



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

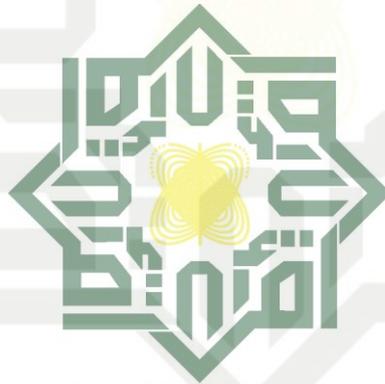
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS
PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN
PELANGGAN PADA CUCIAN MOBIL
DHAPU CAR WASH PEKANBARU
MENURUT PERSPEKTIF
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi Pada Program
Strata Satu (S-1) Ekonomi Syariah Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) Pada Fakultas Syariah dan Hukum Universitas
Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*



UIN SUSKA RIAU

Oleh :

NUR KHAIRINA

11625203883

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU-PEKANBARU**

1442 H/2020 M

PERSETUJUAN PEMBIMBING

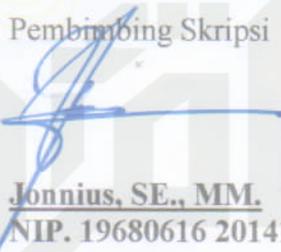
Skripsi dengan judul : **Pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru menurut Perspektif Ekonomi Syariah**, yang ditulis oleh:

Nama : Nur Khairina
Nim : 11625203883
Program studi : Ekonomi Syariah

Dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqhasah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Pekanbaru, 02 Desember 2020

Pembimbing Skripsi



Jonnius, SE., MM.

NIP. 19680616 201411 1002

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA CUCIAN MOBIL DHAPU CAR WASH PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH", yang ditulis oleh :

Nama : NUR KHAIRINA
NIM : 11625203883
Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada :

Hari / Tanggal : Senin, 04 Januari 2021
Waktu : 08.00 WIB
Tempat : Ruang Sidang Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum

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

Pekanbaru, 04 Januari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Petua
Dr. Wahidin, M.Ag

Sekretaris
Luni Harlina, M.Sy

Penguji I
Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak, CA

Penguji II
Sambang Hermanto, M.Ag

Mengetahui :
Dekan Fakultas Syariah dan Hukum

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim 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.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ABSTRAK

Nur Khairina, (2020): Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Latar Belakang penelitian bahwa *service quality* atau dikenal dengan kualitas pelayanan sangat diperlukan, dalam teori dikatakan bahwa *service* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dalam memberikan pelayanan cucian mobil Dhapu Car Wash memberikan kenyamanan seperti menyediakan tempat santai, coffe shop, wi-fi, ruang ibadah dan dilengkapi dengan garasi mobil bagi konsumen yang menitipkan mobilnya. Namun, terdapat data jumlah pelanggan yang fluktuatif pada cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

Populasi yang berjumlah 4.200 orang diperoleh ukuran sampel sebesar 84 dengan teknik *Acidental Sampling*. Teknik Pengumpulan data yaitu observasi, kuisisioner, study kepustakaan dan dokumentasi. Penelitian kuantitatif menggunakan uji memakai aplikasi SPSS 23.

Hasil Penelitian *service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dari nilai Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa *service quality* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dari nilai Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa *service quality* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dari nilai Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Pengaruh langsung yang diberikan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,546. Sedangkan pengaruh tidak langsung *service quality* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,3761 yang berarti bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung. Tinjauan ekonomi syariah tentang *service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada Dhapu Car Wash Pekanbaru ditemukan hasil bahwa belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena masih ada beberapa layanan yang tidak sesuai seperti : masih adanya pelayanan seperti pengeringan mobil yang kurang maksimal, kerapian seluruh karyawan dalam berpakaian yang kurang seragam, dan tempat berwudhu antara laki-laki dan perempuan tidak dipisahkan. Hal tersebut yang menimbulkan kekecewaan pihak pelanggan

Kata Kunci: *Service Quality*, Loyalitas dan Kepuasan.

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

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur hanya kepada Allah SWT, dengan rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat dan salam tidak lupa di sampaikan pada junjungan kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah berjuang membawa umatnya dari alam kehinaan dan kejahiliaan kepada alam yang penuh dengan rahmat dan kebaikan yaitu Islam Rahmatan Lil'amin sampai kepada kita saat sekarang ini.

Penulisan skripsi dengan judul : **“Pengaruh *Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi oleh Kepuasan Pelanggan pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”** dimaksudkan untuk melengkapi tugas dan memenuhi sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Syariah pada Fakultas Syariah dan Hukum di UIN SUSKA RIAU.

Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dukungan dan doa' dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, untuk itu melalui karya ilmiah ini penulis sampaikan ucapan terimakasih yang setulus – tulusnya dan sedalam – dalamnya kepada :

1. Kedua orangtua saya ayahanda Jaswadi dan Ibunda Khotimah yang telah melahirkan, membesarkan, mendidik, selalu memberikan kasih sayang, semangat, juga selalu melangitkan do'a-do'a untuk kesempatan dan keberhasilan penulis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Terimakasih kepada abang-abang tersayang Suryadi, Heriyanto, Sugiarto A.Md sejauh ini sudah selalu ada dan berdaya bagi penulis. Dan Almarhum abang saya Suwito semoga Allah memberikan kedudukan terbaik di Surga-Nya.
3. Terimakasih kepada *sister's in law* Astuti dan Wiwik Suyanti, keponakan comel sekaligus ngeselin yang mampu menaikkan *mood* tersendiri bagi penulis, yaitu; Rizki Ramadhani, Muhammad Hadi Prabowo, dan Fajra Nada Nadifa.
4. Bapak Prof. Dr. Suyitno, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Yang terhormat Bapak Drs. H. Hajar, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Heri Sunandar, M.Cl selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Maghira, M.A selaku wakil Dekan III.
7. Bapak Dr. Syahpawi, M.Sh dan Bapak Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak. CA Selaku Ketua, dan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
8. Bapak Dr. Junaidi Lubis M.Ag sebagai penasihat akademik.
9. Bapak Jonnius S.E, MM sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan saran dan kritikan hingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
10. Seluruh dosen dan staf karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

11. Terimakasih kepada Munawar Syaputra selaku Owner Dhapu Car Wash Pekanbaru yang telah meluangkan waktunya dalam pengumpulan data dan informasi selama penulisan skripsi
12. Terimakasih kepada sahabat saya sejak di bangku Sekolah Menengah Atas, yaitu; Indah Sari Mai Sitorus, I made Nuri Rizki, Nurul Khoirun Nikmah, Nova Larasati, Susilawati, Juni Indriyani, Melia Noferina Putri, Lita Zaini Pohan.
13. Terimakasih kepada sahabat saya sejak awal masuk kuliah masih setia bersama dalam suka dan duka yaitu Sry Suci Handayani.
14. Terimakasih kepada teman-teman kos mess putri damadika yang selalu gokil dan memberikan semangat; Fitri Handayani, Desi Sagita, Kak Yulia Alfika Sari dan teman-teman lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
15. Teman-teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini khususnya untuk Kiki Fitriani, Jeni Mailia, dan Sarah Hazari yang selalu mensupport penulis untuk terus berproses dalam menyelesaikan skripsi.
Semoga segala kebaikan dan kerja sama Bapak/Ibu, Saudara/I, dan rekan-rekan sekalian dibalas oleh Allah SWT, dan senantiasa mendapat rahmat dan hidayah-Nya.
Demikianlah skripsi ini diselesaikan dengan semampu penulis, harapan penulis semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Pekanbaru, 12 Desember 2020
Penulis,

NUR KHAIRINA
NIM. 11625203883

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah.....	12
C. Rumusan Masalah	12
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
E. Hipotesis	14
F. Indikator Penelitian	14
G. Penelitian Terdahulu.....	16
H. Sistematika Penulisan.....	26
BAB II GAMBARAN UMUM DHAPU CAR WASH PEKANBARU	
A. Sejarah Singkat Dhapu Car Wash Pekanbaru	29
B. Struktur Organisasi Dhapu Car Wash Pekanbaru	30
C. Aktivitas Dhapu Car Wash Pekanbaru.....	32
BAB III TINJAUAN TEORITIS	
A. Service Quality (Kualitas Pelayanan)	33
B. Kepuasan Pelanggan	42
C. Loyalitas Pelanggan	48
D. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Service Quality	52
E. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Kepuasan Pelanggan.....	54
F. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Loyalitas Pelanggan	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	61
B. Karakteristik Responden	61



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Uji Validitas dan Reliabilitas	64
D. Uji Persyaratan Analisis	66
E. Pengujian Model	72
F. Analisis Jalur (Path Analysis)	74
G. Uji Hipotesis.....	86
H. Implikasi dan Pembahasan Penelitian.....	87

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	100
B. Saran.....	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BIOGRAFI PENULIS

UIN SUSKA RIAU

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jenis Kendaraan dan Tarif Perawatan Mobil Dhapu Car Wash.....	10
Tabel 1.2	Indikator Penelitian	14
Tabel 1.3	Penelitian Terdahulu	16
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan umur.....	61
Tabel 4.3	Statistik Deskriptif Variabel.....	62
Tabel 4.4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Quality</i>	63
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan	64
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	64
Tabel 4.7	Uji Reliabilitas Semua Variabel.....	65
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4.9	Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Service Quality</i> (X).....	68
Tabel 4.10	Hasil Uji Homogenitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ...	68
Tabel 4.11	Hasil Uji Homogenitas Variabel <i>Service Quality</i> (X)	69
Tabel 4.12	Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Service Quality</i> (X) dan Loyalitas Pelanggan (Z)	69
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas Variabel <i>Service Quality</i> (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).....	70
Tabel 4.14	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	71
Tabel 4.15	Hasil Korelasi Variabel X dan Y	72
Tabel 4.16	Hasil Korelasi Variabel Y dan Z.....	72
Tabel 4.17	Hasil Korelasi Variabel X dan Y	73
Tabel 4.18	Rangkuman Hasil Analisis Korelasi	73
Tabel 4.19	Sub Struktur 1	75
Tabel 4.20	Model Summary Sub Struktur 1	75
Tabel 4.21	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 1	76
Tabel 4.22	Coefficients Sub-Struktur 2.....	77
Tabel 4.23	Model Summary Sub Struktur 2	78

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tabel 4.24	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 2	78
Tabel 4.25	Coefficients Sub-Struktur 3.....	80
Tabel 4.26	Model Summary Sub Struktur 3	80
Tabel 4.27	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 3.....	81
Tabel 4.28	Coefficients Sub-Struktur 4.....	82
Tabel 4.29	Model Summary Sub Struktur 4	83
Tabel 4.30	Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 4.....	83
Tabel 4.31	Hasil Uji F.....	85
Tabel 4.32	Hasil Uji T.....	86



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Jumlah Pelanggan Jasa Cucian Mobil Dhapu Car Wash Periode Oktober 2018-September 2019 Kota Pekanbaru.....	9
Gambar 2. 1	Struktur Organisasi Dhapu Car Wash	30
Gambar 4.1	Grafik Histogram Variabel <i>Service Quality</i> (X).....	66
Gambar 4.2	Grafik Histogram Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	67
Gambar 4.3	Grafik Histogram Variabel Kepuasan Pelanggan (Z).....	67
Gambar 4.4	Model Hubungan Struktural Antar Variabel	71
Gambar 4.5	Model Diagram Jalur X, Y, terhadap Z.....	74
Gambar 4.6	Diagram Jalur Sub-Struktur 1	76
Gambar 4.7	Diagram Jalur Sub-Struktur 2.....	79
Gambar 4.8	Diagram Jalur Sub-Struktur 3.....	81
Gambar 4.9	Diagram Jalur Sub-Struktur 4.....	84

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap orang yang mendirikan suatu usaha tentu menginginkan usahanya dapat hidup terus-menerus tanpa dibatasi oleh waktu. Hal ini merupakan salah satu tujuan didirikannya suatu perusahaan. Dapat hidup terus-menerus artinya dapat terus beroperasi, berkembang menikmati laba dan panjang umur. Semakin panjang umur suatu perusahaan, semakin baik. Dalam praktiknya kehidupan suatu usaha beragam, mulai dari yang berumur panjang sekali hingga ratusan tahun (untuk beberapa generasi) sampai yang hanya hidup beberapa tahun saja. Bahkan tidak sedikit perusahaan yang sudah mati sebelum beranjak dewasa.

Agar suatu perusahaan panjang umur, perlu dicarikan resep untuk mengatasinya. Resepnya adalah terus dilakukan dan ditingkatkan omzet penjualannya atau jumlah pelanggannya karena hanya dengan meningkatnya omzet penjualan, atau jumlah pelanggan, tujuan dapat tercapai. Meningkatnya omzet penjualan pada akhirnya akan dapat pula meningkatkan laba perusahaan. Peningkatan laba penting bagi usaha dalam rangka terus dapat beroperasi dan berekspansi lebih luas lagi sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Tentu saja laba yang diinginkan harus sesuai dengan target yang telah ditentukan setiap periodenya.

Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan omzet penjualannya atau pelanggannya. Misalnya dengan

memberikan pelayanan yang paling optimal, meningkatkan kualitas produk, menentukan harga yang sesuai dengan selera pasar, meningkatkan promosi penjualan, terus mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggannya atau dengan cara lainnya. Semua yang dilakukan ini harus dengan standar diatas pesaing karena jika pesaing melakukan hal yang lebih baik dari perusahaan kita, kemungkinan usaha kita akan menjadi sia-sia. Ingat pesaing tidak pernah tidur dan selalu mencari untuk mengambil pelanggan pesaing lainnya.¹

Didunia bisnis, persaingan antar penjual sangat ketat. Hal inilah yang kemudian mengakibatkan para penjual harus memberikan *service* yang memuaskan kepada para pelanggannya, karena jika tidak memberikan pelayanan yang baik maka para pelanggannya akan beralih ke yang lainnya.

