuan penyedia jasa dalam mempertahankan standar yang konstan (tinggi dan rendah).

d. Berdasarkan Sifat Permintaan dan Penawaran Jasa

Jasa diklasifikasikan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, di mana sumbu vertikal menunjukkan sejauh mana penawaran jasa menghadapi masalah sehubungan dengan terjadinya permintaan puncak (permintaan puncak dapat dipenuhi tanpa penundaan berarti dan permintaan puncak biasa melampaui penawaran).

e. Berdasarkan Metode Penyampaian Jasa

Jasa dikelompokkan ke dalam sebuah matriks yang terdiri atas dua sumbu, di mana sumbu vertikalnya menunjukkan sifat interaksi antara

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.

pelanggan dan perusahaan jasa (pelanggan mendatangi perusahaan jasa; perusahaan jasa mendatangi pelanggan; serta pelanggan dan perusahaan jasa melakukan transaksi melalui surat atau media elektronik), sedangkan sumbu horizontalnya adalah ketersediaan outlet jasa (*single site* dan *multiple site*).

2.2.4 Dimensi Kualitas Jasa

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Jasfar (2009:51) dan dalam Tjiptono dan Chandra (2011:198) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi kualitas jasa. Kelima dimensi kualitas jasa tersebut adalah *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati), dan *tangible* (bukti fisik).

a. *Reliability* (kehandalan)

Reliability (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan.

b. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Membiarkan pelanggan menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya

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.

terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan bisa menjadi pengalaman yang menyenangkan.

c. *Assurance* (jaminan)

Assurance (jaminan) yakni perilaku para karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa kontak personel memiliki pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya untuk menghilangkan keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.

d. *Emphaty* (empati)

Emphaty (empati) berarti bahwa perusahaan memahami kebutuhan maupun kesulitan pelanggan dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

e. *Tangible* (bukti fisik)

Tangible (bukti fisik) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik atau lingkungan layanan (*servicescape*), perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan serta penampilan karyawan dan bukti fisik lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

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.

2.3 Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” yang memiliki arti cukup baik atau memadai, dan “*facio*” yang memiliki arti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (**Tjiptono dan Chandra, 2011:292**).

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana kinerja yang dirasakan suatu produk sesuai harapan pelanggan. Jika kinerja produk jauh dari harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas (**Kotler dan Armstrong, 2012:13**).

Pelanggan telah memprediksi tingkat layanan dalam pikiran mereka sebelum layanan diterimanya. Tingkat prediksi ini merupakan hasil dari pencarian dan proses pilihan, ketika pelanggan memutuskan untuk membeli suatu layanan. Selama layanan berlangsung, pelanggan merasakan kinerja pelayanan dan membandingkannya dengan tingkat layanan yang telah diprediksi sebelumnya.

Penilaian terhadap kepuasan kemudian dibentuk berdasarkan perbandingan tersebut. Diskonfirmasi positif terjadi jika layanan tersebut lebih baik dari yang diharapkan, dan diskonfirmasi negatif terjadi jika layanan lebih buruk dari yang diharapkan, dan konfirmasi sederhana terjadi jika layanan seperti yang diharapkan. Singkatnya, pelanggan mengevaluasi kinerja pelayanan dengan membandingkan apa yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima dari perusahaan (**Lovelock dan Wirtz, 2016:74**).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan bisnis jasa wedding organizer. Beberapa wedding organizer akan bisa bertahan jika mereka konsisten memberikan pengalaman yang memuaskan. Ketika pelanggan memiliki alternatif, mereka dapat memilih untuk mengurangi jumlah bisnis yang dilakukan atau bahkan tidak kembali sama sekali.

2.3.2 Tingkatan Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat dikategorikan menjadi 5 tingkatan (**Kotler dan Keller, 2016: 128**), yaitu:

a. Tingkat 1

Pada tingkat yang sangat rendah (tingkat satu), kepuasan pelanggan ditunjukkan dengan perilaku yang cenderung meninggalkan perusahaan dan bahkan menjelek-jelekkan perusahaan tersebut.

b. Tingkat 2-4

Pada tingkat 2 hingga 4, pelanggan cukup puas tapi masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran lebih baik datang.

c. Tingkat 5

Pada tingkat lima, pelanggan merasa sangat puas dengan produk atau layanan yang diberikan, sehingga pelanggan sangat mungkin untuk melakukan pembelian ulang dan bahkan menyebarkan berita baik dari mulut ke mulut tentang perusahaan. Pada tingkat ini, kepuasan yang tinggi telah menciptakan ikatan emosional antara pelanggan dengan merek atau perusahaan (loyalitas).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya fitur khusus dari produk atau layanan, persepsi kualitas terhadap produk dan layanan, serta harga.

Selain itu, faktor pribadi seperti suasana hati atau keadaan emosional dan faktor situasional lainnya seperti pendapat anggota keluarga juga akan mempengaruhi kepuasan pelanggan (**Tjiptono dan Chandra, 2016:105**), di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Fitur khusus produk atau layanan

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan terhadap fitur produk atau layanan. Layanan seperti sebuah hotel resort, fitur-fitur penting mungkin mencakup kolam renang, akses ke fasilitas golf, restoran, kenyamanan kamar dan privasi, kesopanan dan kesediaan staf untuk menolong, harga kamar, dan sebagainya.

2. Emosi pelanggan

Emosi pelanggan juga dapat mempengaruhi persepsi kepuasan terhadap produk dan layanan. Emosi merupakan hal yang tidak bisa stabil, sangat tergantung dengan suasana hati. Suasana hati yang bahagia mempengaruhi bagaimana perasaan positif seseorang tentang layanan yang dialami. Tetapi ketika seseorang dalam suasana hati yang buruk, perasaan negatif dapat membuatnya menanggapi layanan dengan negatif, dan membuatnya bereaksi berlebihan ketika menanggapi suatu masalah yang sangat kecil.

3. Hubungan antara kesuksesan/kegagalan layanan

Hubungan antara penyebab yang dirasakan dari persepsi terhadap suatu peristiwa juga dapat mempengaruhi kepuasan. Ketika suatu layanan jauh lebih baik atau lebih buruk dari yang diharapkan, pelanggan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

cenderung mencari alasan, dan penilaian mereka terhadap alasan tersebut dapat mempengaruhi kepuasan mereka. Misalnya, pelanggan tidak merasa kurang puas dengan kesalahan harga yang bukan dibuat oleh agen perjalanan jika mereka merasa bahwa itu kesalahan tersebut terjadi di luar kendali agen perjalanan, dan merupakan sesuatu yang langka yang tidak mungkin terjadi lagi.

4. Persepsi persamaan dan keadilan

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh persepsi persamaan hak dan keadilan. Keadilan adalah pusat persepsi kepuasan pelanggan terhadap produk dan layanan, terutama dalam situasi pemulihan layanan. Kepuasan terhadap penyedia layanan saat terjadi kegagalan layanan sangat ditentukan oleh persepsi perlakuan yang adil.

5. Pelanggan lain, anggota keluarga, dan rekan kerja

Selain fitur produk dan layanan dan perasaan serta keyakinan individu sendiri, kepuasan pelanggan juga sering dipengaruhi oleh orang lain. Sebagai contoh, kepuasan atau tidak puasnya suatu keluarga dengan agen perjalanan, akan dipengaruhi oleh cerita yang diceritakan kembali di antara keluarga dan kenangan terhadap suatu peristiwa tertentu.

2.3.3 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Secara umum, terdapat beberapa metode yang dapat digunakan perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2011:314), yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (customer oriented) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para

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.

pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang dapat digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat strategis, menyediakan kartu komentar (guest comment), menyediakan saluran telepon khusus dan lain-lain. Informasi yang diperoleh melalui ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan. Sehingga memungkinkan untuk memberikan respon secara tepat dan tanggap pada setiap masalah yang timbul.

b. Ghost shopping

Metode ini dilaksanakan dengan memperkerjakan beberapa orang (ghost shopper) untuk berperan dan bersikap seperti pelanggan atau pembeli yang potensial dari produk perusahaan dan pesaing. Lalu mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan perusahaan pesaing, berdasarkan pengalaman mereka juga mengamati dan menilai cara perusahaan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

c. Lost customer analysis

Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

d. Survey kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos, telephone maupun

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.

wawancara balik secara langsung dari pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan berbagai cara di antaranya:

1. Directly reported satisfaction, di mana pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan perusahaan A pada skala: sangat tidak puas, netral, puas, sangat puas.

2. Derived dissatisfaction, di mana pengukuran kepuasan pelanggan dilakukan melalui pertanyaan yang diajukan yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

3. Problem analysis, di mana pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok, pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan, kedua, saran-saran untuk melakukan analisis.

4. Importance-performance analysis, di mana responden diminta untuk meranking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen. Selain itu responden yang diminta untuk meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

2.3.4 Indikator Kepuasan Pelanggan

Dalam Tjiptono (2014:368) terdapat beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Kepuasan Pelanggan Keseluruhan (*Overall Customer Satisfaction*).

Salah satu cara untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa spesifik tertentu.

b. Dimensi Kepuasan Pelanggan.

Dengan cara meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti, kecepatan layanan, fasilitas layanan, atau keramahan sataf layanan pelanggan.

c. Konfirmasi harapan (*Confirmation of Expectations*)

Kepuasan tidak diukur langsung namun berdasarkan kesuaian atau ketidakseuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual produk perusahaan pada sejumlah atribut atau dimensi penting.

d. Niat Beli Ulang (*Repurchase Intention*).