Tidak ada cara lain selain harus mempunyai strategi jitu dan meningkatkan kualitas kinerja dan pelayanan secara terus-menerus, serta membangun paradigma baru perusahaan terhadap konsumen. Paradigma terbaru tersebut adalah perusahaan harus memusatkan perhatian sepenuhnya kepada konsumen (*customer oriented*). Paradigmanya dibalik, kalau dulu pelanggan yang mencari perusahaan, maka sekarang perusahaan lah yang harus aktif mendekati pelanggan. Cara pandang perusahaan yang berorientasi kepada konsumen mengindikasikan perhatian dan segenap energi dicurahkan sepenuhnya untuk memuaskan konsumen. Perusahaan harus pandai-pandai mencari cara bagaimana “dipercaya dan disukai” konsumen. Sebab, kalau

¹ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008), h.17

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

konsumen sudah percaya dan puas kepada perusahaan, maka konsumen tersebut akan menjatuhkan pilihan selanjutnya pada perusahaan tersebut. Efek lanjutannya adalah konsumen akan memberikan rekomendasi kepada relasi dan calon konsumen lainnya untuk memilih dan membeli produk pada perusahaan tersebut.²

Ketatnya persaingan bisnis, perubahan selera konsumen, serta perubahan sosial ekonomi memunculkan berbagai tantangan dan peluang dalam bisnis. Perusahaan harus bisa membuat pilihan terbaik tentang apa yang menjadi kebutuhan konsumen dan bagaimana memenuhi kebutuhan atau permintaan konsumen tersebut pada harga yang serendah mungkin. Untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut, perubahan memerlukan suatu strategi dalam menentukan keunggulan kompetitif dan menemukan cara untuk mencapai keunggulan tersebut.³

Sehari-hari kita seringkali mendengar orang mendiskusikan kualitas. Entah itu pembicaraan di warung kopi maupun di forum seminar ilmiah. Bentuknya bisa berupa keluhan terhadap kualitas produk tertentu, bisa juga kuliah atau diskusi ilmiah mengenai upaya peningkatan daya saing melalui penyempurnaan kualitas.⁴

Kualitas pelayanan merupakan aktor yang sangat penting karena dalam memasarkan produk jasa interaksi antara produsen dan konsumen terjadi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

² Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2009), h.1

³ Lina Anatan, *Service Excellence Competing Trough Competitiveness*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2008), h.2

⁴ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h.161

secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik.⁵

Kualitas jasa atau kualitas layanan (*service quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, positioning, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa. Sayangnya, minat dan perhatian pada pengukuran kualitas jasa dapat dikatakan baru berkembang sejak dekade 1980-an. Perspektif pengukuran kualitas bisa dikelompokkan menjadi dua jenis: internal dan eksternal. Kualitas berdasarkan perspektif internal diartikan sebagai *zero defect* (“*doing it right the first time*” atau kesesuaian dengan persyaratan), sedangkan perspektif eksternal memahami kualitas berdasarkan persepsi pelanggan, ekspektasi pelanggan, kepuasan pelanggan, sikap pelanggan, dan *customer delight*.⁶

⁵ Mhd Rusydi, *Customer Excellence*, (Yogyakarta:Gosyen Publishing, 2006), h.39

⁶ *Ibid*, h.162-163

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan serta kebutuhan pelanggan. Kebutuhan sesuai dengan rasa dan nilai subjektif pelanggan. Dalam jangka waktu yang panjang perusahaan yang akan tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan bisnis yang mengglobal adalah perusahaan yang terus melakukan perbaikan dalam kegiatan pelayanan, operasional jasa atau inovasi produk untuk selalu meningkatkan kualitas.⁷

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa. Jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Baqarah:267 yang menyatakan bahwa:

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

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji. (QS.Al-Baqarah:267)⁸*

⁷ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.12

⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzul, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015), h.45

Ayat ini menjelaskan bahwa islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk kepada orang lain.

Kesetiaan pelanggan tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan berwujud bukan karena hal berupa nilai uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjual belikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu.⁹

Buruk tidaknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Quran surat Ali-Imran menjelaskan:

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

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamuberlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lai berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka; mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya. (QS. Ali-Imran: 159)¹⁰

⁹ Nina Rahmayanti, *Op. Cit.*, h.13

¹⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzul, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015), h.71

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain.

Service quality atau dikenal dengan kualitas pelayanan sangat diperlukan, dalam teori dikatakan bahwa *service* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan mampu memenuhi harapan pelanggan, dan pelanggan yang harapan-harapannya terpenuhi dapat dipastikan pelanggan tersebut merasakan suatu kepuasan.¹¹ Pernyataan dari Kotler dan Keller, juga menguatkan bahwa pelanggan akan sangat puas, jika mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya. Jika apa yang didapatkannya melebihi dari apa yang diharapkan sebelumnya, maka pelanggan akan merasakan sangat puas, namun sebaliknya jika yang didapatkan kurang dari harapan sebelumnya, maka pelanggan akan kecewa sebagai bentuk ketidakpuasan.¹²

Seiring dengan berkembangnya populasi kendaraan yang signifikan membuka peluang untuk usaha jasa pencucian kendaraan. Apalagi di kota besar seperti Pekanbaru disebabkan pesatnya sarana jalan yang telah ada maupun jalan-jalan yang akan dibangun oleh pemerintah mengakibatkan meningkatnya mobilitas aktivitas masyarakat dibidang transportasi darat,

¹¹ Suharto Abdul Majid, *Op. Cit.*, h.46

¹² Philip kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h.50

sehingga peluang pasar terus bertambah. Kendaraan dimasa kini telah menjadi simbol status dan gaya hidup. Namun setiap hal dalam hidup ini selalu dibatasi oleh usia. Untuk memperpanjang usia kendaraan perlu perawatan intensif dan berkala. Salah satu jenis perawatan yang paling sering dilakukan adalah mencuci kendaraan.

Salah satu jasa cucian mobil yang ada di kota Pekanbaru yaitu Dhapu Car Wash yang beralamat di Jl. Sisingamangaraja No.102, rintis, Kec. Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Sudah beroperasi sejak 10 Februari 2016 dengan jumlah karyawan kurang lebih 22 orang yang terdiri dari manager (owner), mandor, kasir, karyawan pencuci mobil.

Penjualan jasa cucian mobil Dhapu Car Wash memiliki penetapan tarif yang berbeda untuk setiap jenis kendaraan yang dilayani. Hal ini dilakukan karena adanya perbedaan jenis dan fungsi kendaraan yang digunakan jika roda empat/mini bus maka tarifnya mulai dari Rp. 40.000,- sampai dengan Rp. 45.000,- sedangkan roda empat pick up tarifnya hanya Rp.50.000,- dan tarifnya akan bertambah Rp.5.000,- jika pelanggan melakukan cuci mesin.

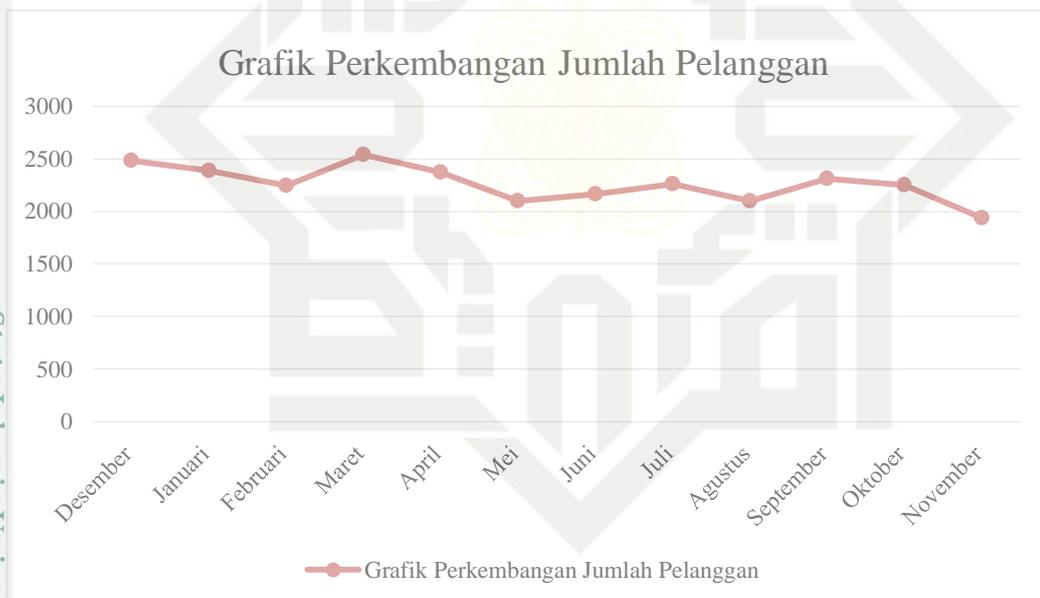
Berdasarkan wawancara awal kepada pihak karyawan cucian mobil Dhapu Car Wash “dalam memberikan pelayanan, kami melayani konsumen dengan baik yaitu memberikan kenyamanan seperti menyediakan tempat santai, coffe shop, wi-fi, ruang ibadah dan dilengkapi dengan garasi mobil bagi konsumen yang menitipkan mobilnya”.¹³ Pihak Dhapu Car Wash juga memberikan layanan booking cuci mobil tanpa antri, kemudian bonus kepada

¹³ Saipul. (Mandor), *Wawancara*, Pekanbaru, Pada Tanggal 17 Desember 2019

konsumen dalam bentuk member card yaitu benefit kartu lima kali cuci mobil satu kali gratis dalam jangka waktu dua bulan.

Selanjutnya dalam melakukan kegiatan penjualan jasa pada cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru terdapat pendapatan yang setiap bulannya mengalami fluktuatif, hal ini dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Gambar 1.1
Perkembangan Jumlah Pelanggan
Jasa Cucian Mobil Dhapu Car Wash
Periode Oktober 2018-September 2019 Kota Pekanbaru



Sumber : Data Dhapu Car Wash 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah pelanggan yang fluktuatif pada cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru. Fenomena banyaknya car wash yang berada di Pekanbaru seharusnya memberika motivasi tersendiri bagaimana Dhapu Car Wash Pekanbaru berusaha mempertahankan loyalitas dari pelanggan lama. Langkah terbaik untuk menjamin bisnis car wash adalah dengan menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada untuk

meningkatkan kepuasan konsumen, sehingga diharapkan dapat berdampak positif terhadap kepuasan mereka sebagai konsumen jasa cuci mobil Dhapu Car Wash.

Untuk memperlancar operasinya, usaha jasa pencucian mobil Dhapu Car Wash membagi karyawan-karyawannya menjadi 3 bagian yaitu:

1. Bagian pencucian mobil
2. Bagian salon dan perawatan mobil
3. Customer relation

Selain melayani jasa cucian mobil Dhapu Car Wash juga menyediakan salon dan perawatan mobil bagi pelanggannya. Berikut adalah tarif salon dan perawatan mobil yang berbeda-beda sesuai dengan jenis mobil yang dimiliki pelanggan Dhapu Car wash.

Tabel 1.1
Jenis Kendaraan dan Tarif Perawatan Mobil
Dhapu Car Wash 2019

	City Car	MPV A	MPV B	SUV/Sport
Salon Mobil	Brio, Jazz, Sedan, dll	Avanza, Ertiga, dll	Inova, CRV, X-Trail, dll	Fortuner, Pajero, dll
Full Salon	500.000	550.000	600.000	700.000
Poles Body	300.000	325.000	350.000	400.000
Interior Care	250.000	275.000	300.000	350.000
Full Poles Jamur Kaca	125.000	150.000	175.000	200.000
Kolong + Mesin	175.000	200.000	225.000	250.000
Mesin	125.000	150.000	175.000	200.000

Sumber : Dhapu Car Wash 2019

Penulis menganalisa dan melihat bahwa usaha cucian mobil Dhapu Car Wash mempunyai keunggulan dan kelebihan daripada cucian mobil lain yaitu selain memberikan pelayanan yang mumpuni juga terdapat sarana fasilitas dan kebutuhan praktis yang dipenuhi oleh jasa cucian mobil Dhapu Car Wash

untuk setiap pelanggannya, seperti:kemudahan dan kebersihan WC, kemudahan akses internet/Wi-fi, ketersediaan tempat istirahat/*coffe shop*, ketersediaan musholla, dan lain sebagainya.

Sebagai suatu usaha yang menjual jasa, maka usaha cucian mobil sangat memperhatikan berbagai hal yang berhubungan dengan upaya-upaya dalam meningkatkan kualitas jasa, seperti pelayanan yang terbaik dan maksimal, kebersihan kendaraan, jangka waktu yang cepat sehingga dapat memuaskan pelanggan dan pelanggan akan merasa diperhatikan, dipentingkan dan terbantu dengan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya, karena pelanggan adalah kunci untuk meraih keuntungan. Tujuan tersebut berupa memaksimalkan laba dengan mempertahankan kelangsungan hidup usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen dan penilaian mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Dhapu Car Wash Pekanbaru sebagai penyedia jasa cucian mobil. Judul yang diambil untuk penelitian ini adalah sebagai berikut: **“Pengaruh Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan sesuai dengan tujuan yang diharapkan serta mengingat keterbatasan peneliti, maka penulis membatasi permasalahan ini pada pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?
3. Apakah loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?
4. Apakah terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung *service quality* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.
5. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang *service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan, pada cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka tujuan dan manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?
- b. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?

- c. Untuk mengetahui pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?
- d. Untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung *service quality*, terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan?
- e. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang *service quality*, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru?

2. Manfaat Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini antara lain:

- a. Sebagai bahan pembelajaran dan sebagai bahan informasi guna menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang telah didapat selama kuliah
- b. Bagi institusi dan pihak lain yang berkepentingan, sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian di bidang yang sama ataupun penelitian lanjutan
- c. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1 pada jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Hipotesis

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

- H_1 : Terdapat pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan.
- H_2 : Terdapat pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan.
- H_3 : Terdapat pengaruh loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.
- H_4 : Terdapat pengaruh langsung dan tidak langsung *service quality* terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

F. Indikator Penelitian

Adapun indikator penelitian sebagai berikut:

Table 1.2
Indikator Penelitian

No.	Variable	Dimensi	Indikator
1.	<i>Service Quality</i> adalah hasil akhir dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan actual. ¹⁴	1. <i>Tangibles</i> (bentuk fisik) 2. <i>Reliability</i> (keandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (cepat tanggap) 4. <i>Assurance</i> (jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (empati)	1. Penampilan, profesionalitas karyawan dan fasilitas-fasilitas yang menarik 2. Layanan sesuai antrian, adil, dan tepat waktu 3. Karyawan menanggapi keluhan pelanggan dengan segera 4. Menanamkan kepercayaan kepada pelanggan saat mobil dititipkan 5. Bersikap ramah, sabar menghadapi pelanggan, dan siap penuhi permintaan

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h.330

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.	Variable	Dimensi	Indikator
			pelanggan
2.	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). ¹⁵	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Ketersediaan merekomendasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan layanan sesuai yang dibutuhkan pelanggan 2. Pelanggan akan datang kembali karena layanan bagus dan fasilitas lengkap 3. Memberikan saran dan berbicara positif tentang dhapu car wash kepada teman dan saudara
3.	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. ¹⁶	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pembelian secara teratur 2. Melakukan pembelian ulang di semua lini produk 3. Merekomendasikan produk lain 4. Menunjukkan kekebalan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan layanan lebih dari 6 bulan 2. Menggunakan layanan atau membeli produk lain yang ditawarkan dhapu car wash 3. Berbicara positif tentang dhapu car wash 4. Selalu menggunakan jasa dhapu car wash untuk aktivitas cuci mobil

¹⁵ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasara*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed 13, h.139

¹⁶ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012), h. 109

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

G. Penelitian Terdahulu

Table 1.3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
1	M Isro Noviyana (2019) UIN Sultan Syarif Kasim Riau.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dalam Membentuk Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Go-Jek Pengguna Layanan Go-Ride di Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru).	Menganalisa data dengan menggunakan analisis multivariate.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwakualitas pelayanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dalam membentuk loyalitas konsumen.
2	M. Irfan Syahputra (2019) UIN Sultan Syarif Kasim Riau.	Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi Melalui Pengetahuan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Humble Union Cabang Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.	Menggunakan metode penelitian korelatif kuantitatif. Menggunakan analisis path.	Hasil analisis data pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa pengaruh gaya hidup, persepsi dan pengetahuan konsumen terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif.
3	Aris Irnandha (2016) Universitas Negeri Yogyakarta.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	Menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen secara

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

No	Peneliti	Judul	Metode	Hasil Penelitian
		Pelanggan yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta).	Menggunakan analisis path.	bersama-sama terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H. Metode Penelitian**1. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Dhapu Car Wash Pekanbaru yang beralamatkan : Jl. Sisingamangaraja No.102, rintis, Kec. Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Alasan penulis memilih tempat ini karena sesuai dengan penelitian yang akan penulis lakukan yaitu tentang pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan, tempat penelitian ini juga memudahkan penulis untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Subjek dan Objek Penelitian**a. Subjek penelitian**

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan yang memanfaatkan jasa cucian mobil pada Dhapu Car Wash Pekanbaru.

b. Objek penelitian

Objek pada penelitian ini adalah *service quality*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan pada Dhapu Car Wash Pekanbaru.

3. Sumber dan Jenis Data

a. Sumber Data

Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh.¹⁷

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah para pelanggan yang memanfaatkan jasa cucian mobil pada Dhapu Car Wash Pekanbaru.

b. Jenis Data

Data adalah bahan keterangan tentang suatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan dikelompokkan menjadi dua, yaitu:¹⁸

1) Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya secara langsung dari tempat penelitian.¹⁹ Dalam penelitian ini data primer bersumber dari pimpinan, karyawan dan pelanggan yang menjadi responden peneliti.

2) Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya

¹⁷ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), h. 114.

¹⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009), Ed ke-2, h.42

¹⁹ Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), Ed ke-2, h. 33.

sudah dalam bentuk publikasi²⁰. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari buku, internet, jurnal dan lain-lain.

4. Teknik dan Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam menunjang pembahasan penulisan skripsi ini, maka penulis menggunakan prosedur pengumpulan data sebagai berikut:

- a. Pengamatan (*Observation*) adalah cara pengumpulan data dengan terjun dan melihat langsung kelapangan terhadap objek yang diteliti.
- b. Wawancara
Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dengan karyawan, staf atau pihak yang berhubungan langsung.
- c. Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan (angket) atau daftar isian terhadap objek yang diteliti.²¹
- d. Studi Pustaka yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menelusuri file atau dokumen-dokumen serta informasi yang berkaitan dengan objek penelitian.
- e. Dokumentasi, dalam melaksanakan metode dokumentasi, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, karya-karya monumental dari seseorang.²²

5. Populasi dan Sampel

- a. Populasi

²⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 102.

²¹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. ke-2, h. 23-24.

²² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Penekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013), h.153

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²³ Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pada penelitian ini yang menjadi sampel adalah pelanggan yang pernah memanfaatkan layanan jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

Adapun metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. Menurut Sugiyono²⁴ bahwa “*Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.” Untuk menentukan ukuran sampel penelitian, penulis menjumlahkan nilai rata-rata kunjungan dalam sebulan di Dhapu Car Wash Pekanbaru adalah 2.100 orang, waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan sehingga diperkirakan selama 2 bulan ada 4.200 orang, dengan presisi 2% maka jumlah sampel adalah 84 orang.

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2010), h.115

²⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* , (Bandung: Alfabeta, 2009) h.96

$$70 \times 30 \text{ hari} = 2.100$$

$$2.100 \times 2 \text{ bulan} = 4.200$$

$$2\% \times 4.200 = 84$$

Dengan demikian, dari perkiraan populasi yang berjumlah 4.200 orang diperoleh ukuran sampel sebesar 84 sampel penelitian.

6. Skala Pengukuran Variabel

Mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Menurut Kinneer, skala likert ini berhubungan dengan pertanyaan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas, baik sampai tidak baik, responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala interval berbentuk verbal dalam jumlah katagori tertentu²⁵.

Setiap pertanyaan mempunyai lima alternatif jawaban, dengan bobot alternative jawaban sebagai berikut:

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

7. Teknik Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

²⁵ Husein Umar, *Op.Cit.*, h. 70.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Uji Instrumen Penelitian

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrumen atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan yang sebenarnya dari variabel penelitian. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel.²⁶

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

$\sum x$ = jumlah skor item

$\sum y$ = jumlah total skor jawaban

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat skor item

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat total skor jawaban

2) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data *continue* berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.²⁷

Pengujian menggunakan rumus kolmogrov smirnov dalam spss.

b. Uji Hipotesis Penelitian

1) Analisis Path

²⁶ Iqbal Hasan, *Op.Cit.*, h. 235

²⁷ Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), Ed ke 3, h. 109

Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel tergantung tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.²⁸ Teknik analisis jalur digunakan dalam menguji besarnya pengaruh (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap diagram jalur dari hubungan kausal antara variabel X terhadap Y serta dampaknya terhadap Z.²⁹ Yang mana variabel bebas (independen) yaitu pengaruh *service quality* (X), terhadap variabel terikat (dependen) loyalitas pelanggan (Y), dan variabel intervening atau mediasi yaitu kepuasan pelanggan (Z). hal tersebut terdapat dalam persamaan sebagai berikut:

Persamaan pertama:

$$Z = \beta X + \beta Z + \varepsilon 1$$

Dimana:

Z= variabel kepuasan pelanggan

βX = koefisien jalur X

βY = koefisien jalur Y

$\varepsilon 1$ = error/variabel pengganggu

Persamaan Kedua:

$$Z = \beta X + \varepsilon 1$$

²⁸ Dadang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: Center Of Academy Publishing Service, 2011), h.1

²⁹ Gundono, *Analisis Data Multivariat*, (Yogyakarta: BPFE, 2011), h.218

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dimana:

Z= variabel kepuasan pelanggan

βX = koefisien jalur X

ϵ_1 = error/variabel pengganggu

Persamaan Ketiga:

$$Y = \beta X + \epsilon_1$$

Dimana:

Y= variabel loyalitas pelanggan

βX = koefisien jalur X

ϵ_1 = error/variabel pengganggu

Persamaan Keempat:

$$Z = \beta Y + \epsilon_1$$

Z= variabel kepuasan pelanggan

βY = koefisien jalur Y

ϵ_1 = error/variabel pengganggu

2) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah kondisi dimana varian dari nilai sisa adalah tidak sama (unequal) antara satu observer (pengamatan) dengan observer lainnya. Jika varian dan nilai sisa sama (equal) antara satu observer dengan observer lainnya, maka kondisi ini disebut dengan homo skedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi

yang berada dalam posisi homo skedastisitas dan bukan kondisi hetero skedastisitas.³⁰

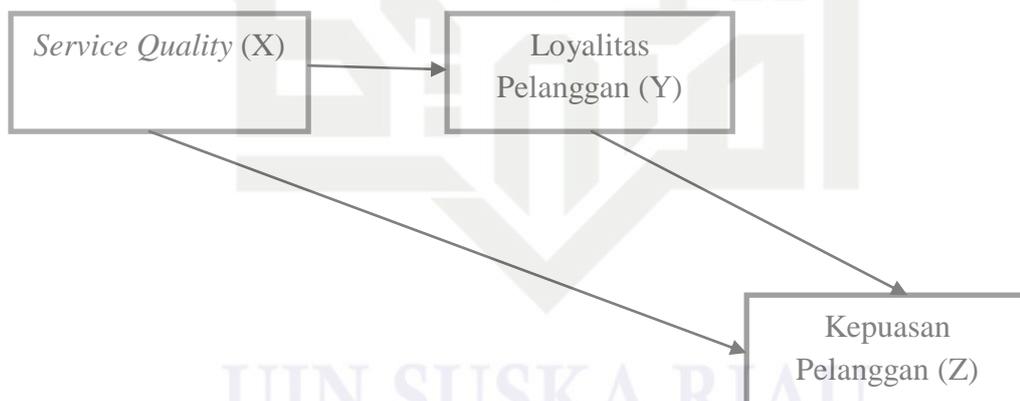
3) Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana variabel – variabel independen dalam persamaan regresi mempunyai korelasi (hubungan) yang erat satu sama lain.³¹

8. Kerangka Penelitian

Untuk memudahkan dalam melakukan analisis dalam penelitian ini maka dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 1.2
Kerangka Penelitian



Penelitian ini mencoba menganalisis pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah *service quality*, variabel terikat (dependen)

³⁰ Irwan Gani, *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi 2015), h. 126

³¹ Nawari, *Analisis Regresi*, (Jakarta: Gramedia, 2010), h. 233

adalah loyalitas pelanggan dan variabel intervening atau mediasi adalah kepuasan pelanggan.

I. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan agar dapat mengetahui secara global apa yang akan diuraikan selanjutnya untuk keperluan itu dirancangan penyusunan penelitian akan dibuat ke dalam lima bab, antara lain:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : GAMBARAN UMUM DHAPU CAR WASH PEKANBARU

Gambaran umum berisi deskripsi umum tentang wilayah penelitian Dhapu Car Wash Pekanbaru, berisi tentang perkembangan, sejarah, dan profil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

BAB III : TINJAUAN TEORITIS

Dalam bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang berhubungan dengan pembahasan konsep *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada cucian mobil Dhapu Car wash Pekanbaru.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan hasil penelitian tentang bagaimana pengaruh *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada cucian mobil Dhapu Car Wash

Pekanbaru, apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *service quality* terhadap kepuasan pelanggan, *service quality* terhadap loyalitas pelanggan, loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh langsung dan tidak langsung *service quality* terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan, serta bagaimana tinjauan Ekonomi Islam tentang *service quality*, loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini merupakan bagian penutup yang berisikan kesimpulan disertai 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

GAMBARAN UMUM DHAPU CAR WASH PEKANBARU

A. Sejarah Singkat Dhapu Car Wash Pekanbaru

Dhapu Car Wash didirikan oleh saudara Putra. Dhapu Car Wash beralamat di Jl. Sisingamangaraja No.102, rintis, Kec. Lima Puluh, Kota Pekanbaru, Riau 28156. Sudah beroperasi sejak 10 Februari 2016 dengan jumlah karyawan kurang lebih 12 orang yang terdiri dari manager, kasir, waitress, karyawan pencuci mobil.

Dhapu merupakan asal nama yang artinya dapur dari bahasa Aceh. Sehubungan dengan sang owner berasal dari Aceh. Dhapu Car Wash sendiri merupakan cabang dari Dhapu Koffie yang berada di Jl. Ronggowarsito No. 129, Gobah Pekanbaru. “Dhapu Koffie itu artinya dapur kopi yang berasal dari aceh, kebetulan saya asli orang Aceh. Ingin membuat suasana baru juga dengan nama yang seperti ini, yang pastinya belum ada orang buat juga agar orang penasaran”.³² Ungkap putra selaku owner Dhapu Car Wash dan Dhapu Koffie.

Menciptakan suasana tempat yang cocok bagi penikmat kopi yang tidak hanya menikmati kopinya saja, melainkan suasana yang nyaman untuk nongkrong, sambil bersantai menunggu mobil selesai perawatan. Ditambah dengan ruangan yang nyaman, parkir yang luas, fasilitas yang memadai, serta tempat yang strategis membuat sang owner semakin mantap dengan usahanya

³² Putra, Owner Dhapu Car Wash & Dhapu Koffie, *Wawancara*, Pekanbaru 09 Agustus 2020.

tersebut. “untuk konsep tempat kita ciptakan sendiri, buat sedemikian rupa agar pengunjung betah dan nyaman untuk bersantai menikmati kopi sambil menunggu perawatan mobil seperti cuci mobil, full salon dll. Memilih coffie shop sekaligus dengan adanya car wash ya karena sekarang lagi ngetrend, terus juga melihat untuk prospek kedepannya bagus bahkan sampai 10 tahun kedepan.”³³

B. Struktur Organisasi Dhapu Car Wash Pekanbaru

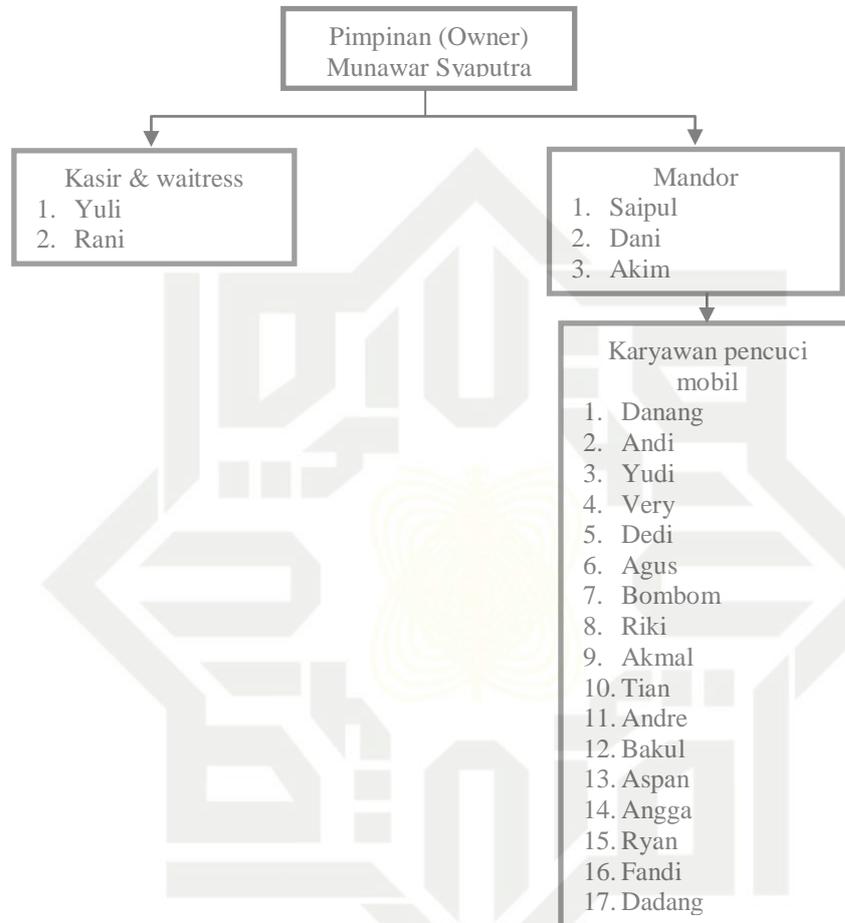
Cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru merupakan salah satu jenis usaha yang bergerak dibidang jasa pencucian mobil, mempunyai struktur organisasi yang menggambarkan pembagian aktivitas-aktivitas yang menunjukkan pembagian tugas dengan jelas dan sederhana.

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.

³³ Putra, Owner Dhapu Car Wash & Dhapu Koffie, *Wawancara*, Pekanbaru 09 Agustus 2020.

Gambar 2. 2
Struktur Organisasi Dhapu Car Wash



Sumber: Dhapu Car Wash Pekanbaru

Keterangan :

1. Owner
Pemilik dari Usaha Dhapu Car Wash.
2. Mandor
Memiliki tugas sebagai pengawas, merencanakan, melaksanakan, mengkoordinasi, dan memberikan evaluasi terhadap kinerja bawahannya.
3. Kasir dan Karyawan
Memiliki tugas sebagai pengawas, melayani 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.