Kepuasan pelanggan diukur secara behavioral dengan jalan apakah pelanggan akan menggunakan jasa perusahaan lagi.

e. Kesiediaan Untuk Merekomendasi (*Willingness to Recommend*)

Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

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.

2.4 Lingkungan Layanan (*Servicescape*)

2.4.1 Pengertian Lingkungan Layanan

Jasa bersifat intangible, karenanya pelanggan kerap kali mengandalkan tangible cues atau physical evidence dalam mengevaluasi sebuah jasa sebelum membelinya dan menilai kepuasannya selama dan setelah konsumsi.

Secara garis besar, physical evidence meliputi lingkungan layanan (*servicescape*) dan bentuk-bentuk komunikasi fisik lainnya. Lingkungan layanan memiliki kaitan erat dengan gaya dan tampilan fisik dan elemen pengalaman lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan (Lovelock, Wirtz, & Mussry, 2010:4).

2.4.2 Dimensi-Dimensi Lingkungan Layanan (*Servicescape*)

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:12) terdapat tiga dimensi pada *servicescape* yaitu sebagai berikut:

2.4.2.1 Dimensi Kondisi Lingkungan (*Ambient Condition*)

a. Pengertian Dimensi Kondisi Lingkungan

Dimensi *Ambient Condition* atau kondisi lingkungan merujuk pada karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan dengan lima panca indra pelanggan. Bahkan ketika karakteristik tersebut tidak disadari, emosi, persepsi serta sikap dan perilaku pelanggan masih bisa dipengaruhi.

Semua karakteristik ini terdiri dari ratusan elemen desain dan detail yang harus bekerja sama apabila dibentuk untuk menghasilkan lingkungan layanan yang diinginkan. Atmosfer yang dihasilkan

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.

memberikan suasana hati (mood) yang dirasakan dan diinterpretasikan oleh pelanggan.

Ambient condition dirasakan secara terpisah dan holistik serta meliputi tata cahaya dan warna, persepsi ukuran dan bentuk, suara seperti kebisingan dan musik, temperature atau suhu ruangan, dan aroma atau bau. Desain yang sesuai untuk kondisi-kondisi ini dapat menghasilkan respons perilaku pelanggan yang diinginkan perusahaan.

b. Indikator Dimensi Kondisi Lingkungan

Dalam Lovelock, Wirtz, & Mussry (2010:3) indikator-indikator dimensi kondisi lingkungan adalah sebagai berikut :

1. Tata cahaya dan warna.
2. Persepsi ukuran dan bentuk.
3. Suara seperti kebisingan dan musik.
4. Temperatur.
5. Aroma atau bau.

2.4.2.2 Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas (*Spatial Layout and Functionality*)

a. Pengertian Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas

Tata letak spasial dan fungsionalitas merupakan dimensi utama lain dari *servicescape*, karena suatu *servicescape* atau lingkungan layanan biasanya harus memenuhi tujuan tertentu dan kebutuhan pelanggan sehingga menjadi hal yang penting.

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.

Dimensi spatial layout and functionality atau tata letak spasial dan fungsionalitas dapat berupa rancangan lantai, ukuran dan bentuk perabotan, serta peralatan potensial dan bagaimana semua elemen tersebut disusun.

Fungsionalitas merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa proses layanan. Tata letak spasial dan fungsionalitas menciptakan *servicescape* visual dan fungsional sehingga penghantaran, proses dan penggunaan layanan jasa bisa terjadi.

b. Indikator Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas

Menurut Lovelock, Wirtz, & Mussry (2010:5) indikator-indikator dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas adalah sebagai berikut :

- 1). Rancangan lantai.
- 2). Ukuran dan bentuk perabotan.
- 3). Rancangan dinding.
- 4). Tata letak perabotan.
- 5). Tata letak peralatan.

2.4.2.3 Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak (Signs, Symbols and Artifacts)

a. Pengertian Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak

Dimensi sign, symbol and artifact dalam *servicescape* bertindak sebagai sinyal eksplisit atau implisit untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan dalam menemukan apa yang mereka cari, dan menyampaikan skenario layanan.

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.

Tanda atau rambu sering kali digunakan untuk mengajarkan dan mempertegas aturan berperilaku dalam situasi jasa. Tantangan bagi para perancang *servicescape* adalah menggunakan tanda, simbol dan artefak untuk memandu pelanggan secara jelas saat proses penghantaran jasa berlangsung.

b. Indikator Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak

Menurut Lovelock, Wirtz, & Mussry (2010:5) indikator-indikator dimensi tanda, simbol dan artefak adalah sebagai berikut :

- 1). Tanda atau label untuk menunjukkan nama perusahaan.
- 2). Petunjuk arah.
- 3). Rambu.
- 4). Artefak pribadi.
- 5). Gaya dekorasi.

2.5 Hubungan Antar Variabel

2.5.1 Pengaruh Lingkungan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Lingkungan layanan (*Servicescape*) merupakan lingkungan di mana layanan dibuat dan di mana penjual dan pelanggan berinteraksi, dikombinasikan dengan komoditas nyata yang memfasilitasi kinerja atau komunikasi pada layanan. *Servicescape* merupakan gaya dan tampilan fisik dan elemen lain yang ditemui oleh pelanggan di tempat penghantaran layanan Lovelock dan Wirtz (2010:4).

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.

Menurut **Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010:26)** Lingkungan layanan memainkan peranan besar dalam membentuk persepsi pelanggan akan citra dan positioning perusahaan. Karena kualitas layanan itu sulit diukur, pelanggan seringkali menggunakan lingkungan layanan (*servicescape*) sebagai penanda kualitas yang penting.

Menurut **Tjiptono (2014:155)** bahwa kualitas jasa dipengaruhi oleh kualitas lingkungan layanan (*servicescape*). Sejumlah riset menunjukkan bahwa desain *servicescape* bisa mempengaruhi pilihan pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, dan perilaku lainnya.

Dari teori diatas terlihat bahwa ketiga dimensi lingkungan layanan yaitu dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, dan dimensi tanda, simbol dan artefak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena lingkungan layanan yang baik adalah harapan dari setiap pelanggan. Ketika lingkungan layanan yang disediakan perusahaan jasa baik maka akan terbentuk perasaan senang dan nyaman pada pelanggan. Dengan demikian lingkungan layanan dengan ketiga dimensinya baik secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini didukung dari hasil penelitian Andra Saputra (2018) menunjukkan bahwa *servicescape* yang terdiri dari dimensi kondisi lingkungan atau *ambient condition*, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas atau *spatial layout and functionality*, 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.

dimensi tanda, simbol dan artefak atau *sign, symbol and artifact* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pandangan Islam Terhadap Penelitian

2.6.1 Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Islam

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *hablum minallah* (hubungan yang baik dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan yang baik dengan manusia). Allah Swt berfirman dalam Qur'an Surat an-Nisaa Ayat 36,

﴿وَاعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَنًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا﴾

“Dan sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan berbuat baiklah kepada orang tua, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga dekat dan tetangga jauh, teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahaya yang kamu miliki. Sungguh Allah tidak menyukai orang yang sombong dan membanggakan diri”.

Didalam ayat diatas, manusia harus menjalin hubungan yang baik kepada Allah Swt, dengan menyembah dan menunjukkan pengabdian kepada-Nya tanpa syirik, baik yang besar maupun yang kecil. Dan ayat

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.

diatas menjelaskan hubungan manusia yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan, sudah seharusnya manusia bisa menjalin hubungan yang baik dengan sesama.

Dalam konteks Kepuasan Pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik manusia), Allah Swt berfirman dalam Qur'an Surat Ali-Imran ayat 159,

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ إِنَّكَ لَنتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka berkat rahmat Allah, engkau (muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah dan mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal”.

Ayat diatas memberikan pedoman kepada mukmin sebagai pelaku usaha agar berlaku lemah lembut kepada pelanggan atau obyek dakwah agar menyenangkan hati atau memberikan kepuasan bagi mereka.

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 perspektif Islam, yang menjadi tolok ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan pada sabda Nabi SAW, yang artinya : "Muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya." (HR. Ahmad dan Thobrani).

b. Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain, baik berupa harga ataupun yang lainnya. Dalam berdagang dikenal istilah "menjual dengan amanah", artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

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.

Berdasarkan uraian tersebut, maka sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggan. Dengan demikian konsumen dapat mengerti dan tidak ragu dalam memilih barang atau jasa tersebut.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alaih dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu.