C. Aktivitas Dhapu Car Wash Pekanbaru

Dhapu Car Wash merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, yang menawarkan dan melayani jasa perawatan dan cucian mobil kepada pelanggan. Dhapu Car Wash memberikan pelayanan berupa cuci mobil biasa maupun cuci mobil dengan perawatan salon.

Penjualan jasa cucian mobil Dhapu Car Wash memiliki penetapan tarif yang berbeda untuk setiap jenis kendaraan yang dilayani. Dhapu Car Wash juga memberikan layanan booking cuci mobil tanpa antri untuk mempermudah 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Service Quality (Kualitas Pelayanan)

1. Pengertian Service (Pelayanan)

Pelayanan merupakan terjemahan dari istilah *service* dalam bahasa Inggris yang berarti setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.³⁴

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.³⁵

Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan juga tergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.³⁶

³⁴Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h.20

³⁵Ikatan Bangkir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.75

³⁶Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2011), h.260

Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

2. Pengertian Quality (Kualitas)

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia, kualitas didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.³⁷

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis dimana yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.³⁸ Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan-persyaratan tersebut.³⁹

Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dimana produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk dimensi-dimensi kritis dan tiap bagian yang dihasilkan. Pada bidang jasa, kualitas dipertahankan dengan memenuhi standar pelayanan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan tujuan

³⁷ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2011), h.11

³⁸ Fandy Tjiptono, *Op.cit.*, h.329

³⁹ Toni Wijaya, *Op.cit.*, h. 11

yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen.⁴⁰

Defnisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas adalah merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Maksud dari pengertian diatas dapat diringkaskan sebagai berikut: Apabila barang atau jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas barang dan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika barang atau jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas barang atau jasa tergantung pada kemampuan penyedia dalam hal ini produsen dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Adapun faktor yang mempengaruhi kualitas:

a. Fungsi suatu produk

Di dalam menciptakan atau memberikan suatu produk baik berupa barang atau jasa yang tidak boleh dilupakan adalah memperhatikan fungsi dari produk tersebut, yaitu untuk apakah produk ataupun jasa tersebut digunakan atau diberikan, dengan demikian produk tersebut dapat memenuhi fungsinya. Kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh fungsi dari produk yang digunakannya, maka

⁴⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014),331

hendaknya kualitas dari suatu produk harus sesuai dengan fungsi untuk apa produk tersebut disediakan atau diciptakan.

b. Wujud luar

Dari mutu produk seringkali digunakan oleh konsumen untuk menentukan kualitas produk yang akan dibelinya. Orang akan menganggap kualitas dari suatu produk tersebut baik, apabila wujud luarnya menarik. Padahal tidak selamanya demikian. Oleh karena itu meskipun secara teknis atau mekanis produk tersebut telah maju namun wujud luarnya atau penampilannya menarik (kurang dapat diterima), maka hal ini akan menyebabkan kurang senang.

c. Biaya barang penyedia jasa

Adapun suatu penilaian bahwa suatu produk (barang atau jasa) yang berharga mahal adalah yang berkualitas baik dan sebaliknya produk yang memiliki harga murah dianggap sebagai produk yang memiliki kualitas rendah.

Semua ini terjadi karena untuk menghasilkan atau memberikan produk yang berkualitas baik, biasanya membutuhkan biaya yang lebih banyak. Sebenarnya tidak demikian halnya, sebab biaya atau harga yang diperkirakan tidak selamanya biaya yang sebenarnya.⁴¹

Dapat disimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

⁴¹ Wirdayani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2017, h. 55-56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Pengertian Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Lewis dan Booms merupakan pakar yang pertama kali mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Menurut Olson dan Dover, ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk yang bersangkutan.⁴²

Kualitas pelayanan jasa adalah hasil akhir dari perbandingan antara pelayanan yang diharapkan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja pelayanan actual.⁴³ Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka pelayanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka pelayanan dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka pelayanan tersebut memuaskan. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Perbedaan antara harapan dan kenyataan dapat diketahui berdasarkan dimensi kualitas jasa.⁴⁴

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa pelayanan merupakan kondisi dari kinerja yang dimiliki oleh suatu perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

⁴² Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011), cet. Ke-1, h.180-181

⁴³ Fandy Tjiptono, *Op.cit.*, h.330

⁴⁴ Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Ghalia Indonesia, 2016), cet. Ke-1, h. 107

4. Indikator Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Dimensi kualitas jasa yang terkenal adalah yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithmal dan Berry dengan lima dimensi. Kelima dimensi tersebut adalah *reliability*(kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangible* (produk-produk fisik).⁴⁵

- a. *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
- b. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan sangat cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan.
- c. *Assurance* (jaminan), meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat yang dapat dipercaya dari kontak personil untuk menghilangkan ifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko.

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Op.cit.*, h.347

- d. *Emphaty* (empati), yang meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memenuhi kebutuhan maupun kesulitan, konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudaha dalam melakukan komunikasi dan hubungan.
- e. *Tangible* (produk-produk fisik), tersedia fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan lain-lain yang dapat dan harus ada dlam proses dan jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bantu hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa.

5. Manfaat Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Pelayanan yang baik tentu akan memberikan hal yang baik pula untuk perusahaan. Karena pelayanan ini merupakan wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka ini dapat memberikan keuntungan tersendiri dari perusahaan seperti:

a. Pelanggan akan setia

Konsumen akan setia kepada perusahaan karena konsumen merasa pelayanan perusahaan sangat baik, pelanggan bisa jadi akan menjadi pelanggan tetap perusahaan tersebut.

b. Pelanggan bisa menjadi media iklan.

Pelanggan bisa menjadi media iklan gratis dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan perusahaan, pelanggan bisa saja menyebarkan mengenai hal tersebut kepada rekan rekan atau tetangganya sehingga perusahaan bisa menjadi lebih dikenal.

- c. Kelangsungan bisnis jangka panjang terjamin.

Dengan semakin banyaknya pelanggan tetap perusahaan, maka perusahaan tidak perlu khawatir tidak akan mendapatkan pelanggan, karena sudah adanya para pelanggan tetap tersebut.

- d. Pelanggan tidak akan memperlmasalahkan mengenai harga karena rasa kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, maka pelanggan tidak akan memperlmasalahkan mengenai harga terhadap suatu produk yang ditawarkan perusahaan.

- e. Pelanggan merasa puas karena kebutuhannya terpenuhi

Kebutuhan pelanggan bukan hanya dari kualitas produk, melainkan juga dari segi kualitas pelayanan perusahaan. Dengan pelayanan yang baik, maka pelanggan akan merasa bahwa semua kebutuhannya telah dipenuhi oleh perusahaan.

- f. Nama baik perusahaan meningkat

Hal ini dikarenakan semakin banyaknya pelanggan yang merasa puas dan menjadi pelanggan yang setia sehingga nama baik perusahaan meningkat di mata semua pelanggan

- g. Unggul dalam persaingan bisnis

perusahaan bisa dikatakan satu langkah didepan perusahaan lainnya dalam bersaing karena pelanggan telah mempercayai baik dari segi pelayanan maupun kualitas produk perusahaan tersebut.

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

6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Parasuraman dalam Nasution menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:⁴⁶

a. *Perceived Service*

Perceived service terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.

b. *Expected service*

Expected Service terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Factor-faktor dominan didalam pelayanan jasa terdiri dari:⁴⁷

1) *Technical Quality* yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* jasa yang diterima pelanggan. *Technical quality* dapat dirinci lagi menjadi:

a) Kualitas yang dapat dievaluasi sebelumnya contohnya harga.

b) Kualitas yang dapat dievaluasi pasien setelah mendapat pelayanan jasa contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan.

c) Kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa contohnya kualitas operasi jantung.

2) Kompenen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.

⁴⁶ Ahmad Khusaini, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA CLUB Arena Yogyakarta*, Jurnal Online diakses Pada 04 Agustus 2010.

⁴⁷ Fandy Tjiptono, *Op.cit.*, h.350

3) Reputasi, profil dan daya tarik khusus perusahaan.

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) sendiri berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facto*” (melakukan atau membuat). Kepuasan dapat diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”.⁴⁸

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.⁴⁹

Dari pemaparan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan adalah suatu perasaan, tanggapan emosional dan hasil penilaian seseorang mengenai perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan.

2. Pengertian Pelanggan

Pembeli/pelanggan adalah orang yang paling diharapkan kedatangannya dalam suatu perusahaan. Pembeli tidak tergantung pada perusahaan tetapi perusahaan tergantung pada pembeli, pembeli bukan menerima pekerjaan tetapi pembeli yang memberikan pekerjaan, pembeli bukan seorang untuk menilai atau menghitung tetapi pembeli adalah seorang yang mengungkapkan.⁵⁰

⁴⁸ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed 13, h.43

⁴⁹ *Ibid.*, h.177

⁵⁰ Mhd Rusydi, *Customer Excellence, Cetakan Pertama* (Yogyakarta:Gosyen Publishing,

Pelanggan adalah pemaksimal nilai. Mereka membentuk ekspektasi nilai dan bertindak berdasarkan nilai tersebut. Pembeli akan membeli dari perusahaan yang mereka anggap memberikan nilai tertinggi yang dapat diantarkan kepada pelanggan.

Pelanggan merupakan satu-satunya alasan perusahaan membangun pabrik, mempekerjakan karyawan, atau melibatkan diri dalam aktivitas bisnis apapun. Tanpa pelanggan, anda tidak mempunyai bisnis.

Dari pernyataan-pernyataan diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan, nilai bagi suatu perusahaan. Maka dari itu, pelanggan memiliki peranan sangat penting bagi perusahaan, dan banyak perusahaan menerapkan cara-cara mempertahankan serta mengembangkan hubungan dengan pelanggan.

3. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (ekspektasi). Konsumen membentuk ekspektasi mereka dari pengalaman sebelumnya, seperti mempertanyakan kepada rekan atau teman yang sudah membeli atau menggunakan produk yang sudah ditawarkan, serta informasi penawaran dari perusahaan tersebut. Apabila perusahaan berekspektasi terlalu tinggi, maka konsumen akan kecewa. Dan sebaliknya apabila ekspektasi 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.



ditawarkan oleh perusahaan terlalu rendah, maka konsumen tidak akan tertarik dengan produk yang ditawarkan.⁵¹

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan merupakan penilaian dari pelanggan atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.⁵² Secara umum, kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kunci dalam mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen.⁵³

Dari definisi-definisi tentang kepuasan tersebut adanya suatu kesamaan makna bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah penggunaan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan terpenuhi.

4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator-indikator kepuasan konsumen sebagai berikut.⁵⁴

a. Kesesuaian harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh pelanggan, meliputi:

- 1) Produk yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.

⁵¹ Philip Kotler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, Terjemahan Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed 13, h.139

⁵² Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010), h.238

⁵³ Kotler dan Keller, *Op.cit.*, h.138

⁵⁴ Fandy Tjiptono, *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012), h.101

- 2) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
 - 3) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b. Minat berkunjung kembali
- Merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait, meliputi:
- 1) Berminat berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
 - 2) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk.
 - 3) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c. Kesediaan merekomendasikan
- Merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga, meliputi:
- 1) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena pelayanan yang memuaskan.
 - 2) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
 - 3) Menyarankan teman atau kerabat untuk membeli produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Peningkatan kepuasan nasabah sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan nasabah yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan profitabilitas pelanggan.⁵⁵

5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang membentuknya, perusahaan mengukur kepuasan konsumen secara regular karena salah satu kunci bagi konsumen adalah kepuasan konsumen.⁵⁶

Faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut:⁵⁷

a. Kualitas produk

Pelanggan akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

c. Emosional

Pelanggan merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

⁵⁵ Fitri Novianti Pramudya, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum Di Pegadaian Syariah*, Jurnal Online diakses Pada 26 Juli 2020

⁵⁶ Donni Priansa, *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.203

⁵⁷ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), h.163

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

e. Konveniensi

Pelanggan yang mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu:⁵⁸

- a. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli.
- b. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal digunakan.
- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.

⁵⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa, Op.cit.*, h.432

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- g. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

C. Loyalitas Pelanggan

1. Pengertian Loyalitas

Definisi loyalitas adalah pembentukan sikap dan pola perilaku seorang konsumen terhadap pembelian dan penggunaan produk hasil dari pengalaman mereka sebelumnya. Loyalitas merupakan sikap dan perilaku pelanggan yang menunjukkan adanya pembelian berulang akan suatu barang atau jasa selain itu juga menunjukkan komitmen yang tinggi pada merek atau perusahaan tersebut.⁵⁹

Loyalitas merupakan kondisi psikologis (*attitudinal* dan *behavioural*) yang berkaitan dengan sikap terhadap produk, konsumen akan membentuk keyakinan, menetapkan suka atau tidak suka, dan memutuskan apakah mereka ingin membeli produk.⁶⁰

Loyalitas berkembang mengikuti empat tahap secara berturut, yaitu kognitif, efektif, konatif dan tindakan.⁶¹

- a. Tahap pertama loyalitas kognitif

Yaitu konsumen yang mempunyai loyalitas tahap pertama ini menggunakan basis informasi yang memaksa menunjukan pada satu

⁵⁹ Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, Agung Suwandar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*, Jurnal Bisns dan Manajemen Vol. 3 No. 1, Januari 2016, h. 123

⁶⁰ Ahmad Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS, 2013), h.134

⁶¹ *Ibid.*, h.134-136

mere katas merek lainnya, loyalitasnya hanya didasarkan pada aspek kognisi saja. Sebagai comtoh, sebuah swalayan secara konsisten selalu menawarkanharga yang lebih rendah disbanding pesaing yang ada.

b. Loyalitas efektif

Loyalitas tahap kedua didasarkan aspek efekif konsumen. Sikap merupakan fungsi dari kognisi (pengharapan) pada periode awal pembelian (masa prakonsumsi) dan merupakan fungsi dari sikap sebelumnya plus kepuasan diperiode berikutnya (masa pasca konsumsi).

c. Tahap ketiga loyalitas konatif

Yaitu niat melakukan, yang dipengaruhi oleh perubahan-perubahan efektif terhadap merek. Kondisi menunjukkan suatu niat atau komitmen untuk melakukan sesuatu kea rah tujuan tertentu.

d. Tahap keempat loyalitas tindakan

Meskipun pembelian ulang adalah suatu hal yang sangat pentingbagi pemasar, penginterprestasian loyalitas hanya pada pembelian ulang saja tidak cukup, karena pelanggan yang membeli ulang belum tentu mempunyai sikap positif terhadap barang atau jasa yang dibeli.