2.7 Penelitian Terdahulu

Adanya penelitian sejenis yang telah dilakukan sebelumnya berperan sangat penting dalam sebuah penelitian yang akan dilakukan. Karena dengan adanya penelitian sebelumnya maka peneliti saat ini dapat membantu penulisan penelitian yang akan dihadapi. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti /Tahun/Judul	Terbit	Hasil	Beda
1	Zulhairi / 2017 / Analisis <i>Servicescape</i> Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Grand Elite Pekanbaru.	Skripsi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Tahun 2017	Hasil penelitian yang dilakukan secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa karakteristik lingkungan/ <i>ambient condition</i> (X1), tata ruang dan fungsi/ <i>spatial layout and functionality</i> (X2), serta tanda, simbol dan artefak/ <i>sign, symbol and artifact</i> (X3) berpengaruh terhadap loyalitas pengunjung (Y) pada Hotel Grand Elite Pekanbaru	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan variabel terikat yang diteliti. Objek pada penelitian sebelumnya ialah hotel grand elite pekanbaru, sedangkan objek pada penelitian ini ialah <i>wedding organizer</i> siludang mayang. Variabel terikat yang diteliti pada penelitian sebelumnya ialah loyalitas pelanggan, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini ialah kepuasan pelanggan.
2	Erdina Novita Putri, Sunarti dan Edriana Pangestuti /2018/ Pengaruh <i>Servicescape</i> Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei	Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Brawijaya Malang, Volume 62, NO 1, Tahun 2018	Hasil analisis jalur yang diperoleh berdasarkan penelitian ini bahwa <i>servicescape</i> (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y1) dan loyalitas pelanggan Y2), dan	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan variabel terikat yang diteliti. Objek pada penelitian sebelumnya ialah Toko Oen, sedangkan objek pada penelitian ini ialah <i>wedding organizer</i> siludang mayang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	pada Pelanggan Toko Oen (Malang)		kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.	Variabel terikat yang diteliti pada penelitian sebelumnya ialah kepuasan dan loyalitas pelanggan, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini hanya kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian ini <i>servicescape</i> diteliti sebagai tiga variabel berdasarkan ketiga dimensinya
3.	Firdaus Hidayat /2016/ Pengaruh Dimensi Lingkungan Fisik (Servicescape) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kafe Sosial Place Bandar Lampung)	Jurnal Universitas Bandar Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tahun 2016	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>ambient conditions</i> (X1), <i>spatial layout</i> and <i>functionality</i> (X2), dan <i>sign, symbol and aftrtefact</i> (X3) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).	Perbedaan terletak pada objek penelitian yang diteliti. Objek pada penelitian sebelumnya ialah kafe sosial place bandar lampung, sedangkan objek pada penelitian ini ialah <i>wedding organizer</i> siludang mayang.
	Fellycita Nerrissa Natasha Indrawan dan Marsha Astrellita Imanto/	Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa Tahun	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>servicescape</i> (X) berpengaruh	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan variabel terikat yang diteliti. Objek pada

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.

2016/ Analisa Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Artotel Hotel Surabaya	2016	signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen (Y) Artotel Hotel Surabaya. Dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan Artotel Hotel Surabaya.	penelitian sebelumnya ialah Artotel Hotel Surabaya, sedangkan objek pada penelitian ini ialah <i>wedding organizer</i> siludang mayang. Variabel terikat yang diteliti pada penelitian sebelumnya ialah loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening, sedangkan variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Dan pada penelitian ini <i>servicescape</i> diteliti sebagai tiga variabel yaitu ketiga dimensinya
Andra Saputra /2018/ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Servis Di PT. Agung Automall SM.Amin	Skripsi Universitas Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Tahun 2018	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan <i>servicescape</i> (X) terhadap kepuasan pelanggan(Y) pada PT. Agung Automall SM. Amin Pekanbaru.	Perbedaan terletak pada objek penelitian dan variabel bebas yang diteliti. Objek pada penelitian sebelumnya ialah jasa servis di PT. Agung automall, sedangkan objek pada penelitian ini <i>wedding organizer</i> siludang mayang. Variabel bebas

2.8 Kerangka Pemikiran

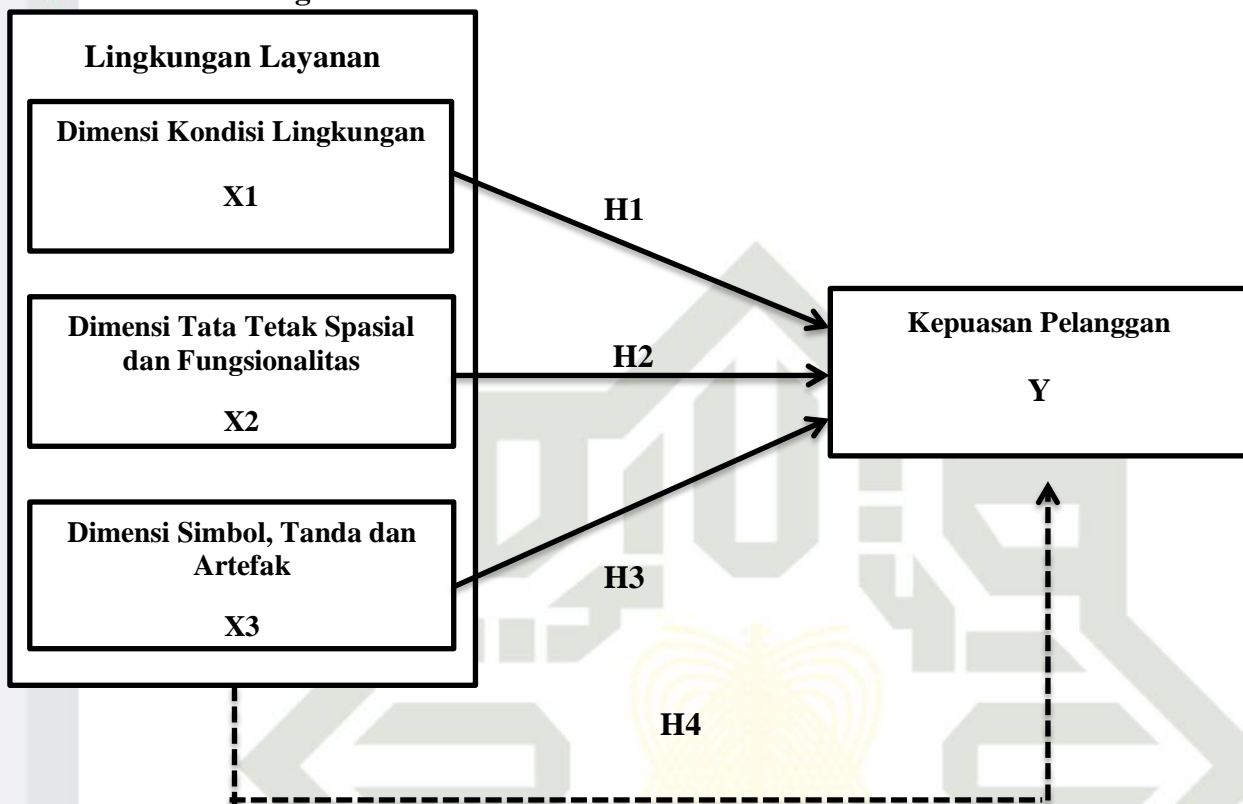
Kerangka pemikiran atau kerangka berfikir merupakan sintesa tentang hubungan antar variabel yang disusun dari berbagai teori yang telah dideskripsikan (Sugiyono, 2014:128). Adapun kerangka berpikir oleh peneliti berdasarkan model ganda dengan tiga variabel independen (Sugiyono, 2018:105), dapat dijelaskan dalam gambar dibawah ini :

Pekanbaru			yang diteliti pada penelitian sebelumnya ialah kualitas pelayanan dan <i>servicescape</i> , sedangkan variabel bebas pada penelitian ini ialah lingkungan layanan (<i>servicescape</i>) sebagai tiga variabel yaitu ketiga dimensinya.
-----------	--	--	--

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.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.9 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2018:134) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Disimpulkan bahwa hipotesis yaitu dugaan sementara yang masih harus dibuktikan kebenarannya. Hipotesis menjadi teruji apabila semua gejala yang timbul tidak bertentangan dengan hipotesis tersebut.

Berdasarkan perumusan masalah dan hasil penelitian terdahulu serta mempelajari data-data yang ada maka penulis membuat suatu hipotesis yaitu:

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.

Menurut **Firdaus Hidayat (2016)** dengan judul Pengaruh Dimensi Lingkungan Fisik (*Servicescape*) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kafe Sosial Place Bandar Lampung). Hasil penelitian ini yang dilakukan menunjukkan bahwa *ambient condition, spatial layout and functionality*, serta *sign, symbol and artifact* secara parsial dan simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kafe Sosial Place Bandar Lampung. Berdasarkan penelitian tersebut penulis membuat hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Diduga bahwa dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri

H2 : Diduga bahwa dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri

H3 : Diduga bahwa dimensi tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri

H4 : Diduga bahwa dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, serta dimensi tanda, simbol dan artefak secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri

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.

2.10 Konsep Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:59).

Variabel-variabel dalam penelitian ini meliputi variabel bebas dan variabel terikat. Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang terjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono:2014:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah tiga dimensi dari lingkungan layanan atau *servicescape*, yaitu: Dimensi kondisi lingkungan (X1), Dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (X2) dan Dimensi tanda, simbol dan artefak (X3).

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono:2014:59). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan pelanggan atau *customer satisfaction* (Y).

Tabel 2.2 Definisi operasional variabel penelitian

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala
1	Dimensi kondisi lingkungan (<i>ambient condition</i>) X1	Dimensi kondisi lingkungan atau <i>ambient condition</i> merujuk pada karakteristik lingkungan yang dapat dirasakan dengan lima panca indra pelanggan. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010)	1. Tata cahaya dan warna 2. Persepsi ukuran dan bentuk 3. Suara seperti kebisingan dan musik 4. Temperatur udara 5. Aroma atau bau Lovelock, Wirtz dan	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3	Dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (<i>spatial layout and functionality</i>) X2	Tata letak spasial dan fungsionalitas dapat berupa rancangan lantai, ukuran dan bentuk perabotan, serta peralatan potensial dan bagaimana semua elemen tersebut disusun. Fungsionalitas merujuk pada kemampuan benda-benda tersebut untuk memudahkan performa proses layanan.. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010)	Mussry (2010) 1. Rancangan lantai 2. Ukuran dan bentuk perabotan 3. Rancangan dinding 4. Tata letak perabotan 5. Tata letak peralatan Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010)	Likert
	Dimensi tanda simbol dan artefak (<i>sign, symbol and artifact</i>) X3	Dimensi tanda simbol dan artefak atau <i>sign, symbol and artifact</i> adalah dimensi yang bertindak sebagai sinyal eksplisit atau implisit untuk mengkomunikasikan citra perusahaan, membantu pelanggan dalam menemukan apa yang mereka cari, dan menyampaikan skenario layanan. Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010)	1. Tanda atau label 2. Petunjuk arah 3. Rambu 4. Artefak pribadi 5. Gaya dekorasi Lovelock, Wirtz dan Mussry (2010)	Likert
	Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>) Y	Kepuasan (<i>satisfaction</i>) berasal dari bahasa latin " <i>satis</i> " yang memiliki arti cukup baik atau memadai, dan " <i>facio</i> " yang memiliki arti melakukan atau membuat. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Tjiptono dan Chandra (2011:292)	1. Kepuasan pelanggan keseluruhan. 2. Dimensi kepuasan pelanggan. 3. Konfirmasi harapan. 4. Niat beli ulang. 5. Ketersediaan untuk merekomendasikan. Tjiptono dan Chandra (2011:292)	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian pada CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri, Kabupaten Kampar. Adapun waktu penelitian yang dilakukan oleh peneliti dimulai dari bulan desember tahun 2019 sampai dengan bulan juli tahun 2020.

3.2 Populasi dan Sample Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono 2018 : 148**). Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan CV.Siludang Mayang tahun 2015-2019 yaitu sebanyak 301 orang.

2. Sampel

Sebagaimana di kemukakan oleh **Sugiyono (2018 :149)** sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Cara sampel adalah pengambilan subjek penelitian dengan cara menggunakan sebagian dari populasi yang ada (**Idrus, 2009**). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan cara sampel karena berbagai keterbatasan yang dimiliki penulis seperti tenaga dan waktu. Namun penulis berusaha agar sampel dalam penelitian dapat mewakili

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.

populasinya secara baik (representatif) serta menggunakan teknik pengambilan sampel (teknik sampling) yang benar.

Dalam pelaksanaan penelitian, prosedur pengambilan sampel berdasarkan salah satu teknik *Nonprobability Sampling* yaitu *Purposive Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel **Sugiyono (2018:154)**. *Sampling purposive* atau *purposive Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu **Sugiyono (2018:156)**. Dalam penelitian ini karakteristik atau pertimbangan untuk sampel yaitu pelanggan telah menggunakan jasa *Wedding Organizer* Siludang Mayang minimal satu kali, dan pelanggan tersebut menggunakan jasa dalam kurun waktu 5 tahun terakhir yaitu dari tahun 2015-2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

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

$$n = \frac{301}{1 + 301(0.1)^2}$$

$$n = \frac{301}{1 + 599.690(0,01)}$$

$$n = \frac{301}{3,02}$$

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.

$n = 99,668874172 \rightarrow$ dibulatkan menjadi 100

keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = batas toleransi kesalahan (10%)

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini berupa:

Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Data kuantitatif, **Menurut Sugiyono (2014:53)** Data kuantitatif adalah jenis data yang dapat diukur atau dihitung secara langsung, yang dinyatakan dengan bilangan atau berbentuk angka yang memiliki kecenderungan dianalisis dengan teknik statistik.

Sumber data terdiri dari :

1. Data primer merupakan data yang diperoleh peneliti dari sumber asli (langsung dari informasi) yang memiliki informasi atau data tersebut (**Idrus, 2009:77**). Data primer adalah data yang penulis peroleh secara langsung dari responden yang terdiri dari identitas responden dan juga hasil tanggapan responden tentang pengaruh ketiga dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) yaitu: dimensi kondisi lingkungan (*ambient condition*), dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas (*spatial layout and functionality*) serta dimensi tanda, simbol dan artefak (*sign, symbol and artifact*) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) CV.Siludang Mayang

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. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua (bukan orang pertama, bukan asli) yang memiliki informasi atau data tersebut (Idrus, 2009:77). Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh penulis dari buku – buku, laporan – laporan lain yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini. Data ini di peroleh dari perpustakaan, laporan-laporan penelitian terdahulu dan dari pihak CV.Siludang Mayang.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk menjangkau data tentang ketiga dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) dan kepuasan pelanggan adalah angket (kuesioner):

1. Kuesioner yaitu pengumpulan data dengan cara menyusun daftar pertanyaan dan selanjutnya menyebarkannya kepada responden dalam penelitian ini. Adapun angket yang disusun sesuai dengan indikator penelitian yaitu tentang pengaruh Lingkungan layanan yang terdiri dari tiga dimensi yaitu dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, dan dimensi tanda, simbol dan artefak terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang
2. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab langsung dengan direktur ataupun manajer CV.Siludang Mayang terkait faktor dimensi lingkungan layanan terhadap kepuasan pelanggan *wedding organizer* Siludang Mayang.

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.

Adapun skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Menurut **Sugiyono (2014:93)** skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Maka dalam penelitian ini hanya digunakan lima kategori diantaranya :

1. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5
2. Setuju (S) = dengan skor 4
3. Ragu-Ragu (R) = dengan skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = dengan skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = dengan skor 1

3.5 Metode Analisis Data

Analisis yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif yaitu menganalisa data dengan jalan mengklasifikasikan data-data berdasarkan persamaan jenis dari data tersebut, kemudian diuraikan antara satu data dengan data lainnya dihubungkan sedemikian rupa sehingga diperoleh gambaran yang utuh tentang masalah yang diteliti.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Pada bagian ini akan dibahas mengenai bentuk sebaran jawaban responden terhadap keseluruhan konsep yang diukur. Dari sebaran jawaban responden tersebut, selanjutnya akan diperoleh sebuah kecenderungan dari seluruh jawaban yang ada. Untuk mendapat kecenderungan jawaban responden

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

terhadap masing-masing variabel, akan didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan ke dalam rentang skor.

3.5.2 Analisis Kuantitatif

Analisis Kuantitatif adalah bentuk analisis yang menggunakan angka-angka dan perhitungan dengan metode statistik, maka data tersebut harus di klasifikasi dalam kategori tertentu dengan menggunakan program SPSS 23 for windows dimana bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan analisis regresi linear berganda.

3.6 Uji Kualitas Data

Uji kualitas instrumen bertujuan mengetahui konsistensi dan akurasi data yang dikumpulkan. Cara pengujian dilakukan dengan Uji Validitas dan Uji Reliabilita dari data yang telah didapat melalui kuisoner responden. Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah kuesioner, yaitu keharusan kuesioner untuk Valid dan Reliabel. Suatu kuesioner dikatakan valid kalau pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pertanyaan dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Sugiyono, 2014:121).

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang ditujukan untuk mengetahui suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Instrumen yang

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.

valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (**Sugiyono, 2014:168**).

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai r hitung harus berada diatas 0,3 hal ini dikarenakan jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,3 berarti item tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan item-item pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid (**Supriyanto & Maharani, 2013:47**).

b. Uji Reliabilitas

Suharsini Arikuntoro (2006) dalam buku **Supriyanto & Maharani (2013: 49)**, menyatakan realibilitas artinya dapat dipercaya, dapat diandalkan. Uji reliabilitas adalah mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji reliabilitas digunakan Alpha Cronbach dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0.60 (**Ghozali, 2013:47**)

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan terbebas dari yang bisa mengakibatkan hasil regresi yang diperoleh tidak valid dan akhir regresi tidak dapat dipergunakan sebagai dasar untuk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menguji hipotesis dan penarikan kesimpulan, maka digunakan asumsi klasik.

Tiga asumsi klasik yang perlu diperhatikan adalah :

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah data yang diteliti untuk keseluruhan indikator dan variabel bersifat normal. Uji normalitas dilakukan dengan cara analisis grafik. Pengujian dilakukan dengan melihat penyebab data (titik) suhu diagonal dari grafik sketer plot, dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari regresi maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas atau tidak. Jika terjadi korelasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas maka model regresi dinyatakan mengandung gejala multikolinieritas.

Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas atau variabel, dapat dilihat dari TOL (Tolerance) dan Variance Inflation Factor (VIF) dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Jika nilai VIF kurang dari 10 dapat dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinieritas. Dan jika nilai VIF besar dari 10 dapat dinyatakan terdapat gejala multikolinieritas.

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. Uji Heterokedastisitas Data

Pengujian heterokedastisitas dalam model regresi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residul pengamatan lain maka disebut homokedastisitas, dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Kebanyakan data cross section mengandung situasi heterokedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran. Untuk membuktikan ada tidaknya gangguan heterokedastisitas. Jika Scaterplot membentuk polatorrent (menyebar) maka regresi tidak mengalami gangguan heterokedastisitas dan sebaliknya (Suliyanto, 2011: 95)

3.8 Analisis Regresi Linier Berganda

Adapun dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi linier berganda. Menurut Sugiyono, (2010: 237). Teknik regresi linier berganda didasari pada pengaruh fungsional ataupun kausal dua variabel independen dengan satu variabel dependen. Yaitu Pengaruh Dimensi Kondisi Lingkungan, Dimensi Tata Letak dan Fungsionalitas, dan Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. Siludang Mayang.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- | | |
|----------------|--|
| Y | = Variabel Kepuasan Pelanggan |
| X ₁ | = Variabel Dimensi Kondisi Lingkungan |
| X ₂ | = Variabel Dimensi Tata Letak dan Fungsionalitas |

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.