2. Pengertian Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu yang

ditunjukkan dengan adanya perilaku pembelian.⁶² Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan produk pilihan atau jasa di masa depan meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan konsumen beralih ke produk lain.⁶³

Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu merek produk atau merek jasa pada kurun tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk ataupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan pelanggan memiliki kemampuan.⁶⁴

Loyalitas pelanggan merupakan ukuran yang dapat diandalkan untuk memprediksi pertumbuhan penjualan juga loyalitas pelanggan dapat didefinisikan berdasarkan perilaku pembelian konsumen yang konsisten.⁶⁵

- a. Konsumen melakukan pembelian berulang secara teratur
- b. Membeli antar lini produk atau jasa (*purchase across product and service lines*).
- c. Mereferensikan kepada orang lain (*Refers other*)
- d. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*demonstrate an immunity to the full of the competition*)

⁶² Jill Griffin, *Customer Loyalty ;Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Dialih bahasakan oleh; Dwi Kartini Yahya, (Jakarta: Erlangga, 2012), h.16

⁶³ Kotler dan Keller, *Marketing Managment*, Ed-14, (New Jersey: Hall Internatinal Pres, 2012), h.207

⁶⁴ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012), h. 123

⁶⁵ *Ibid.*, h. 124

Berdasarkan definisi-definisi diatas terlihat bahwa loyalitas lebih ditujukan pada suatu perilaku, yang ditunjukkan dengan pembelian rutin dan didasarkan pada pengambilan keputusan. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan secara berkelanjutan bagi perusahaan.

3. Indikator Loyalitas Pelanggan

Indikator loyalitas pelanggan diantaranya, sebagai berikut:⁶⁶

a. Melakukan pembelian berulang

Maksudnya konsumen yang telah melakukan penggunaan suatu produk sebanyak dua kali atau lebih. Mereka adalah yang melakukan penggunaan atas produk yang sama sebanyak dua kali, atau membeli dua macam produk yang sama dalam dua kesempatan.

b. Membeli produk dan jasa lain dengan produsen yang sama

Maksudnya menggunakan semua barang atau jasa yang ditawarkan yang mereka butuhkan. Mereka menggunakan secara teratur, hubungan dengan jenis konsumen ini sudah kuat dan berlangsung lama, yang membuat mereka tidak terpengaruh oleh produk pesaing.

c. Merekomendasikan kepada orang lain

Maksudnya menggunakan barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dan yang mereka butuhkan, serta melakukan pembelian secara teratur. Selain itu, mereka mendorong teman-teman agar menggunakan barang atau jasa perusahaan atau merekomendasikan perusahaan tersebut pada orang lain, dengan begitu secara tidak

⁶⁶ Jill Griffin, *Op.cit.*, h.35

langsung mereka telah melakukan pemasaran untuk perusahaan dan membawa konsumen untuk perusahaan.

d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk pesaing

Maksudnya tidak mudah tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

4. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah sebagai berikut:⁶⁷

- a. Kepuasan (*Satisfaction*) Pelanggan akan loyal terhadap suatu produk atau jasa bila ia mendapatkan kepuasan dari hal tersebut.
- b. Perilaku Kebiasaan (*Habitual Behavior*) Kesetiaan konsumen dapat dibentuk karena kebiasaan pelanggan.
- c. Komitmen (*Commitment*) Dalam suatu produk atau jasa yang kuat terdapat pelanggan konsumen yang memiliki komitmen dalam jumlah yang banyak.
- d. Kesukaan Produk (*Linking of The Brand*) Kesetiaan terbentuk dan dipengaruhi oleh tingkat kesetiaan pelanggan secara umum.
- e. Biaya Pengalihan (*Switching Cost*) Adanya perbedaan pengorbanan atau resiko kegagalan, biaya energi dan fisik yang dikeluarkan pelanggan, karena dia memilih salah satu alternatif.

⁶⁷ Lili Suryati, *Op.cit.*, h. 126

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

D. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Service Quality

Dalam Islam ada hal yang mengatur tentang berinteraksi, yaitu hubungan kepada Allah atau hablumminallah dan hubungan antar sesama manusia yaitu hablumminannas. Hablumminallah, maknanya ialah perjanjian dari Allah. Yaitu masuk Islam atau beriman-Islam dan siap melaksanakan rukun iman dan Islam. Hal itu dibuktikan dengan amal ibadah kepada Allah, bertakwa kepada-Nya dan menjalankan segala perintah dan menjauhi larangan Allah SWT dan Rasulullah SAW. Sedangkan hablumminannas adalah menjalin hubungan antar sesama manusia dengan akhlak yang baik yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan terbaik umat manusia.⁶⁸

Membahas tentang akhlak yang baik ada sangkut pautnya dengan pelayanan seorang Muslim kepada sesama, seperti dalam berbisnis berdagang misalnya, seorang pedagang harus bersikap ramah dan sopan kepada pembeli. Di dalam Al-quran sendiri Allah SWT menyuruh berbuat baik sesama manusia seperti dalam firman-Nya:



 وَأَبْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۗ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۗ

 وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۗ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ ۗ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

 الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah engkau (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat

⁶⁸<http://umma.id/post/pengertian-hablum-minallah-dan-hablum-minannas-kesalahan-individu-dan-sosial-331479?lang=id>

baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di muka bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”. (QS. al-Qashas : 77)⁶⁹

Jika seseorang itu beriman maka cukuplah apa yang diperintahkan Allah dalam ayat diatas itu untuk diamalkan. Dalam hadits juga diterangkan tentang sikap ramah. Diriwayatkan dari Jabir, Rasulullah SAW bersabda: *"Orang beriman itu bersikap ramah dan tidak ada kebaikan bagi seorang yang tidak bersikap ramah. Dan sebaik-baik manusia adalah orang yang paling bermanfaat bagi manusia"* (HR Thabrani dan Daruquthni).⁷⁰

Hadis tersebut memerintahkan kita agar menjadi manusia yang ramah kepada sesama sekaligus bermanfaat. Jauh dari mudarat, merusak, dan zalim, melainkan bermanfaat bagi lingkungan. Menghormati dan melayani sesama dengan adil, penuh dedikasi, dan profesional.

E. Tinjauan Ekonomi Islam tentang Kepuasan Pelanggan

Dalam salah satu hadits Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam mengajarkan tentang bagaimana memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan standar syariah. Rasulullah Shallallahu'alaihi wa sallam bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik: *"Telah menceritakan kepada kami (Musaddad) berkata, telah menceritakan kepada kami (Yahya) dari (Syu'bah) dari (Qotadah) dari (Anas) dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam Dan dari (Husain Al Mu'alim) berkata, telah menceritakan kepada kami (Qotadah) dari (Anas) dari Nabi shallallahu*

⁶⁹ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahan*, (Jakarta Timur: Magfirah Pustaka, 2013), h.329

⁷⁰ <http://m.republika.co.id>

'alaihi wasallam, beliau bersabda: “Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”.

Inti hadits ini adalah “Perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri anda sendiri”. Siapapun pasti ingin diperlakukan dengan baik, pasti ingin dilayani dengan baik, ingin dilayani dengan cepat, maka aplikasikanlah keinginan tersebut ketika melayani orang lain.⁷¹

Dalam perspektif islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah dengan merasakan pelayanan yang baik. Al Qur’an telah memerintahkan agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut dengan sapaan yang baik dan sopan manakala ia berbicara kepada orang lain. Allah Subhanahu wa Ta’ala berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 83 yang berbunyi:

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

Artinya: “Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): Janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. Kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.”⁷²

⁷¹ Rafidah, *Kualitas Pelayanan Islami Pada perbankan Syariah*, Jurnal Nalar Fiqh, Vol. 10 No. 2, Desember 2014, h. 118-119.

⁷² Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzul, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015), h.12

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah Subhanahu wa Ta'ala menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik dengan sikap yang baik. Hal ini, akan membuat lawan bicara merasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah nasabah merasa terlayani dengan baik dan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan nasabah akan berdampak positif bagi lembaga keuangan, karena akan meningkatkan kepercayaan nasabah pada lembaga bersangkutan.

Berdasarkan teori *maqasid syariah* dengan pendekatan konsep *Islamic Marketing*, bertujuan untuk kemaslahatan hidup masyarakat baik di dunia maupun di akhirat. Dengan demikian, konstruk yang dibangun terkait pemasaran dilandasi nilai-nilai syariah islam, salah satunya adalah kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, *masalahah*, manfaat, berkah, keyakinan, dan kehalalan. Kepuasan pelanggan dengan layanan inti dalam konteks pemasaran Islam, dikonseptualisasikan melalui tiga indikator yaitu sikap lemah lembut, murah hati, dan mengutamakan pelanggan (*itsar*).

Bentuk layanan yang dilandasi nilai-nilai filosofis syariah yang memiliki hubungan transendental, dimana nilai-nilai tersebut dituntut oleh wahyu Allah yang belum terjangkau dalam teori pemasaran konvensional, akan memberikan dua dimensi nilai-nilai hubungan vertical maupun horizontal (*habl min-Allah wa habl min naas*).

Ditinjau dari dimensi hubungan horizontal memiliki pengaruh hubungan antara pelanggan dengan pemasaran, dimana pelanggan akan merasa puas atas layanan yang diberikan oleh para pemasar melalui sikap dan perilaku

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



lemah lembut, murah hati dan mengutamakan pelanggan (*itsar*). Jika pelanggan merasa puas maka akan menciptakan serta meningkatkan loyalitas pelanggan, sehingga terbangun hubungan jangka panjang.

Dimensi kedua adalah hubungan vertical kepada Allah SWT, bahwa perilaku pemasar yang dipandu oleh nilai-nilai Islam yang bersumber Al-Qur'an dan as-Sunnah akan menyadari bahwa setiap layanan yang diberikan kepada pelanggan didasari ibadah dan semata-mata hanya mengharap ridha Allah SWT. Dengan demikian akan terhindar dari sifat dan sikap sombong/takabur, tinggi hati, dan mementingkan diri sendiri karena menyadari semua yang dilakukan di duniakelak akan dipertanggung jawab dihadapan Allah SWT.⁷³

F. Tinjauan Ekonomi Islam Tentang Loyalitas Pelanggan

Loyalitas dalam Islam disebut dengan *al-wala'*. Secara etimologi, *alwala'* memiliki beberapa makna, antara lain mencintai, menolong, mengikuti, dan mendekat kepada sesuatu. Dalam terminology syariat, *al-wala'* bermakna penyesuaian diri seorang hamba terhadap apa yang disukai dan diridhoi Allah, berupa perkataan, perbuatan, keyakinan, dan orang (pelaku). Jadi, ciri utama orang mukmin yang ber-*wala'* kepada AllahSWT adalah mencintai apa yang dicintai Allah dan membenci apa yang dibenci Allah. Ia mengimplementasikan semua itu dengan penuh komitmen.

⁷³ Moh Nasuka, *Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti (Suatu Pendekatan Konsep Islamic Marketing)* Jurnal Syari'ah dan Hukum Diktum, Vol 15, No 2, Desember 2017 h.201

Akidah *al-wala'* ini memiliki kedudukan yang sangat urgen dalam keseluruhan muatan Islam.

1. Merupakan bagian penting dari makna syahadat. Maka, menetapkan “hanya Allah” dalam syahadat tauhid berarti seorang muslim harus berserah diri hanya kepada Allah, membenci dan mencintai hanya karena Allah, lembut dan marah hanya kepada Allah, dan ia harus memberikan dedikasi maupun loyalitasnya hanya kepada Allah.
2. Merupakan bagian dari ikatan iman yang kuat.
3. Merupakan sebab utama yang menjadikan hati bias merasakan manisnya iman.
4. Merupakan tali hubungan dimana masyarakat Islam dibangun di atasnya. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam surat al-Hujuraat ayat 10 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ

Artinya: “Orang-orang beriman itu sesungguhnya bersaudara. Sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah kepada Allah, supayakamu mendapat rahmat”.⁷⁴

5. Pahala yang sangat besar bagi orang yang mencintai karena Allah. “Ada tujuh golongan yang akan mendapatkan naungan Allah, dimana pada hari itu tiada naungan kecuali naungan-Nya. (Diantara mereka) adalah dua orang laki-laki yang slaing mencintai karena Allah, mereka berkumpul dan berpisah karena Allah”. (HR Muslim)

⁷⁴ Depatemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzul, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015), h.516

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

6. Perintah syariat untuk mendahulukan akidah *al-wala'* ini daripada hubungan yang lain. Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman dalam surat at-Taubah ayat 24 yang berbunyi:

قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ وَأَزْوَاجُكُمْ وَعَشِيرَتُكُمْ وَأَمْوَالٌ
 أُقْتَرَفْتُمُوهَا وَتِجَارَةٌ تَخْشَوْنَ كَسَادَهَا وَمَسَاكِنُ تَرْضَوْنَهَا أَحَبَّ إِلَيْكُمْ
 مِنْ اللَّهِ وَرَسُولِهِ وَجِهَادٍ فِي سَبِيلِهِ فَتَرَبَّصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرِهِ
 وَاللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْفَاسِقِينَ

Artinya: “katakanlah, jika bapak-bapak, anak-anak, saudara-saudara, istri-istri, kaum keluargamu, harta kekayaan yang kamu usahakan, perniagaan yang kamu khawatiri kerugiannya, dan tempat tinggal yang kamu sukai, adalah lebih kamu cintai daripada Allah dan Rasul-Nya, maka tunggulah sampai Allah mendatangkan keputusan-Nya. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang yang fasik”.⁷⁵

7. Mendapatkan *walayatulillah* dan akidah ini merupakan tali penghubung yang kekal diantara manusia hingga hari kiamat.⁷⁶

Dalam menjaga loyalitas pelanggan, Islam menganjurkan untuk menjaga hubungan dengan berbagai golongan (bukan dalam bentuk aqidah) dengan memberikan kualitas jasa yang baik. Penyedia jasa hendaklah memberikan kualitas jasa yang baik dengan menjaga hubungan baik kepada pelanggannya agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik untuk membentuk loyalitas pelanggan. Keseimbangan dalam hidup akan menciptakan jiwa yang memiliki loyalitas yang merasakan ketenangan lahir

⁷⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzul, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015), h.91

⁷⁶ <http://www.dakwatuna.com/2009/02/02/1873/loyalitas-dalam-islam/amp>

dan batin. Jiwa loyalitas mencerminkan sikap konsisten dan teguh pendirian untuk menggunakan sebuah jasa agar pelanggan menuju keadaan yang lebih baik. Loyalitas pelanggan dalam Islam akan kokoh kalau dibangun dari kepuasan Islam.⁷⁷

Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep loyalitas dalam Islam atau al-wala' adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam wujud menjalankan syariah Islam sepenuhnya. Loyalitas pelanggan dalam Islam terjadi apabila aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak, karena terpenuhinya kewajiban serta hak masing-masing melalui penerapan nilai-nilai Islam.

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.