X_2 = Variabel Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak

a = Konstanta Persamaan Regresi

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi

e = Tingkat Kesalahan (error)

Kategori yang digunakan berdasarkan skala likert yaitu skala didasarkan pada sikap responden dalam merespon pertanyaan berkaitan dengan indikator-indikator suatu konsep atau variabel yang sedang diukur, dimana responden diminta untuk menjawab pertanyaan dengan nilai yang telah ditetapkan.

3.9 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda berdasarkan Uji secara Simultan (Uji F), Uji secara parsial (Uji t), Uji koefisien Determinasi (R^2), maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan Software SPSS 21.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t yaitu Uji parsial digunakan untuk melihat “keberartian” variabel bebas dengan terikat bila salah satu variabel bebas. Uji t, yaitu pengujian hipotesis variabel X terhadap variabel Y secara parsial atau satu per satu (Suliyanto, 2011 : 55), dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Dimana: } t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

t = Nilai t

r = Koefisien korelasi

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.

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. $t_{hit} > t_{tabel}$ signifikan
2. $t_{hit} < t_{tabel}$ tidak signifikan

b. Uji Simultan (Uji F)

Pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikansi hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas serta dimensi tanda, simbol dan artefak terhadap kepuasan pelanggan sebagai variabel terikatnya

Ketentuannya :

- a) $H_0 : \beta_1 \leq 0$ artinya tidak ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel (y)
- b) $H_0 : \beta_1 > 0$ artinya ada pengaruh yang signifikan pada masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y)

Tingkat kepercayaan yang digunakan 95 % atau taraf signifikasinya adalah 5 % dengan kriteria sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Apabila $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) secara bersama-sama dengan variabel terikat (y)

Apabila $f_{hitung} < f_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (x) secara bersama-sama dengan variabel terikat (y).

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentase variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantaranya nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

CV.Siludang Mayang berdiri pada tahun 2008, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa *wedding organizer*. Berawal pada tahun 2008 ketika Ibu Jasmidar yang sudah menggeluti bidang make up atau tata rias wajah untuk pengantin melihatмпелай yang harus mencari *Wedding Organizer* dari luar desa teluk paman. Saat itu ketersediaan *Wedding Organizer* masih susah dicari dikarenakan jarak dan waktu tempuh, berbanding terbalik dengan permintaan jasa *Wedding Organizer* terus naik, sehingga Ibu Jasmidar berinisiatif untuk membuka jasa pelayanan *Wedding Organizer* dan yang di beri nama *Wedding Organizer Siludang Mayang*. Bertujuan untuk mempermudah dalam pemesanan jasa *Wedding Organizer* sehingga permintaan terpenuhi.

Jasa yang diberikan oleh *Wedding Organizer Siludang Mayang* adalah untuk mempermudah dan mempercepat proses pencarian dan penentuan vendor – vendor pendukung lainnya serta juga mengkoordinasi *vendor – vendor* tersebut agar semaksimal mungkin memberikan apa yang konsumen inginkan pada hari bahagiannya tersebut dimana *Wedding Organizer Siludang Mayang* berperan sebagai penghubung sekaligus tangan kanan konsumen dan para vendor pendukung yang juga ikut berperan dalam kesuksesan suatu pesta pernikahan.

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.

Dengan prestasi *Wedding Organizer* Siludang Mayang yang selalu memberikan kesuksesan dan kepuasan dalam setiap event wedding yang dikerjakan untuk klien dan kerjasama yang baik dengan *vendor – vendor* pendukung, maka *Wedding Organizer* Siludang Mayang semakin dikenal masyarakat dan menjalin kerjasama yang erat dengan penyedia jasa lainnya.

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin membutuhkan segala hal secara praktis dan mudah tidak hanya dalam acara pernikahan, maka semakin banyak juga perusahaan yang mulai menggunakan jasa *wedding organizer* untuk membantu penyelenggaraan suatu *event*. Dikarenakan banyaknya permintaan dari konsumen, maka *Wedding Organizer* Siludang Mayang mulai melayani pelanggan pada tahun 2008 dan terus berlanjut hingga sekarang.

4.2 Visi dan Misi Perusahaan

Visi Perusahaan:

Menjadi *wedding organizer* terdepan dan terpercaya serta menjadi trend setter dalam memberikan jasa penyelenggaraan pernikahan, dan menjadi partner yang terpercaya.

Misi Perusahaan

1. Mewujudkan mimpi pelanggan dengan pelayanan yang kami berikan.
2. Membantu pelanggan dalam merencanakan dan mengelola acara pesta pernikahan yang berkesan dan sempurna.
3. Menjunjung tinggi profesionalisme dengan menyediakan tenaga kerja berkualitas.

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.

4.3 Strategi Pemasaran *Wedding Organizer Siludang Mayang*

1. Dengan memberikan servis yang maksimal kepada para pelanggan seperti memberikan berbagai ragam paket pernikahan yang nantinya dapat disesuaikan dengan budget para pelanggan.
2. Dengan memanfaatkan media online yaitu dengan cara membuat web resmi, membuat media sosial, membuat blog yang selanjutnya mempromosikan media online tersebut dengan media *offline* seperti dengan menggunakan kartu nama, dengan menggunakan brosur dan masih banyak lagi lainnya.
3. Strategi pemasaran bisnis *Wedding Organizer* yang selanjutnya tentunya yaitu dengan memilih sebuah lokasi yang strategis.
4. Bekerjasama dengan vendor-vendor pernikahan lainnya.
5. Mengikuti pameran atau *wedding expo* yang banyak diselenggarakan di berbagai wilayah-wilayah. Dan tentunya yang paling penting dari kesemua strategi tersebut adalah komunikasi yang baik dalam mendukung seluruh program pemasaran.

4.4 Struktur Organisasi CV.Siludang Mayang

Perusahaan identik dengan organisasi karena terdiri dari orang-orang yang berkepentingan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama. Untuk mewujudkan itu diperlukan koordinasi menjalankan fungsi manajemen yang semuanya itu dapat diimplementasikan melalui spesifikasi pekerjaan dan pelimpahan wewenang (*Delevery Authority*) yang jelas. Mengingat betapa

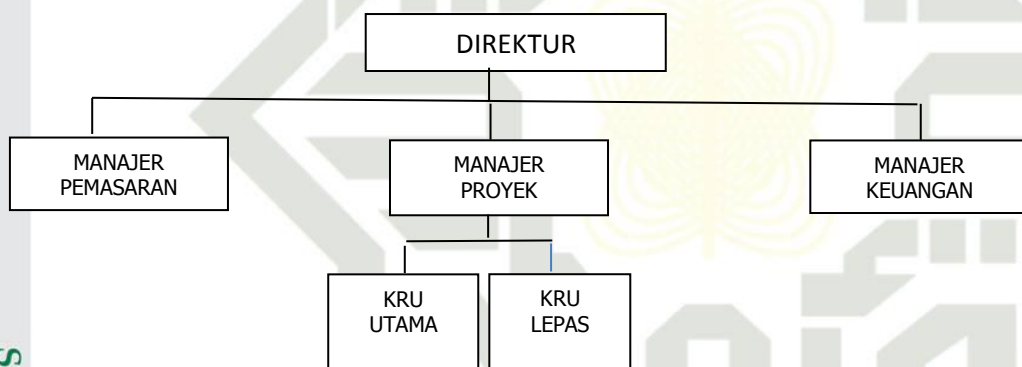
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.

pentingnya pembagian pekerjaan pada setiap personil, maka dibentuk struktur organisasi yang merupakan sarana pembagian pekerjaan pada bidang tugas masing-masing yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya.

Struktur organisasi dijadikan kerangka dasar yang menggambarkan tugas, wewenang dan tanggung jawab dari bagian-bagian yang terdapat pada organisasi. Unsur-unsur dari suatu organisasi adalah adanya sekelompok manusia, adanya kerjasama, adanya kerja dan tujuan tertentu.

Gambar 4.1 : Struktur Organisasi CV.Siludang Mayang



4.5 Uraian Jabatan

Berdasarkan struktur organisasi yang tertera diatas dapat dijelaskan tugas dan wewenang serta tanggung jawab setiap anggota organisasi sesuai dengan departemennya masing-masing.

a. Direktur

1. Bertanggung jawab menangani seluruh manajemen *wedding organizer* Siludang Mayang.

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. Memberi perintah dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan perusahaan.
3. Mengawasi dan mengontrol kerja seluruh bagian *wedding organizer* Siludang Mayang.

b. Manajer Pemasaran

1. Melakukan perencanaan strategi pemasaran dengan memperhatikan trend pasar dan sumber daya perusahaan.
2. Merencanakan *marketing research* yaitu dengan mengikuti perkembangan pasar, terutama terhadap penawaran yang sejenis dari perusahaan pesaing.
3. Melakukan perencanaan analisis peluang pasar.
4. Melakukan perencanaan tindakan antisipatif dalam menghadapi penurunan order.
5. Menyusun perencanaan arah kebijakan pemasaran.
6. Melakukan identifikasi dan meramalkan peluang pasar.
7. Merencanakan pengembangan jaringan pemasaran.
8. Menciptakan, menumbuhkan, dan memelihara kerja sama yang baik dengan pelanggan.
9. Merumuskan target penjualan atau orderan.
10. Merumuskan standar harga event dengan koordinasi bersama direktur.
11. Menanggapi permasalahan terkait dengan keluhan pelanggan.
12. Melakukan demarketing jika terjadi overload orderan.

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.

13. Melakukan analisa perilaku pasar atau pelanggan sebagai dasar dalam menentukan kebijakan pemasaran.

c. Manajer Proyek

1. Bertanggung jawab atas persiapan yang dibebankan pada tim proyek untuk keberlangsungan acara.
2. Bertugas melakukan pemeriksaan ulang seluruh kelengkapan sebelum acara.
3. Kru utama dan kru lepas bertugas mempersiapkan kelengkapan acara dan menyelesaikan tugas yang dibebankan sebelum acara dan pada saat acara berlangsung.

d. Manajer Keuangan

1. Bekerja sama dengan manajer lain dalam merencanakan dan meramalkan beberapa aspek perusahaan termasuk perencanaan umum keuangan perusahaan.
2. Bertugas mengambil keputusan penting investasi dan berbagai pembiayaan serta semua hal yang terkait dengan keputusan tersebut.
3. Bertugas dalam menjalankan dan mengoperasikan roda perusahaan kehidupan perusahaan seefisien mungkin dengan menjalin kerja sama dengan manajer lainnya.
4. Berurusan dengan pelanggan untuk masalah pembayaran dan pelunasan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Dimensi kondisi lingkungan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
2. Dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
3. Dimensi tanda, simbol dan artefak secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.
4. Dimensi kondisi lingkungan, dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas, serta dimensi tanda simbol dan artefak secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan CV.Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri.

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.

6.2 Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini diantaranya:

1. Untuk pihak *wedding organizer* Siludang Mayang telah benar langkah yang diambil yaitu memperhatikan dan melakukan perbaikan dimensi-dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) secara berkala demi tercapainya kepuasan peanggan. Berdasarkan hasil penelitian bahwa ketiga dimensi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pihak siludang mayang bisa menjadikan dimensi tata letak spasial dan fungsionalitas sebagai kekuatan karena memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Dan pihak siludang mayang diharapkan untuk melihat kembali apa yang kurang pada dimensi kondisi lingkungan sehingga memiliki pengaruh paling kecil diantara ketiga dimensi lingkungan layanan (*servicescape*). Dan peneliti berharap kedepannya pihak *wedding organizer* Siludang Mayang dapat mendimensisikan dimensi-dimensi lingkungan layanan yang bernuansa islami, karena kita sebagai umat muslim juga dituntut untuk selalu menebar kebaikan dalam melaksanakan pekerjaan atau beramal guna mendapatkan Rahmat dari Allah Subhanahu Wata'ala.
2. Untuk teman-teman peneliti selanjutnya supaya dapat mengembangkan penelitian ini dan juga menambah variabel-variabel lainnya yang berhubungan dengan dimensi-dimensi lingkungan layanan (*servicescape*) serta diharapkan dapat memberikan manfaat untuk orang banyak.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat An-Nisa' (4) ayat 36. Al-Qur'an Perkata Transliterasi. Cetakan ke 1: Cordoba International Indonesia
- Al-Qur'an Surat Ali-Imran (3) ayat 159. Al-Qur'an Perkata Transliterasi. Cetakan ke 1: Cordoba International Indonesia
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Grafindo Pustaka
- Chozali, Imam. 2013. *Aplikaso Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hidayat, Firdaus. 2016. *Pengaruh Dimensi Lingkungan Fisik (Servicescape) Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Kafe Sosial Place Bandar Lampung)*. Bandar Lampung: Jurnal Universitas Bandar Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- Idrus, M. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Yogyakarta : PT. Gelora Aksara Pratama
- Idrawan, Fellycita Nerrissa Natasha dan Marsha Astrellita Imanto. 2016. *Analisa Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Artotel Hotel Surabaya*. Surabaya: Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa
- Isfar, Farida. 2009. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 12 Edition*. London: Pearson Education, inc.



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.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15 Global Edition*. London: Pearson Education, inc.

Lovelock, C., Wirtz, J., & Mussry, J. 2010. *Pemasaran jasa jilid 2*. Jakarta : Erlangga

Putri, Erdina Novita, Sunarti dan Edriana Pangestuti. 2018. *Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan (Survei Pada Pelanggan Toko Oen Malang)*. Malang: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Malang Volume 62 Nomor 1

Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Saputra, Andra. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Servicescape Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Servis Di PT.Agung Automall SM.Amin Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Stregar Sofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif : Dilengkapi perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, Penelitian Tindakan dan Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta

Suharno dan Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Yogyakarta : Graha Ilmu



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.

- Supriyatno, Achmad Sani dan Vivin Maharani. 2013. *Metode Penelitian Sumber Daya Manusia Teori, Kuisisioner, dan Analisis Data*. Malang: UIN-Malang Press
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality & Satisfaction Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2013. *Total Quality Management*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : ANDI
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Winarti. 2012, *Pengertian Wedding Organizer*. Jakarta Barat : Jurnal Binus University
- Zulhairi. 2017. *Analisis Servicescape Terhadap Loyalitas Pengunjung Pada Hotel Grand Elite Pekanbaru*. Pekanbaru: Universitas Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial



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.

Lampiran 1 : Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Pengaruh Dimensi Lingkungan Layanan (*Servicescape*) Terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfacion*) Pada Pelanggan Wedding Organizer Siludang Mayang Di Kecamatan Kampar Kiri

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Isilah terlebih dahulu Identitas anda.
2. Bacalah dengan baik pertanyaan dan pilih salah satu jawaban yang menurut anda paling benar dengan memberi tanda (√) pada pilihan anda.
3. Pilihlah jawaban dengan kriteria dibawah ini :

a. Sangat Setuju (SS)	d. Tidak Setuju (TS)
b. Setuju (S)	e. Sangat Tidak Setuju (STS)
c. Netral (N)	
4. Mohon kuisisioner ini di isi dengan lengkap, kerahasiaan dari jawaban anda dijamin sepenuhnya.

B. IDENTITAS RESPONDEN

Nama : _____

Usia : _____

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. PERNYATAAN

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai pada pertanyaan.

No	Dimensi Kondisi Lingkungan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Tata cahaya dan warna yang didimensikan terhadap pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang memberikan kepuasan bagi penyewa					
2.	Ukuran dan bentuk perabotan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang sesuai dengan yang diharapkan					
3.	Pihak <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang selalu berusaha menjaga agar tidak terjadi polusi suara selama perhelatan berlangsung					
4.	Pihak <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang menyediakan alat-alat pendingin ruangan seperti <i>blower</i> dengan <i>cooling pack</i> selama berlangsungnya perhelatan					
5.	Pihak <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang sangat menjaga terhadap kenyamanan pengantin dari aroma tidak sedap dengan menggunakan pengharum ruangan					

No	Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas	SS	S	N	TS	STS
1.	Kondisi lantai dilokasi perhelatan pada tenda pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang dirancang dengan baik					
2.	Ukuran dan bentuk perabotan yang dimiliki <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang sesuai dengan					

**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.

	keinginan penyewa dan disesuaikan dengan lokasi pesta					
3.	Saya puas dengan dekorasi tata letak perabotan yang dimiliki <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang					
4.	Saya puas dengan dekorasi dinding pada pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang karena dirancang dengan baik					
5.	Rancangan tata letak alat musik hiburan dan peralatan lainnya disesuaikan dengan lokasi perhelatan					

No	Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak	SS	S	N	TS	STS
1.	Tanda atau label milik <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang memudahkan saya selama perhelatan berlangsung					
2.	Saya puas dengan gaya dekorasi pada pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang					
3.	Petunjuk arah milik <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang membantu saya selama perhelatan berlangsung					
4.	Rambu milik <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang memudahkan saya selama berlangsungnya perhelatan					
5.	Saya senang melihat artefak milik <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang dan memudahkan saya selama perhelatan berlangsung					



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.

No	KEPUASAN PELANGGAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Secara keseluruhan dimensi lingkungan layanan pada pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang memenuhi harapan saya					
2.	Saya puas dengan kondisi lingkungan pada pelaminan yang didimensikan oleh <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang					
3.	Kondisi lingkungan, tata letak spasial dan fungsionalitas, serta tanda, simbol dan artefak pada pelaminan <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang sesuai dengan yang saya harapkan					
4.	Jika suatu saat saya memerlukan jasa <i>wedding organizer</i> lagi, maka saya akan menggunakan kembali jasa <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang					
5.	Saya bersedia merekomendasikan kepada teman dan kerabat untuk menggunakan jasa <i>wedding organizer</i> Siludang Mayang karena saya puas dengan lingkungan layanan yang dihadirkan					



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.

Lampiran 2 : Hasil Tanggapan Responden

NO	Kepuasan Pelanggan Y					Total (Y)	Dimensi Kondisi Lingkungan X1					Total (X1)
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24
2	3	3	3	2	3	14	3	3	3	3	4	16
3	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	24
4	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
5	4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	5	22
6	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	5	23
7	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25
8	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
10	3	4	3	4	5	19	4	5	5	5	4	23
11	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
12	4	5	4	4	3	20	4	3	4	3	4	18
13	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	2	14
14	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
15	4	5	4	4	4	21	5	5	5	4	4	23
16	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
18	4	4	4	4	3	19	4	3	3	3	3	16
19	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	5	21
20	3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	2	14
21	3	3	4	4	4	18	3	4	5	4	3	19
22	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	3	16
23	3	4	3	3	4	17	4	4	5	4	4	21
24	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
25	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	4	22
26	3	3	4	3	4	17	3	3	4	4	3	17
27	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
28	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	5	23
29	3	4	4	4	5	20	4	4	4	5	5	22
30	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
31	4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	5	23
32	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23
33	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
34	3	3	3	2	3	14	3	3	4	3	4	17
35	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	2	14
36	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22
37	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23



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.