⁷⁷ Ratnasari, dkk. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2011), h.103

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. *Service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru, hal ini dapat dilihat dari Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa *Service Quality* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. *Service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna jasa cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru, hal ini dapat dilihat dari Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa *Service Quality* berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Loyalitas pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan cucian mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari Sig. sebesar 0.000 dengan taraf signifikan $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak yang artinya bahwa Loyalitas Pelanggan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Pengaruh langsung yang diberikan *service quality* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,546. Sedangkan pengaruh tidak langsung *service quality* melalui kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,3761 yang berarti bahwa pengaruh tidak langsung lebih kecil dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung.
5. Tinjauan ekonomi Islam tentang *service quality*, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada Dhapu Car Wash Pekanbaru ditemukan hasil bahwa belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena masih ada beberapa layanan yang tidak sesuai seperti : masih adanya pelayanan seperti pengeringan mobil yang kurang maksimal, kerapian seluruh karyawan dalam berpakaian yang kurang seragam, tempat berwudhu antara laki-laki dan perempuan tidak dipisahkan. Hal tersebut yang menimbulkan kekecewaan pihak pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran yang kedepannya diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut :

1. Pihak cucian mobil Dhapu Car Wash untuk terus meningkatkan *service quality* maka pelanggan tidak kecewa dan merasa puas karena telah mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya.
2. Pihak cucian mobil Dhapu Car Wash untuk terus meningkatkan *service quality* sehingga pelanggan merasa puas dan akan kembali untuk mencuci mobilnya serta merekomendasikan kepada teman-teman dan keluarganya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Pihak cucian mobil Dhapu Car Wash untuk terus meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga jika harapan pelanggan terpenuhi dan merasa puas maka akan membuat pelanggan menjadi loyal.
4. Pihak cucian mobil Dhapu Car Wash untuk meningkatkan *service quality* dengan maksimal agar pelanggan mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya sehingga pelanggan tidak hanya merasa puas namun juga menjadi loyal untuk melakukan pencucian mobil secara berulang.
5. Pihak cucian mobil Dhapu Car Wash untuk meningkatkan *service quality* yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga dapat memberikan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sehingga aktivitas muamalah itu dapat memberi manfaat yang saling menguntungkan kedua belah pihak.
6. Bagi peneliti selanjutnya : bisa dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Hasan, *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*, (Jakarta: CAPS, 2013)
- Ahmad Khusaini, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA CLUB Arena Yogyakarta*, Jurnal Online diakses Pada 04 Agustus 2010.
- Dadang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi*, (Yogyakarta: Center Of Academy Publishing Service, 2011)
- Departemen Agama Republik Indonesia
- Departemen Agama RI Al-Qur'anul Karim al-Baqarah: 83
- Departemen Agama RI Al-Qur'anul Karim al-Hujarat: 10
- Departemen Agama RI Al-Qur'anul Karim at-Taubah: 24
- Departemen Agama RI. Al-Qur'anul Karim al-Qashas : 77
- Depatemen Agama RI, *Al-Qura'an Maghfirah: Terjemahn, Asbabun Nuzu, Hadis Seputar Ayat, Hikmah, Indeks Tematik*, (Jakarta Timur: Maghfirah Pustaka, 2015)
- Donni Priansa, *Perilaku Konsumen (Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer)*, (Bandung: Alfabeta, 2012)
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Penekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Yogyakarta: ANDI, 2013)
- Fandy Tjiptono & Gregoriuous Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, (Yogyakarta: Andi, 2011), cet. Ke-1
- Fandy Tjiptono, *Service Management (Mewujudkan Layanan Prima)*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2012)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: Andi, 2014)
- Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Yogyakarta: Andi, 2011)

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

Fitri Novianti Pramudya, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Pembiayaan Ar-Rum Di Pegadaian Syariah*, Jurnal Online diakses Pada 26 Juli 2020

Gundono, *Analisis Data Multivariat*, (Yogyakarta: BPFE, 2011)

<http://m.republika.co.id>

<http://umma.id/post/pengertian-hablum-minallah-dan-hablum-minannas-kesalehan-individu-dan-sosial-331479?lang=id>

<http://www.dakwatuna.com/2009/02/02/1873/loyalitas-dalam-islam/amp>

Husaini Usman dan Purnomo Setyady Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2017), Ed ke 3

Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2009), Ed ke-2

Ikatan Bangkir Indonesia, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2014)

Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet. ke-2

Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2002), Ed ke-2

Irwan Gani, *Alat Analisis Data; Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi Dan Sosial*, (Yogyakarta: Andi 2015)

Jill Griffin, *Customer Loyalty ; Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Dialih bahasakan oleh; Dwi Kartini Yahya, (Jakarta: Erlangga, 2012)

Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2008)

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

Kotler dan Keller, *Marketing Managment*, Ed-14, (New Jersey: Hall Internatinal Pres, 2012)

Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Penerbit Deepublish, 2012)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

Lina Anatan, *Service Excellence Competing Trough Competitiveness*, (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2008)

Mhd Rusydi, *Customer Excellence*, (Yogyakarta:Gosyen Publishing, 2006), h.39

Mhd Rusydi, *Customer Excellence, Cetakan Pertama* (Yogyakarta:Gosyen Publishing, 2017)

Moh Nasuka, *Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Dengan Layanan Inti (Suatu Pendekatan Konsep Islamic Marketing)* Jurnal Syari'ah dan Hukum Diktum, Vol 15, No 2, Desember 2017

Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008)

Nawari, *Analisis Regresi*, (Jakarta: Gramedia, 2010)

Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010)

Nurul Huda, *Zakat Perspektif Mikro-Makro: Pendekatan Riset*, (Jakarta: Prenada Media, 2015)

Philip kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009)

Philip Kottler & Keller, *Manajemen Pemasara*, (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed 13,

Philip Kottler & Keller, *Manajemen Pemasara*, Terjemahan Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2008), Ed 13

Philip Kottler & Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008)

Putra, Owner Dhapu Car Wash & Dhapu Koffie, *Wawancara*, Pekanbaru 09 Agustus 2020.

Rafidah, *Kualitas Pelayanan Islami Pada perbankan Syariah*, Jurnal Nalar Fiqh, Vol.10 No. 2, Desember 2014

Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013)

Ratnasari, dkk. *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Ghalia Indonesia, 2011)

Ririn Tri Ratnasari dan Mastuti H. Aksa, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa*, (Ghalia Indonesia, 2016), cet. Ke-1



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Saipul. (Mandor), *Wawancara*, Pekanbaru, Pada Tanggal 17 Desember 2019

Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, Agung Suwandar, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*, Jurnal Bisns dan Manajemen Vol. 3 No. 1, Januari 2016

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2003)

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1998)

Suharto Abdul Majid, *Customer Service Dalam Bisnis Jasa Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2009)

Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2011)

Wirdayani Wahab, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Perbankan Syariah di Kota Pekanbaru*, Jurnal Kajian Ekonomi Islam, Vol. 2 No. 1, Januari-Juni 2017

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

KUISISIONER PENELITIAN

Dalam rangka melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, dengan ini mohon saudara/i untuk dapat memberi jawaban atas pertanyaan kuisisioner berikut ini. Hasil jawaban kuisisioner ini hanya digunakan untuk keperluan penelitian untuk dianalisis menurut ketentuan ilmu pengetahuan yang sesuai serta komprehensif. Adapun jawaban kuisisioner ini bersifat rahasia dan tidak akan berpengaruh terhadap privasi saudara/i.

A. Data Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : (a) Pria (b) Wanita

B. Isi Kuisisioner

Petunjuk pengisian

Berilah tanda *check list* (✓) pada kolom yang tersedia dan sesuai dengan anda:

- | | |
|-----|-----------------------|
| SS | : Sangat Setuju |
| S | : Setuju |
| N | : Netral/Ragu-ragu |
| TS | : Tidak Setuju |
| STS | : Sangat Tidak Setuju |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

C. Variabel *Service Quality* (X)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Menurut saya layanan cuci mobil dhapu car wash dilayani sesuai antrian dan adil.					
2.	Menurut saya cuci mobil dhapu car wash menyelesaikan cuci mobil tepat waktu.					
3.	Cuci mobil dhapu car wash melayani konsumen dengan baik dan sopan.					
4.	Karyawan cuci mobil dhapu car wash menerima dan cepat merespon keluhan konsumen.					
5.	Karyawan melayani konsumen cuci mobil dhapu car wash dengan ramah.					
6.	Menurut saya jika mobil ditinggal untuk dicuci adanya keamanan yang diberikan cuci mobil dhapu car wash.					
7.	Menurut saya adanya layanan jemput mobil ke rumah oleh karyawan cuci mobil dhapu car Wash sangat membantu.					
8.	Menurut saya adanya diskon harga yang diberikan cuci mobil dhapu car wash					
9.	Menurut saya tempat cuci mobil dhapu car wash aman dan dilengkapi fasilitas ibadah, <i>Wi-Fi</i> , wc					
10.	Menurut saya alat cuci mobil di dhapu car wash lengkap dan canggih.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

D. Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya sudah menggunakan layanan cuci mobil di dhapu car wash lebih dari 6 bulan					
2.	Selain cuci mobil biasa saya juga menggunakan layanan cuci kolong mesin, jamur kaca dan lainnya yang ditawarkan dhapu car wash					
3.	Saya akan berbicara positif tentang dhapu car wash kepada teman & saudara					
4.	Saya akan merekomendasikan teman & saudara untuk mencuci mobil di dhapu car wash					
5.	Saya selalu mencuci mobil di dhapu car wash					

E. Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Layanan yang diberikan cuci mobil dhapu car wash sesuai dengan yang saya harapkan.					
2.	Saya akan datang kembali untuk mencuci mobil di dhapu car wash karena layanan bagus.					
3.	Saya akan datang kembali mencuci mobil karena puas dengan fasilitas yang lengkap.					
4.	saya akan menyarankan teman & saudara untuk mencuci mobil di dhapu car wash.					

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

Lampiran. 2

Rekapitulasi Hasil Kuisisioner

DATA FINAL VARIABEL SERVICE QUALITY (X)

No Responden	Butir pernyataan										TOTAL (X)
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	
1	5	4	3	3	3	4	4	3	4	5	38
2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	42
3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	45
4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	44
6	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	46
7	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	45
8	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	42
9	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
10	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	45
11	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
12	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
13	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
14	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
15	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
16	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
17	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
18	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
20	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	39
21	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
22	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	38
23	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	38
24	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	36
25	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
26	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
27	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
28	5	2	5	3	3	5	4	2	5	4	38
29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
30	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4	43
31	5	4	4	3	5	5	3	4	4	5	42
32	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	43
33	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
34	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
35	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
36	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
37	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
38	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

39	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
40	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	40
41	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
42	4	4	3	3	5	5	3	4	4	5	40
43	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
44	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	46
45	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	45
46	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	39
47	4	3	3	3	3	4	5	4	4	5	38
48	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	40
49	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	45
50	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	45
51	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	40
52	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	39
53	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	39
54	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	39
55	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
56	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46
57	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	47
58	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	44
59	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	43
60	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
61	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	45
62	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DATA FINAL VARIABEL SERVICE QUALITY (X)

No Responden	Butir pernyataan										TOTAL (X)
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	
63	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	46
64	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	38
65	5	4	3	4	3	4	3	4	5	4	39
66	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	45
67	5	4	3	4	4	5	5	4	4	5	43
68	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	44
69	5	4	4	4	5	3	3	5	4	5	42
70	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	41
71	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	43
72	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
73	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40
74	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
75	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	46
76	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	42
77	4	3	4	3	3	5	4	4	5	4	39
78	5	5	4	3	5	4	4	2	4	5	41
79	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	43
80	5	4	4	4	5	4	3	3	5	4	41
81	5	4	4	3	4	5	3	2	5	5	40
82	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
83	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
84	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38

DATA FINAL VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No Responden	Butir pernyataan					TOTAL (X)
	p1	p2	p3	p4	p5	
1	3	4	4	4	3	18
2	3	4	4	4	3	18
3	5	4	3	4	4	20
4	5	3	5	5	4	22
5	5	5	5	5	4	24
6	5	4	5	4	5	23
7	5	5	4	5	4	23
8	2	3	4	4	3	16
9	4	3	4	4	3	18
10	5	3	5	3	5	21
11	3	4	4	4	4	19
12	3	4	4	4	4	19
13	3	4	4	4	4	19
14	3	4	4	4	4	19
15	3	4	4	4	4	19
16	3	5	4	4	4	20
17	5	4	4	4	4	21
18	3	4	4	4	3	18
19	3	4	4	4	3	18
20	4	4	4	4	2	18
21	4	4	4	3	3	18
22	3	4	3	3	2	15
23	3	4	3	3	2	15
24	3	4	3	3	2	15
25	3	4	4	4	3	18
26	3	4	4	4	3	18
27	4	4	4	4	4	20
28	3	3	4	4	3	17
29	3	4	5	4	5	21
30	5	4	5	4	5	23
31	5	4	4	5	3	21
32	5	2	4	4	5	20
33	3	4	3	4	3	17
34	4	4	4	4	3	19
35	3	4	4	4	3	18
36	3	4	4	4	3	18
37	3	4	3	4	3	17
38	3	4	3	4	3	17
39	3	4	3	4	3	17
40	3	4	3	4	3	17
41	3	4	4	4	3	18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

42	3	4	4	5	5	21
43	5	4	3	4	4	20
44	5	3	5	4	4	21
45	5	3	4	4	5	21
46	3	3	4	4	2	16
47	5	5	4	5	5	24
48	5	5	3	4	5	22
49	4	3	3	4	5	19
50	5	4	5	5	5	24
51	5	3	5	5	5	23
52	3	4	4	4	4	19
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	3	19
55	3	4	4	4	4	19
56	5	5	5	4	4	23
57	5	3	5	5	5	23
58	5	3	5	5	5	23
59	5	4	4	4	3	20
60	5	4	4	4	4	21
61	4	5	4	4	3	20
62	3	5	4	5	4	21

DATA FINAL VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN (Y)

No Responden	Butir pernyataan					TOTAL (X)
	p1	p2	p3	p4	p5	
63	5	3	5	4	2	19
64	3	4	5	5	3	20
65	3	4	5	5	4	21
66	5	3	4	4	4	20
67	5	3	4	4	4	20
68	5	3	4	4	5	21
69	4	3	5	5	5	22
70	3	4	4	5	5	21
71	5	3	4	4	5	21
72	3	4	4	5	4	20
73	3	4	5	4	5	21
74	4	4	4	4	3	19
75	3	4	5	4	5	21
76	5	5	3	5	4	22
77	5	5	5	5	3	23
78	2	4	4	4	3	17
79	5	4	3	5	4	21
80	4	4	5	5	3	21
81	3	3	5	5	4	20
82	5	5	5	5	4	24
83	4	4	4	4	3	19
84	4	4	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DATA FINAL VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Z)

No Responden	Butir Pernyataan				Total
	P1	P2	P3	P4	
1	5	5	5	5	20
2	5	5	4	4	18
3	5	5	4	4	18
4	5	5	5	4	19
5	5	5	5	4	19
6	5	4	5	4	18
7	5	5	4	4	18
8	4	4	4	5	17
9	4	3	3	4	14
10	5	4	4	4	17
11	4	5	4	4	17
12	4	5	4	4	17
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	5	4	4	4	17
16	5	4	4	4	17
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	3	15
21	4	4	4	3	15
22	4	3	3	3	13
23	4	3	3	3	13
24	4	3	3	3	13
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	3	4	3	3	13
29	5	5	5	5	20
30	4	4	5	4	17
31	5	5	5	4	19
32	5	4	4	5	18
33	4	4	4	4	16
34	4	4	4	3	15
35	4	3	4	3	14
36	4	3	4	3	14
37	4	4	4	3	15
38	4	4	4	3	15
39	4	4	4	3	15
40	4	4	4	3	15
41	4	4	4	4	16