38	5	5	4	4	4	22	4	5	4	4	4	21
39	3	3	3	3	4	16	4	3	3	4	3	17
40	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
41	3	4	3	4	5	19	5	5	5	5	4	24
42	3	3	4	4	4	18	3	4	5	4	3	19
43	3	4	4	3	3	17	3	3	4	3	3	16
44	3	4	3	3	4	17	4	4	5	4	4	21
45	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
46	3	2	3	2	3	13	3	4	3	3	4	17
47	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22
49	3	4	3	3	5	18	4	5	4	5	5	23
50	3	4	4	4	5	20	4	4	4	5	5	22
51	3	3	3	3	3	15	3	3	2	3	2	13
52	4	5	4	4	5	22	4	4	5	5	5	23
53	3	3	3	2	3	14	2	3	2	3	2	12
54	3	2	3	2	4	14	5	5	4	4	4	22
55	3	3	3	2	3	14	3	3	4	3	4	17
56	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
57	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
58	4	4	3	4	5	20	4	5	5	5	4	23
59	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24
60	4	5	4	4	3	20	4	3	4	3	4	18
61	3	3	3	2	4	15	4	4	4	4	4	20
62	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	2	14
64	3	4	3	4	4	18	3	4	5	4	3	19
65	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
66	4	5	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21
67	3	4	3	3	4	17	4	4	5	4	4	21
68	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22
69	4	5	4	4	4	21	3	3	4	4	3	17
70	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
71	3	3	3	3	5	17	4	5	4	5	5	23
72	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22
73	3	3	4	4	4	18	4	4	4	4	3	19
74	3	4	3	3	5	18	4	4	5	5	5	23
75	3	3	4	4	5	19	4	5	5	5	4	23
76	3	4	3	4	4	18	5	5	4	4	4	22
77	3	4	3	3	3	16	3	3	4	3	4	17
78	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	2	14



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.

79	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22
80	3	3	4	3	5	18	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
82	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	4	23
83	3	4	4	4	5	20	4	5	5	5	5	24
84	3	3	3	3	3	15	4	3	4	3	4	18
85	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
86	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
87	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	2	14
88	3	3	3	2	4	15	3	4	5	4	3	19
89	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16
90	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
91	5	5	5	5	4	24	4	4	5	4	4	21
92	5	5	4	4	4	22	5	4	5	4	4	22
93	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	4	22
95	5	5	5	5	3	23	3	4	4	3	4	18
96	5	5	4	3	3	20	4	3	3	3	3	16
97	4	5	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25
98	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20
99	5	5	4	4	4	22	3	4	4	4	4	19
100	3	4	3	3	5	18	5	5	5	5	5	25
						1935						2035



© Hak

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.

No	Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2					Total (X2)	Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak X3					Total (X3)
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24
2	3	3	4	2	3	15	3	3	3	4	4	17
3	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
4	4	3	3	3	3	16	3	4	3	3	3	16
5	4	4	5	5	5	23	5	4	4	5	5	23
6	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22
7	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
8	3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	2	14
9	5	4	5	4	4	22	4	5	4	5	4	22
10	5	5	4	4	3	21	5	5	5	4	5	24
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
12	4	3	4	4	4	19	3	4	3	4	3	17
13	3	3	2	4	4	16	3	3	3	2	3	14
14	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
15	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
16	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
17	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
18	3	3	3	4	4	17	3	3	3	3	4	16
19	4	4	5	4	3	20	4	4	4	5	4	21
20	3	3	2	3	3	14	3	3	3	2	3	14
21	5	4	3	4	3	19	4	5	4	3	4	20
22	4	3	3	4	4	18	3	4	3	3	3	16
23	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
24	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	5	22
25	5	4	4	5	4	22	4	5	4	4	4	21
26	3	5	4	3	3	18	3	4	4	3	4	18
27	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
28	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24
29	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
30	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
31	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
32	5	5	5	5	5	25	3	3	3	4	4	17
33	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	3	20
34	5	5	5	2	5	22	3	4	3	4	3	17
35	3	4	4	5	5	21	3	3	3	2	3	14
36	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	5	23
37	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24
38	5	5	4	4	5	23	5	4	4	4	4	21

rif Kasim Ria



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.

39	3	4	4	5	3	19	3	3	4	3	3	16
40	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
41	5	4	3	4	4	20	5	5	5	4	4	23
42	5	3	4	4	3	19	4	5	5	5	5	24
43	5	4	4	3	4	20	3	4	3	3	3	16
44	5	4	5	5	5	24	4	5	4	4	4	21
45	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	5	22
46	3	5	5	5	3	21	4	3	3	4	3	17
47	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22
49	3	4	5	5	4	21	5	4	5	5	5	24
50	3	4	4	4	4	19	4	4	5	5	5	23
51	3	5	5	5	3	21	3	2	3	2	3	13
52	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
53	4	4	4	4	3	19	3	2	3	2	3	13
54	4	4	4	2	3	17	5	4	4	4	3	20
55	4	5	4	5	3	21	3	4	3	4	3	17
56	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24
57	4	4	4	4	4	20	4	5	4	5	4	22
58	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24
59	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24
60	4	5	4	4	4	21	3	4	3	4	3	17
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
62	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	4	21
64	5	4	5	4	5	23	3	3	3	2	3	14
65	4	5	4	5	4	22	4	5	4	3	4	20
66	4	5	4	4	4	21	3	4	3	5	5	20
67	5	4	5	4	5	23	4	5	4	4	4	21
68	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	5	22
69	4	5	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
70	5	4	4	4	4	21	3	4	4	3	4	18
71	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22
72	5	5	4	4	4	22	5	4	5	5	5	24
73	3	3	4	4	3	17	4	4	5	5	5	23
74	3	4	5	5	4	21	3	3	5	5	5	21
75	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24
76	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	4	23
77	3	4	3	3	4	17	5	4	4	4	3	20
78	4	4	2	2	2	14	3	4	3	4	3	17
79	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25



- 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.

80	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23
81	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24
82	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	4	21
83	3	4	4	4	4	19	3	4	3	4	3	17
84	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
85	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
86	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21
87	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
88	3	4	3	2	3	15	4	5	4	3	4	20
89	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	3	19
90	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21
91	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	5	22
92	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	4	21
93	3	3	3	3	3	15	3	4	4	3	4	18
94	4	4	4	4	4	20	3	5	5	5	3	21
95	4	4	5	4	4	21	5	4	4	5	4	22
96	3	3	3	3	3	15	4	4	4	5	3	20
97	4	4	4	4	4	20	4	4	4	2	4	18
98	5	5	3	4	5	22	4	5	5	4	5	23
99	3	4	3	4	4	18	5	5	5	5	5	25
100	3	5	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
2043							2065					

1. Tabel Frekuensi

A. Dimensi Kondisi Lingkungan (X1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,0	1,0	1,0
3	28	28,0	28,0	29,0
4	45	45,0	45,0	74,0
5	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



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.

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	28,0	28,0	28,0
	4	37	37,0	37,0	65,0
	5	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	14	14,0	14,0	16,0
	4	40	40,0	40,0	56,0
	5	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	27	27,0	27,0	27,0
	4	39	39,0	39,0	66,0
	5	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



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.

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8,0	8,0	8,0
	3	18	18,0	18,0	26,0
	4	41	41,0	41,0	67,0
	5	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

B. Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	24,0	24,0	24,0
	4	39	39,0	39,0	63,0
	5	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	14,0	14,0	14,0
	4	49	49,0	49,0	63,0
	5	37	37,0	37,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

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.

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3,0	3,0	3,0
	3	16	16,0	16,0	19,0
	4	50	50,0	50,0	69,0
	5	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5,0	5,0	5,0
	3	12	12,0	12,0	17,0
	4	60	60,0	60,0	77,0
	5	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	24	24,0	24,0	25,0
	4	52	52,0	52,0	77,0
	5	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



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. Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak (X3)

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	28	28,0	28,0	28,0
	4	38	38,0	38,0	66,0
	5	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	13	13,0	13,0	15,0
	4	43	43,0	43,0	58,0
	5	42	42,0	42,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	23	23,0	23,0	23,0
	4	41	41,0	41,0	64,0
	5	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



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.

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7,0	7,0	7,0
	3	14	14,0	14,0	21,0
	4	39	39,0	39,0	60,0
	5	40	40,0	40,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1,0	1,0	1,0
	3	25	25,0	25,0	26,0
	4	38	38,0	38,0	64,0
	5	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

D Kepuasan Pelanggan (Y)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	45	45,0	45,0	45,0
	4	36	36,0	36,0	81,0
	5	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

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.

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2,0	2,0	2,0
	3	25	25,0	25,0	27,0
	4	42	42,0	42,0	69,0
	5	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	35	35,0	35,0	35,0
	4	49	49,0	49,0	84,0
	5	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8,0	8,0	8,0
	3	24	24,0	24,0	32,0
	4	57	57,0	57,0	89,0
	5	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

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.