42	5	5	5	4	19
43	4	5	4	4	17
44	5	5	4	4	18
45	5	5	4	4	18
46	5	4	4	5	18
47	5	5	5	4	19
48	4	4	5	4	17
49	5	4	4	4	17
50	5	4	5	5	19
51	5	5	5	5	20
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16
55	4	4	4	4	16
56	4	4	5	5	18
57	5	4	4	4	17
58	5	5	5	4	19
59	5	4	4	4	17
60	4	4	5	5	18
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	4	19

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DATA FINAL VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Z)

No Responden	Butir Pernyataan				Total
	P1	P2	P3	P4	
63	5	5	5	5	20
64	4	4	4	5	17
65	5	5	4	5	19
66	4	4	4	5	17
67	4	4	4	4	16
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	5	4	4	5	18
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	5	4	5	5	19
77	4	5	5	4	18
78	4	4	4	5	17
79	5	5	5	5	20
80	4	5	4	5	18
81	4	4	5	4	17
82	5	5	5	5	20
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Lampiran. 3 Olah Data SPSS

1. Deskripsi Data Variabel *Service Quality* (X), Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) Dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)

Tabel Statistik Deskriptif Variabel

		Variabel Service Quality (X)	Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)
N	Valid	84	84	84
	Missing	0	0	0
	Mean	41,17	19,81	17,17
	Median	40,00	20,00	17,00
	Mode	39	21	16
	Range	13	9	7
	Minimum	36	15	13
	Maximum	49	24	20
	Sum	3458	1664	1442

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS



UJI INSTRUMEN PENELITIAN

A. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Tabel Hasil Uji Validitas *Service Quality*

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,552	0,1807	Valid
2	0,433	0,1807	Valid
3	0,389	0,1807	Valid
4	0,475	0,1807	Valid
5	0,641	0,1807	Valid
6	0,490	0,1807	Valid
7	0,234	0,1807	Valid
8	0,759	0,1807	Valid
9	0,512	0,1807	Valid
10	0,509	0,1807	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,703	0,1807	Valid
2	0,185	0,1807	Valid
3	0,596	0,1807	Valid
4	0,654	0,1807	Valid
5	0,738	0,1807	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,788	0,1807	Valid
2	0,827	0,1807	Valid
3	0,832	0,1807	Valid
4	0,802	0,1807	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel Uji Reliabilitas Semua Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
<i>Service Quality</i> (X)	0,682	Reliabel
Loyalitas Pelanggan (Y)	0,723	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Z)	0,823	Reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. UJI NORMALITAS VARIABEL

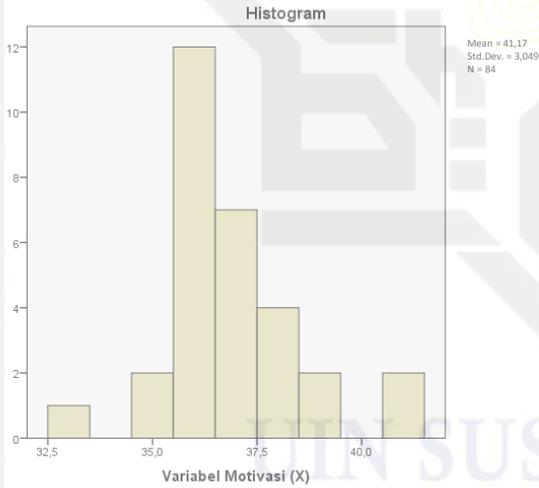
Hasil Uji Normalitas K-S-Z
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Variabel Service Quality	Variabel Loyalitas Pelanggan	Variabel Kepuasan Pelanggan
N		84	84	84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41,17	19,81	17,17
	Std. Deviation	3,049	2,187	1,925
Most Extreme Differences	Absolute	,214	,103	,109
	Positive	,214	,103	,109
	Negative	-,138	-,100	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		1,959	,941	,996
Asymp. Sig. (2-tailed)		,211	,339	,274

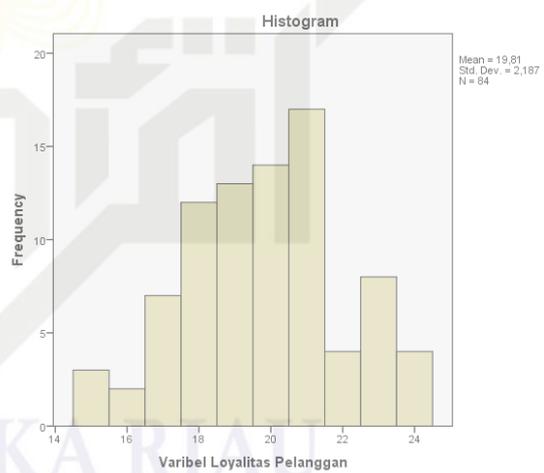
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Sumber: Pengolahan Data SPSS

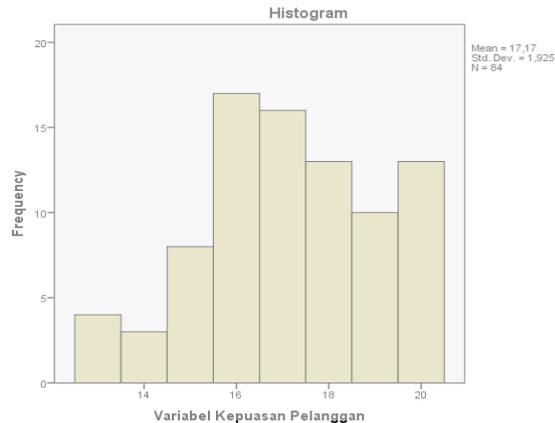
Grafik Histogram Variabel Service Quality



Grafik Histogram Variabel Kepuasan Pelanggan



Grafik Histogram Variabel Keuasan 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.

C. UJI HOMOGENITAS

Tabel Hasil Uji Homogenitas Variabel *Service Quality* (X)

Test of Homogeneity of Variances

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,874	9	74	,069

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel Hasil Uji Homogenitas Variabel *Loyalitas Pelanggan* (Y)

Test of Homogeneity of Variances

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,652	9	72	,749

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel Hasil Uji Homogenitas Variabel *Service Quality* (X)

Test of Homogeneity of Variances

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,039	9	72	,418

Sumber: Pengolahan Data SPSS

D. UJI LINIERITAS

Tabel Hasil Uji Linearitas Variabel *Service Quality* (X) dan *Loyalitas Pelanggan* (Z)
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	164,909	11	14,992	4,652	,000
Variabel <i>Loyalitas Pelanggan</i> *	Between Groups	Linearity	128,313	1	128,313	39,814	,000
		Deviation from Linearity	36,596	10	3,660	1,136	,349
Variabel <i>Service Quality</i>	Within Groups		232,043	72	3,223		
	Total		396,952	83			

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel Hasil Uji Linearitas
Variabel *Service Quality* (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y)
 ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
		(Combined)	140,871	11	12,806	5,528	,000
Variabel Kepuasan Pelanggan *	Between Groups	Linearity	97,054	1	97,054	41,895	,000
		Deviation from Linearity	43,817	10	4,382	1,891	,060
Variabel Service Quality	Within Groups		166,796	72	2,317		
	Total		307,667	83			

Sumber: Pengolahan Data SPSS



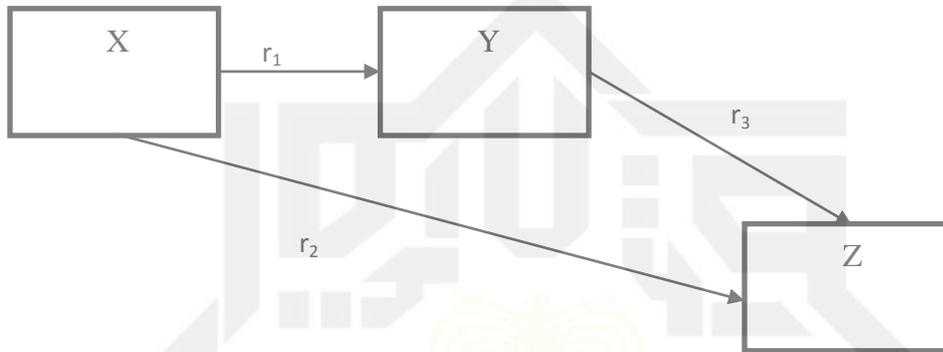
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGUJIAN MODEL

A. UJI KORELASI

Gambar
Model Hubungan Struktural Antar Variabel



Dari gambar model hubungan struktural antar variabel diatas diperoleh 2 buah koefisien jalur, yaitu : ρ_{XY} , ρ_{XZ} , ρ_{YZ} .

4. Analisis korelasi antara *Service Quality* (X) dan *Loyalitas Pelanggan* (Y)

Tabel Hasil Korelasi Variabel X dan Y

		Variabel Service Quality	Variabel Loyalitas Pelanggan
Variabel Service Quality	Pearson Correlation	1	,569**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	84	84
Variabel Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	,569**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	84	84

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

Sumber: Pengolahan Data SPSS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5. Analisis korelasi antara Loyalitas Pelanggan (Y) dan Kepuasan Pelanggan (Z)

Tabel Hasil Korelasi Variabel Y dan Z

		Variabel Loyalitas Pelanggan	Variabel Kepuasan Pelanggan
Variabel Loyalitas Pelanggan	Pearson Correlation	1	,689**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	84	84
Variabel Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,689**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	84	84

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

Sumber: Pengolahan Data SPSS

6. Analisis korelasi antara Service Quality (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel Hasil Korelasi Variabel X dan Y

		Variabel Service Quality	Variabel Kepuasan Pelanggan
Variabel Service Quality	Pearson Correlation	1	,562**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	84	84
Variabel Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,562**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	84	84

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

Sumber: Pengolahan Data SPSS

Tabel Rangkuman Hasil Analisis Korelasi

Hubungan Antara	Korelasi	Sifat Hubungan
X dengan Z	0.569	Sedang, Positif, dan Signifikan
Y dengan Z	0.689	Kuat, Positif, dan Signifikan
X Dengan Y	0.562	Sedang, Positif, dan Signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. Analisis Jalur (Path Analysis)

2. Analisis Jalur Sub – Struktur 1

Pengujian Secara Simultan (Keseluruhan) Sub-Struktur 1

Tabel Sub Struktur 1
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,115	2,028		,550	,584
1 Variabel Service Quality	,159	,059	,251	2,678	,009
Variabel Loyalitas Pelanggan	,480	,083	,546	5,814	,000

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel Model Summary Sub Struktur 1
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,517	,505	1,354

a. Predictors: (Constant), Variabel Loyalitas Pelanggan, Variabel Service Quality

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 1

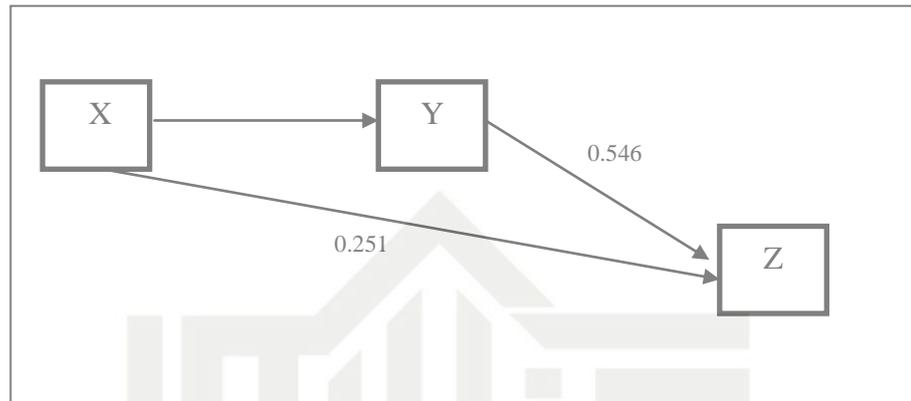
Pengaruh Antara Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien Variabel Lain
X Terhadap Z	0.251	0.000	Kontribusi Signifikan	0.517 = 51,7%	0.493 = 49,3%
Y Terhadap Z	0.546	0.000	Kontribusi Signifikan		

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Gambar Diagram Jalur Sub-Struktur 1



Dengan demikian dapat diperoleh persamaan struktural untuk sub-struktur 1 sebagai berikut:

$$Z = \beta X + \beta Z + \epsilon 1$$

$$Z = 0.251 + 0.546 + 0.6949$$

Dimana $R^2 = 0,517$

3. Analisis Jalur Sub – Struktur 2

Pengujian Secara Individual Variabel X Terhadap Variabel Z

Tabel Coefficients Sub-Struktur 2
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,567	2,381		1,078	,284
1 Variabel Service Quality	,355	,058	,562	6,147	,000

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel Model Summary Sub Struktur 2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,562 ^a	,315	,307	1,603

a. Predictors: (Constant), Variabel Service Quality

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

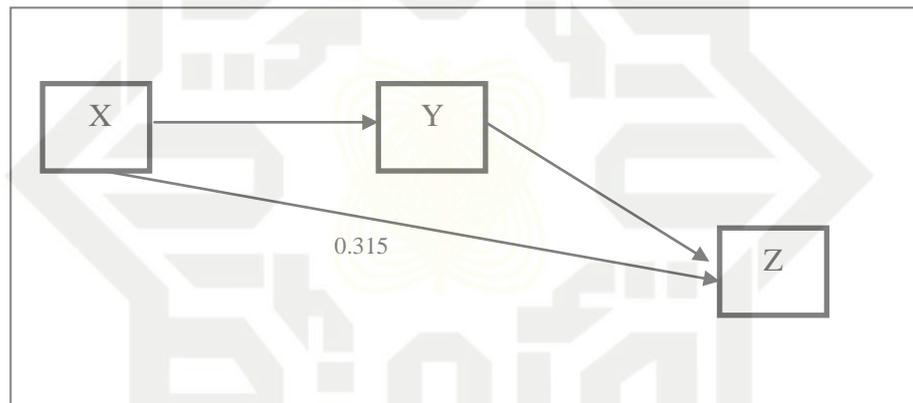
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tabel Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 2

Pengaruh Antara Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien Variabel Lain
X Terhadap Z	0.307	0.000	Kontribusi Signifikan	0.315 = 31,5%	0.685 = 68,5%

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Gambar Diagram Jalur Sub-Struktur 2



Dengan demikian dapat diperoleh persamaan struktural untuk sub-struktur 1 sebagai berikut:

$$Z = \beta X + \varepsilon_1$$

$$Z = 0.307 + 0,8276$$

$$\text{Dimana } R^2 = 0,315$$

4. Analisis Jalur Sub – Stuktur 3

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

Tabel Coefficients Sub-Struktur 3
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,023	2,690		1,124	,264
1 Variabel Service Quality	,408	,065	,569	6,258	,000

a. Dependent Variable: Varibel Loyalitas Pelanggan

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel Model Summary Sub Struktur 3
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,569 ^a	,323	,315	1,810

a. Predictors: (Constant), Variabel Service Quality

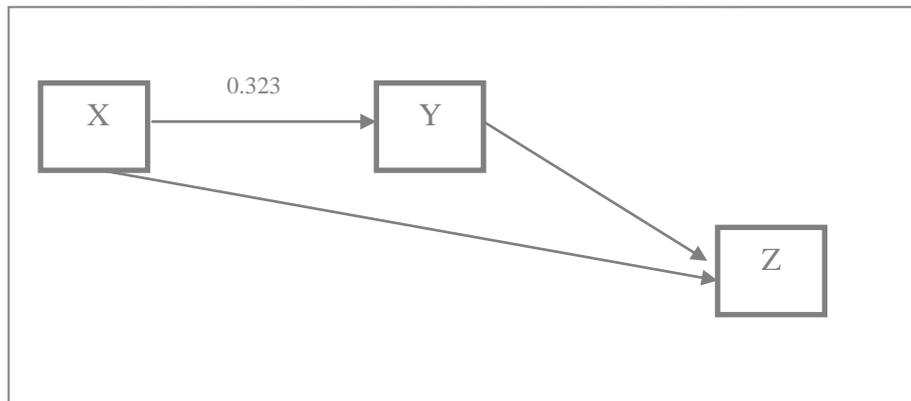
Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 3