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	27	27,0	27,0	27,0
	4	39	39,0	39,0	66,0
	5	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

A. Dimensi Kondis Lingkungan (X1)

		Correlations					Dimensi Kondisi Lingkungan X1
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	,703**	,564**	,596**	,678**	,825**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,703**	1	,595**	,805**	,681**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,564**	,595**	1	,654**	,617**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,596**	,805**	,654**	1	,749**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,678**	,681**	,617**	,749**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Dimensi Kondisi Lingkungan	Pearson Correlation	,825**	,882**	,798**	,889**	,880**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,907	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

B. Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas (X2)

		Correlations					Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
X2.1	Pearson Correlation	1	,442**	,457**	,295**	,553**	,733**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,442**	1	,522**	,334**	,408**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,457**	,522**	1	,546**	,556**	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,295**	,334**	,546**	1	,530**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,553**	,408**	,556**	,530**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2	Pearson Correlation	,733**	,705**	,819**	,718**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,812	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Dimensi Tanda, Simbol dan Artefak (X3)

		Correlations					Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
X3.1	Pearson	1	,533**	,710**	,572**	,548**	,813**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson	,533**	1	,609**	,518**	,493**	,757**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson	,710**	,609**	1	,683**	,739**	,905**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson	,572**	,518**	,683**	1	,597**	,829**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson	,548**	,493**	,739**	,597**	1	,819**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3	Pearson	,813**	,757**	,905**	,829**	,819**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,881	5



D. Kepuasan Pelanggan (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Kepuasan Pelanggan Y
Y1						
Pearson Correlation	1	,752**	,808**	,664**	,303**	,860**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y2						
Pearson Correlation	,752**	1	,643**	,679**	,384**	,851**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y3						
Pearson Correlation	,808**	,643**	1	,768**	,417**	,882**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y4						
Pearson Correlation	,664**	,679**	,768**	1	,437**	,867**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
N	100	100	100	100	100	100
Y5						
Pearson Correlation	,303**	,384**	,417**	,437**	1	,626**
Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000
N	100	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan						
Pearson Correlation	,860**	,851**	,882**	,867**	,626**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
N	100	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



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.

Lampiran 4 : Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2,346	1,744		1,345	,182
Dimensi Kondisi Lingkungan X1	,254	,098	,283	2,584	,011
Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2	,317	,099	,284	3,190	,002
Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3	,259	,095	,277	2,743	,007

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Lampiran 5 : Uji Hipotesis

A. Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,346	1,744		1,345	,182		
Dimensi Kondisi Lingkungan X1	,254	,098	,283	2,584	,011	,415	2,412
Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2	,317	,099	,284	3,190	,002	,626	1,598
Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3	,259	,095	,277	2,743	,007	,488	2,048

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

B. Uji F

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	499,832	3	166,611	35,159	,000 ^b
Residual	454,918	96	4,739		
Total	954,750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

Predictors: (Constant), Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3, Dimensi Tata letak Spasial dan Fungsionalitas X2 , Dimensi Kondisi Lingkungan X1

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,524	,509	2,177

a. Predictors: (Constant), Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3, Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2 , Dimensi Kondisi Lingkungan X1

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

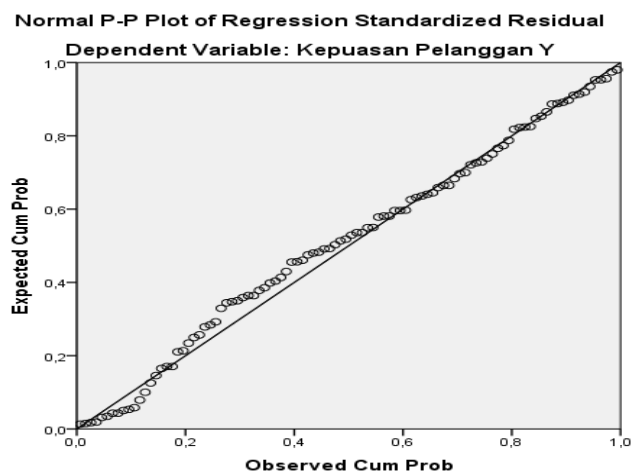
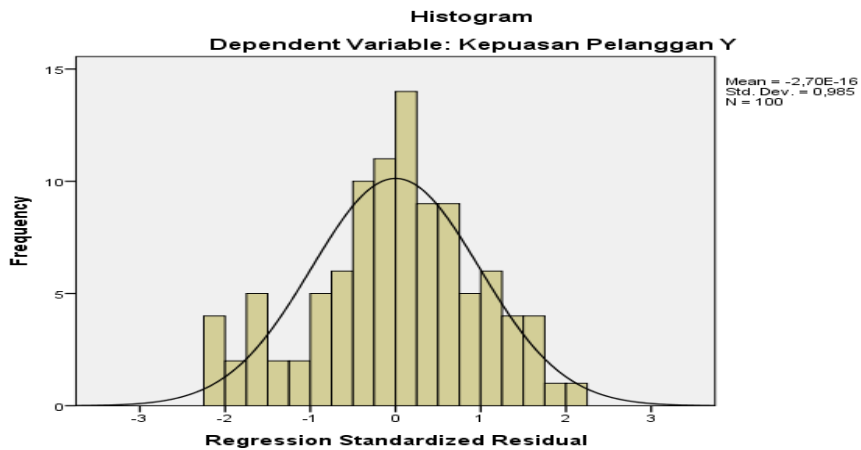
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 6 : Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
Kepuasan Pelanggan Y	100	13	25	1935	19,35	3,105
Dimensi Kondisi Lingkungan	100	12	25	2035	20,35	3,451
Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2	100	14	25	2043	20,43	2,786
Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3	100	13	25	2065	20,65	3,310
Valid N (listwise)	100					

Lampiran 7 : Asumsi Klasik

A Normalitas Data



B Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Dimensi Kondisi Lingkungan X1	,415	2,412
	Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2	,626	1,598
	Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3	,488	2,048

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y

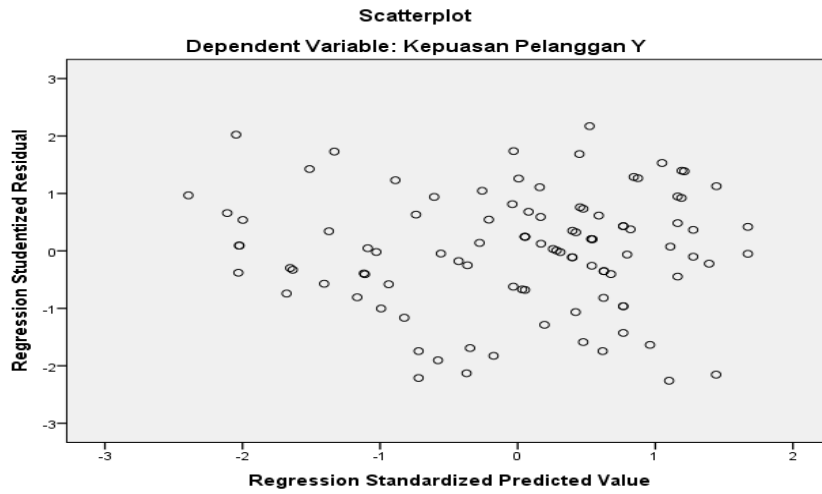
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b.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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Heteroskedastisitas



D. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,724 ^a	,524	,509	2,177	1,790

- a. Predictors: (Constant), Dimensi Simbol, Tanda dan Artefak X3, Dimensi Tata Letak Spasial dan Fungsionalitas X2 , Dimensi Kondisi Lingkungan X1
- b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan Y



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.

PEDOMAN WAWANCARA

PENGARUH DIMENSI LINGKUNGAN LAYANAN (*SERVICESCAPE*) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (*CUSTOMER SATISFACTION*) PADA PELANGGAN WEDDING ORGANIZER SILUDANG MAYANG DI KECAMATAN KAMPAR KIRI

1. Pedoman Wawancara

Data Informasi

Nama : Rizki Manda Saputra

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Pekerjaan : Manajer Pemasaran CV.Siludang Mayang

2. Daftar Pertanyaan

1. Menurut bapak apa hal terpenting bagi *wedding organizer* Siludang Mayang sebagai perusahaan jasa ?
2. Menurut bapak apa yang harus dilakukan *wedding organizer* Siludang Mayang agar dapat melakukan hal tersebut ?
3. Menurut bapak apa yang harus disiapkan atau diberikan *wedding organizer* Siludang Mayang untuk mengatasi hal tersebut ?

UIN SUSKA RIAU



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
كلية العلوم الاقتصادية والاجتماعية
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES
Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box 1400 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : fekonsos@uin-suska.ac.id

Nomor : Un.04/F.VII/PP.00.9/251/2020
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Bimbingan Skripsi

Pekanbaru, 16 Januari 2020 M
20 Jumadil Awwal 1441 H

Kepada
Yth. **M. Rachmadi, SE, MM**
Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
Pekanbaru

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan kepada Saudara bahwa :

Nama : Dasril
NIM : 11671100224
Jurusan : Manajemen
Semester : VII (Tujuh)

adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi/ menyusun skripsi dengan judul: "Pengaruh Lingkungan Layanan (Servicescape) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) pada Pelanggan Wedding Organizer Siludang Mayang di Kecamatan Kampar Kiri". Sehubungan dengan itu kami menunjuk Saudara sebagai pembimbing dalam menyelesaikan skripsi mahasiswa tersebut di atas.

Demikian disampaikan, atas bantuan Saudara diucapkan terima kasih.



Dr. H. Muh. Said HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

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.



RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Dasril, dilahirkan di Teluk Paman Kecamatan Kampar Kiri, Kabupaten Kampar, Riau pada Tanggal 19 Februari 1998, anak keempat dari empat bersaudara, anak dari dari Ayahanda Darwis dan Ibunda Siti Jauli. Penulis mengawali pendidikan dimulai pada tahun 2004 masuk di SDN 051 Teluk Paman dan menamatkan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2010.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di MTSN Lipat Kain dan menamatkan pendidikan pada tahun 2013. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan MA di Ponpes Islamic Centre Al-Hidayah Kampar dan menamatkan pendidikan pada tahun 2016. Pada tahun 2016 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (SI) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN SUSKA RIAU) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial tepatnya pada jurusan Manajemen, kemudia penulis memilih konsentrasi Manajemen Pemasaran.

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.