Pengaruh Antara Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien Variabel Lain
X Terhadap Y	0.569	0.000	Kontribusi Signifikan	0.323 = 32,3%	0.677 = 67,7%

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Gambar Diagram Jalur Sub-Struktur 3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dengan demikian dapat diperoleh persamaan struktural :

$$Y = \beta X + \varepsilon_1$$

$$Y = 0.569 + 0.8228$$

Dimana $R^2 = 0.323$

5. Analisis Jalur Sub Struktur 4

Tabel Coefficients Sub-Struktur 4
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,156	1,405		3,670	,000
	Varibel Loyalitas Pelanggan	,606	,070	,689	8,601	,000

a. Dependent Variable: Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Tabel Model Summary Sub Struktur 4

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,689 ^a	,474	,468	1,404

a. Predictors: (Constant), Variabel Loyalitas Pelanggan

Sumber : Pengolahan Data SPS

Tabel Rangkuman Hasil Koefisien Jalur Sub-Struktur 4

Pengaruh Antara Variabel	Koefisien Jalur (Beta)	Nilai Sig.	Hasil Pengujian	Koefisien Determinasi	Koefisien Variabel Lain
Z Terhadap Y	0.689	0.000	Kontribusi Signifikan	0.474 = 47,4%	0.526 = 52,6%

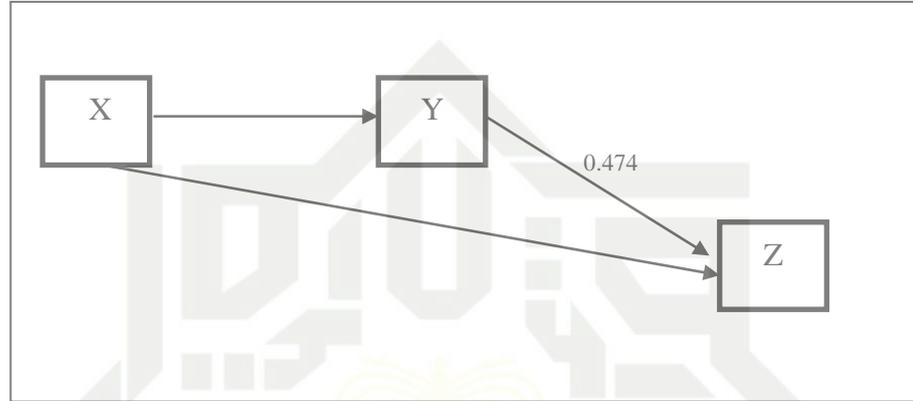
Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Berdasarkan nilai tersebut diatas maka didapat diagram untuk analisis jalur struktur IV sebagai berikut :

Gambar Diagram Jalur Sub-Struktur 4



Dengan demikian dapat diperoleh persamaan struktural untuk sub-struktur 2 sebagai berikut:

$$Z = \beta Y + \epsilon_1$$

$$Y = 0.689 + 0.7252X$$

Dimana $R^2 = 0.474$

C. UJI HIPOTESIS

1. UJI F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.069	2	79.535	43.354	0.000 ^b
	Residual	148.598	81	1.835		
	Total	307.667	83			

a. Dependent Variable: totalZ

b. Predictors: (Constant), totalY, totalX

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. UJI T

Tabel Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.115	2.028		.550	.584
	totalX	.159	.059	.251	2.678	.009
	totalY	.480	.083	.546	5.814	.000

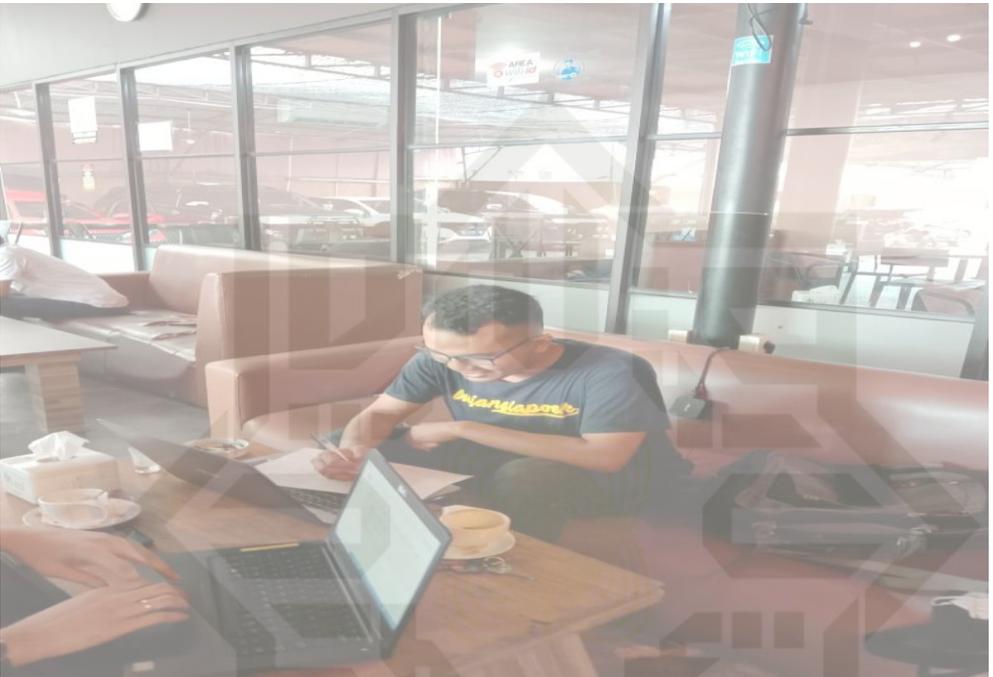
a. Dependent Variable: totalZ

Sumber : Pengolahan Data SPSS



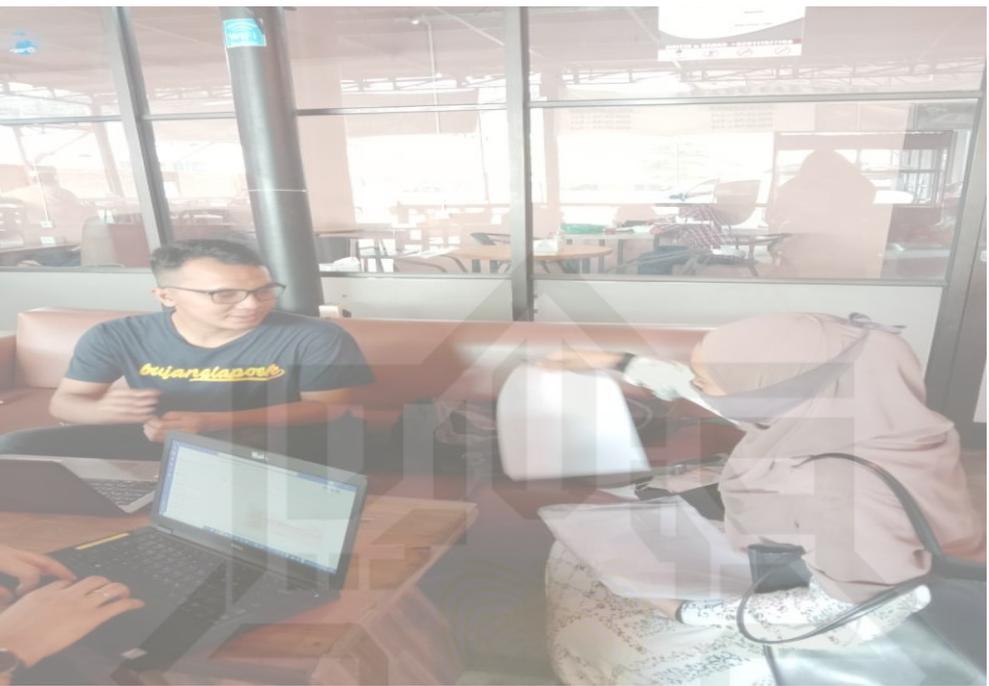
UIN SUSKA RIAU

Lampiran. 4 Dokumentasi



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau



State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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.

**PENGESAHAN
PERBAIKAN SKRIPSI**

Skripsi dengan judul **“PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA CUCIAN MOBIL DHAPU CAR WASH PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh :

Nama : **NUR KHAIRINA**
NIM : **11625203883**
Program Studi : **Ekonomi Syariah**

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

Pekanbaru, 04 Januari 2021

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Wahidin, M.Ag



Sekretaris
Yuni Harlina, M.Sy



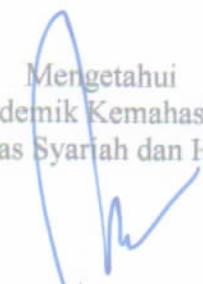
Penguji I
Syamsurizal, SE., M.Sc, Ak, CA



Penguji II
Sambang Hermanto, M.Ag



Mengetahui
Kepala Bagian Akademik Kemahasiswaan dan Alumni
Fakultas Syariah dan Hukum



Jalinus, S.Ag.
NIP. 19750801 200701 023



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

JL. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
 www.Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com
 HP. 081275158167 – 085213573669

SURAT KETERANGAN

Penyelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : NUR KHAIRINA
 NIM : 11625203883
 Program Studi: EKONOMI SYARIAH
 Judul : *Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*
 Pembimbing : Jonnius S.E, MM

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

Pekanbaru, 18 Januari 2021

Pimpinan Redaksi



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

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.



**PENGESAHAN PERBAIKAN SEMINAR PROPOSAL
 FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Proposal Dengan Judul Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah:

Nama : Nur Khairina
 NIM : 11625203883
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Diseminarkan pada : 02 April 2020
 Hari / Tanggal : Kamis, 02 April 2020
 Narasumber : Dr. Nurnasrina, SE., M.Si

Telah diperbaiki sesuai dengan saran narasumber seminar proposal mahasiswa Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Kasubag Akademik Kemahasiswaan
 Dan Alumni Fakultas Syariah dan Hukum

Pekanbaru, 01 Oktober 2020

Narasumber

Jalins S.Ag
 NIP. 75080120077011023

Dr. Nurnasrina, SE., M.Si
 NIP. 198004052009012008

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

1. NAMA : Nur Khairina
2. NOMOR MAHASISWA : 11625203883
3. JUDUL USUL PENELITIAN : Pengaruh service quality terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada cucian mobil dhapu car wash pekanbaru menurut perspektif ekonomi syariah
Hari/Tgl. Diseminarkan : Kamis / 02 April 2020
4. Hasil Seminar dirumuskan adalah :
a. Judul : ~~Disetujui / Ditolak~~ / Disempurnakan
b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
c. Permasalahan : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Dirumuskan kembali agar menjadi jelas
d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : ~~Jelas / Mengambang~~ / Perlu Perbaikan
e. Kerangka Teoritis (jika ada) : ~~Jelas / Kurang Jelas~~ / Perlu Disempurnakan
f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : ~~Cukup Tajam~~ / Perlu Dipertajam
g. Metode Penelitian : ~~Jelas / Masih Kabur~~ / Perlu Perbaikan
h. Daftar Pustaka : ~~Cukup~~ / Belum untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

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

NARASUMBER



Nurnasrina, SE, M.Si

Catatan :

Perubahan Judul dalam Seminar

PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 PEKANBARU
Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/35466
TENTANG

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



1.04.02.01

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Keputusan Riset dari : Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : 004.F.PP.00.9.5797/2020 Tanggal 22 September 2020, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

Nama : NUR KHAIRINA
NIM / KTP : 11625203883
Program Studi : EKONOMI SYARIAH
Jenjang : S1
Alamat : PEKANBARU
Judul Penelitian : PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN PELANGGAN PADA CUCIAN MOBIL DHAPU CAR WASH PEKANBARU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH
Lokasi Penelitian : CUCIAN MOBIL DHAPU CAR WASH PEKANBARU JL. SISINGAMANGARAJA NO. 102 RINTIS KEC. LIMAPULUH PEKANBARU

Dengan ketentuan sebagai berikut:

- Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
- Pelaksanaan kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
- Keapa pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Dengan rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
Pada Tanggal : 24 September 2020



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

DINAS PENANAMAN MODAL DAN
PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
PROVINSI RIAU

Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

- Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
- Walikota Pekanbaru

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARI'AH & HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 KM. 15 Tuahmadani Tampan - Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp / Fax. 0761-562052
Web. www.fasih.uin-suska.ac.id Email : fasih@uin-suska.ac.id

Un.04/F.I/PP.00.9/5797/2020

Pekanbaru, 22 September 2020

Biasa

1 (Satu) Proposal

Mohon Izin Riset

Kepada

Yth. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP

Provinsi Riau

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama	: Nur khairina
NIM	: 11625203883
Jurusan	: Ekonomi Syariah S1
Semester	: IX (Sembilan)
Lokasi	: Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Jl. Sisingamangaraja No.102 Rintis Kec. Lima Puluh Pekanbaru

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

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

Demikian disampaikan, terima kasih.

a.n. Rektor
Dekan


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

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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Tembusan
Rektor UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

RIWAYAT PENULIS



Nur Khairina lahir di Jati Mulia 09 Juli 1997, anak dari pasangan suami istri Bapak Jaswadi dan Ibu Khotimah. Penulis merupakan anak ke lima dari lima bersaudara bernama Suryadi, Alm. Suwito, Heriyanto, Sugiarto., A.Md. penulis mengawali pendidikan Sekolah Dasar di MI Al- Azhar dan lulus pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan Madrasah Tsanawiyah Negeri Ujung Tanjung pada Tahun yang sama dan lulus pada tahun 2012. Selanjutnya di tahun yang sama masuk pada Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Tanah Putih dan lulus pada tahun 2015.

Pada Tahun 2016 melalui jalur ujian mandiri penulis diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis telah melaksanakan kegiatan PKL di Bank Syariah Mandiri Ujung Tanjung yang beralamat di Jalan Lintas Bagansiapi-api Kabupaten Rokan Hilir, dan telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kemuning Muda, Kecamatan Bunga raya, Kabupaten Siak, Provinsi Riau. Kemudian penulis melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Pada Cucian Mobil Dhapu Car Wash Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Syariah*”. Akhirnya tepat pada hari Senin pada tanggal 04 Januari 2021 dimunaqasyahkan dalam sidang Panitia Ujian Sarjana (S1) Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan dinyatakan LULUS dan berhak menyandang gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE).