

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

**PENGARUH *SERVICE QUALITY* TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA WISMA CEMARA KOST EKSEKUTIF & GUEST HOUSE
PEKANBARU**

SKRIPSI

UIN SUSKA RIAU

OLEH :

TAUFIK HIDAYAH
11870113784

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
1443 H / 2022 M**



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: **TAUFIK HIDAYAH**
 : 11870113784
 : **MANAJEMEN PEMASARAN**
 : **SI MANAJEMEN**
 : **EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**
 : **VIII (DELAPAN)**
 : **PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA WISMA CEMARA KOST EKSEKUTIF & GUEST HOUSE PEKANBARU**

DISETUJUI OLEH
 DOSEN PEMBIMBING

NURRAHMI HAYANI, SE, MBA
NIP. 19830324 201503 2 003

MENGETAHUI

DEKAN

KETUA PROGRAM STUDI
 SI MANAJEMEN



DR. HJ. MAHYARNI, SE, MM
NIP. 19700826 199903 2 001

ASTUTI MEFLINDA, SE, MM
NIP.19720513 200701 2018

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



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Taufik Hidayah
 NIM : 11870113784
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House

Tanggal Ujian : 15 Juni 2022

Tim Penguji

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip, menjiplak, menyalin, atau melakukan tindakan lain yang merugikan tanpa izin dari penerbit.
- 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.

etua

Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM

ekretaris

Martha Hasanah, SH, MH

Anggota

Dr. Dony Martias, SE, MM

Anggota

Herizal Ramad, SE, MM

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

: Taufik Hidayah
: 11870113784
: Dumai, 15 Juli 2000
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
: Manajemen S1
: Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma
Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru

Menyatakan dengan sebenar- benarnya bahwa :

1. Penulis Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.

2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.

3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya menyatakan bebas dari plagiat.

4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 14 Juni 2022
Yang membuat pernyataan



Taufik Hidayah
11870113784

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau hasil penelitian, atau karya lain yang diterbitkan dan tidak ada hubungannya dengan judul Skripsi 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. 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.

ABSTRAK

**BEPENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION
PADA WISMA CEMARA KOST EKSEKUTIF & GUEST HOUSE
PEKANBARU**

TAUFIK HIDAYAH

11870113784

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Service Quality pada dimensi Tangible (X1), Reliability (X2), Responsiveness (X3), Assurance (X4), dan Empathy (X5), Berpengaruh terhadap Customer Satisfaction (Y) pada penghuni Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House, baik secara parsial maupun secara simultan. Penelitian ini dilakukan pada penghuni Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House. Data yang digunakan berupa data primer dari hasil kuesioner penelitian dan data sekunder dari sejarah perusahaan serta dokumen pendukung lainnya. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 70 orang responden dengan menggunakan metode purpose sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Service Quality pada dimensi Tangible (X1), Reliability (X2), Assurance (X4), berpengaruh terhadap Customer Satisfaction baik secara parsial maupun simultan sedang kan Responsiveness (X3) & Empathy (X5) tidak berpengaruh secara parsial namun berpengaruh secara simultan. Hasil koefisien determinasi sebesar 0,465%, hal ini menunjukkan bahwa variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, & Empathy secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 46,5% terhadap Customer Satisfaction sedangkan sisanya sebesar 53,5 % dipengaruhi oleh variebel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, & Customer Satisfaction.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan karunia-Nya kepada penulis serta shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru**". Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan akademis dalam menyelesaikan program studi S1 Manajemen untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Skripsi ini penulis persembahkan secara khusus kepada orang tua tercinta, yaitu Ayahanda Heldi dan Ibunda Hasni Yati serta ketiga saudara/i saya yaitu, Juwita Sari, Nuraini Fadhilah dan Hamzah Hidayat yang selalu memberikan kasih sayang, perhatian, dukungan dan do'a untuk penulis. Terima kasih atas segala dukungan, kasih sayang dan do'a nya selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk penulis.

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

1. Bapak Prof. Dr. Khairunnas, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Mahyarni, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Bapak Dr. Kamaruddin S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Mahmuzar, M.Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Ibu Dr. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Ketua Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Ibu Henni Indrayani SE, MM selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama masa perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Ibu Nurrahmi Hayani SE, MM sebagai pembimbing yang telah memberikan Arahan serta motivasi dan nasehat yang sangat berharga kepada penulis mulai dari penyusunan proposal hingga pembuatan skripsi.
10. Bapak/Ibu Dosen dan karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Bapak Yulianto dan Ibu Anna yang telah memberikan saya kesempatan untuk bekerja dan melakukan penelitian di Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
12. Seluruh teman-teman lokal B S1 Manajemen angkatan 2018 dan seluruh teman-teman lokal A kosentaras Pemasaran Angkatan 2018 dan rekan kerja saya di Wisma Cemara. Terima kasih atas kebersamaan nya selama perkuliahan dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terima kasih untuk segala dukungan, kebaikan dan bantuan semuanya kepada 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 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.

Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis menjadi pahala dan diberikan balasan yang berlipat ganda oleh Allah SWT dan semoga harapan penulis semoga bagi semua pihak yang berkepentingan pada umumnya dan bagi penulis untuk mengamalkan ilmu pengetahuan di tengah-tengah masyarakat.

Jazakumullah Khairan Katsiron, semoga Allah melimpahkan Rahmat dan hidayah-nya kepada kita semua. Aamiin Ya Robbal'amin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 2022

Penulis

TAUFIK HIDAYAH
11870113784

UIN SUSKA RIAU



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Rencana Sistematika Penulisan.....	11
BAB II	12
LANDASAN TEORI	12
2.1. Manajemen Pemasaran	12
2.2. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	13
2.4.1. Pengertian <i>Customer Satisfaction</i>	13
2.4.2. Manfaat <i>Customer Satisfaction</i>	14
2.4.3. Strategi <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.4.4. Faktor yang mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	20
2.4.5. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	21
2.4.6. Pandangan Islam Terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	22
2.3. <i>Service Quality</i> (Kualitas Pelayanan).....	23
2.3.1. Pengertian <i>Service Quality</i>	23
2.3.2. Manfaat <i>Service Quality</i>	24
2.3.3. Dimensi atau Indikator <i>Service Quality</i>	24
2.3.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Service Quality</i>	26
2.3.5. Pandangan Islam tentang <i>Service Quality</i>	28
2.4. Penelitian Terdahulu	29
2.5. Variabel Penelitian	34
2.6. Defenisi dan Operasional Variabel Penelitian	35
2.8.1. Definisi Variabel Penelitian	35

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.8.2.	Operasional Variabel Penelitian.....	36
2.7.	Kerangka Pemikiran.....	37
2.8.	Hipotesis	38
BAB III.....		43
METODOLOGI PENELITIAN.....		43
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.2.	Jenis dan Sumber Data.....	43
2.3.1.	Jenis Data	43
2.3.2.	Sumber Data.....	43
3.3.	Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1.	Kuesioner (Angket).....	41
3.4.	Populasi dan Sampel	42
3.4.1.	Populasi.....	42
3.4.2.	Sampel.....	43
3.5.	Teknik Analisa Data	44
3.5.1.	Analisis Kuantitatif	44
3.5.2.	Skala Pengukuran Data	45
3.6.	Uji Kualitas Data.....	45
3.6.1.	Uji Validitas	46
3.6.2.	Uji Reliabilitas	47
3.7.	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.1.	Uji Normalitas.....	48
3.7.2.	Uji Multikolinearitas	48
3.7.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	49
3.8.	Uji Regresi Linear Berganda.....	50
3.9.	Uji Hipotesis	51
3.9.1.	Uji T (Parsial)	51
3.9.2.	Uji F (Simultan)	51
3.9.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	52
BAB IV.....		43
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....		43
4.1.	Sejarah Singkat Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	43



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

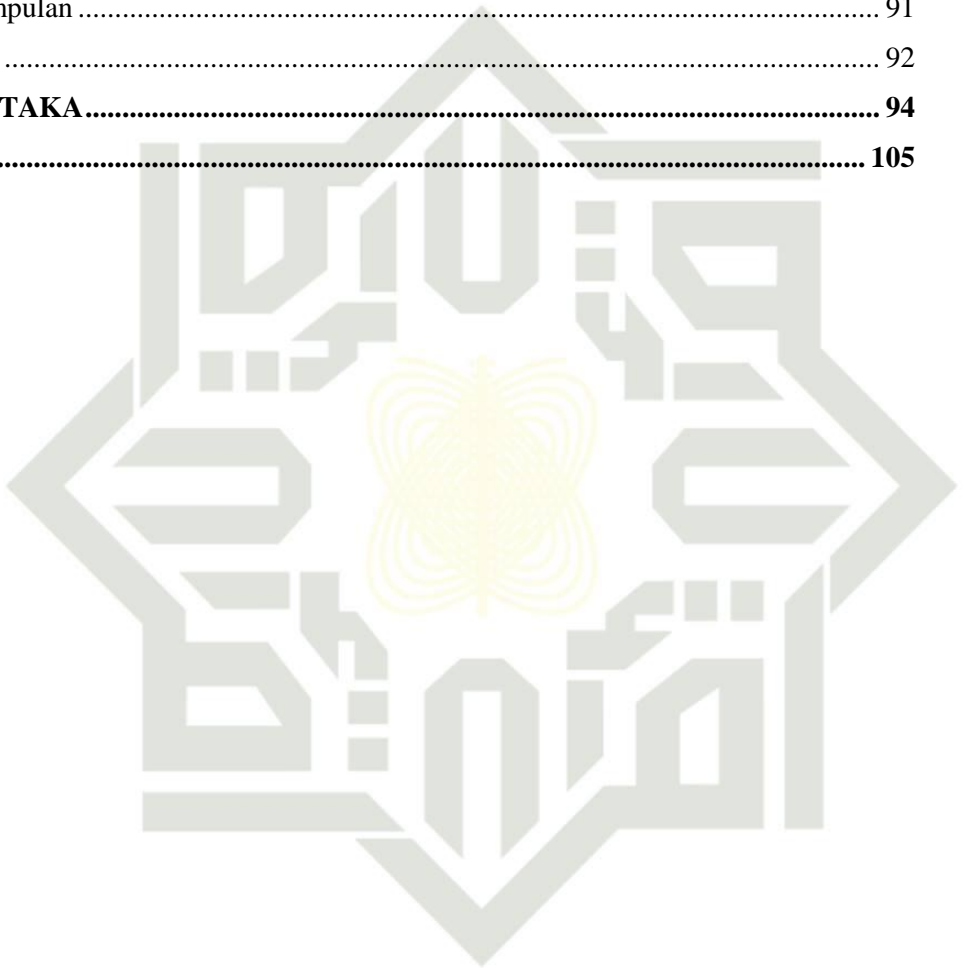
4.2.	Visi dan Misi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru	55
4.3.	Struktur Organisasi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru ...	55
4.4.	Deskripsi Tugas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	56
4.5.	Aktivitas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru	57
BAB V		59
HASIL DAN PEMBAHASAN		59
5.1.	Karakteristik Responden	59
5.1.1.	Responden Berdasarkan Usia	59
5.1.2.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
5.1.3.	Responden berdasarkan pekerjaan	59
5.2.	Deskripsi Variabel	60
5.2.1.	Analisis Deskriptif <i>Service Quality</i>	60
5.2.2.	Analisis Deskriptif <i>Customer Satisfaction</i>	65
5.3.	Uji Kualitas Instrumen Penelitaan	66
5.3.1.	Uji Validitas	66
5.3.2.	Uji Reliabilitas	70
5.4.	Uji Asumsi Klasik.....	71
5.4.1.	Uji Normalitas.....	71
5.4.2.	Uji Multikolinearitas	73
5.4.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	75
5.5.	Regresi Linier Berganda	76
5.6.	Uji Hipotesis	78
5.6.1.	Uji Secara Parsial (Uji T).....	78
5.6.2.	Uji Secara Simultan (Uji F)	80
5.6.3.	Koefisien Determinasi (R^2).....	82
5.7.	Pembahasan.....	83
5.7.1.	<i>Tangible</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru	83
5.7.2.	<i>Reliability</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	84
5.7.3.	<i>Responsiveness</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	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 suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.7.4. Assurance terhadap Customer Satisfaction pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	87
5.7.5. Empathy terhadap Customer Satisfaction pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.....	88
BAB VI.....	91
KESIMPULAN DAN SARAN.....	91
6.1. Kesimpulan.....	91
6.2. Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN.....	105



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Penghuni Wisma.....	6
Tabel 1. 2 Fasilitas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 2. 2 Operasional Variabel Penelitian	36
Tabel 5. 1 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	59
Tabel 5. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	59
Tabel 5. 3 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan	59
Tabel 5. 4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (Tangible).....	60
Tabel 5. 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (Reliability)	61
Tabel 5. 6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (Responsiveness). 62	62
Tabel 5. 7 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (Assurance)	63
Tabel 5. 8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Service Quality (Empathy)	64
Tabel 5. 9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel Customer Satisfaction	65
Tabel 5. 10 Hasil Uji Validitas Tangible	67
Tabel 5. 11 Hasil Uji Validitas Reliability.....	67
Tabel 5. 12 Uji Validitas Responsiveness.....	68
Tabel 5. 13 Hasil Uji Validitas Assurance	69
Tabel 5. 14 Hasil Uji Validitas Empathy	69
Tabel 5. 15 Hasil Pengujian Validitas Customer Satisfacction.....	70
Tabel 5. 16 Uji Reliabilitas	71
Tabel 5. 17 Uji Multikolinieritas	74
Tabel 5. 18 Regresi Linier Berganda	77
Tabel 5. 19 Hasil Uji T	79
Tabel 5. 20 Hasil Uji F.....	81
Tabel 5. 21 Koefisien Determinasi	82

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

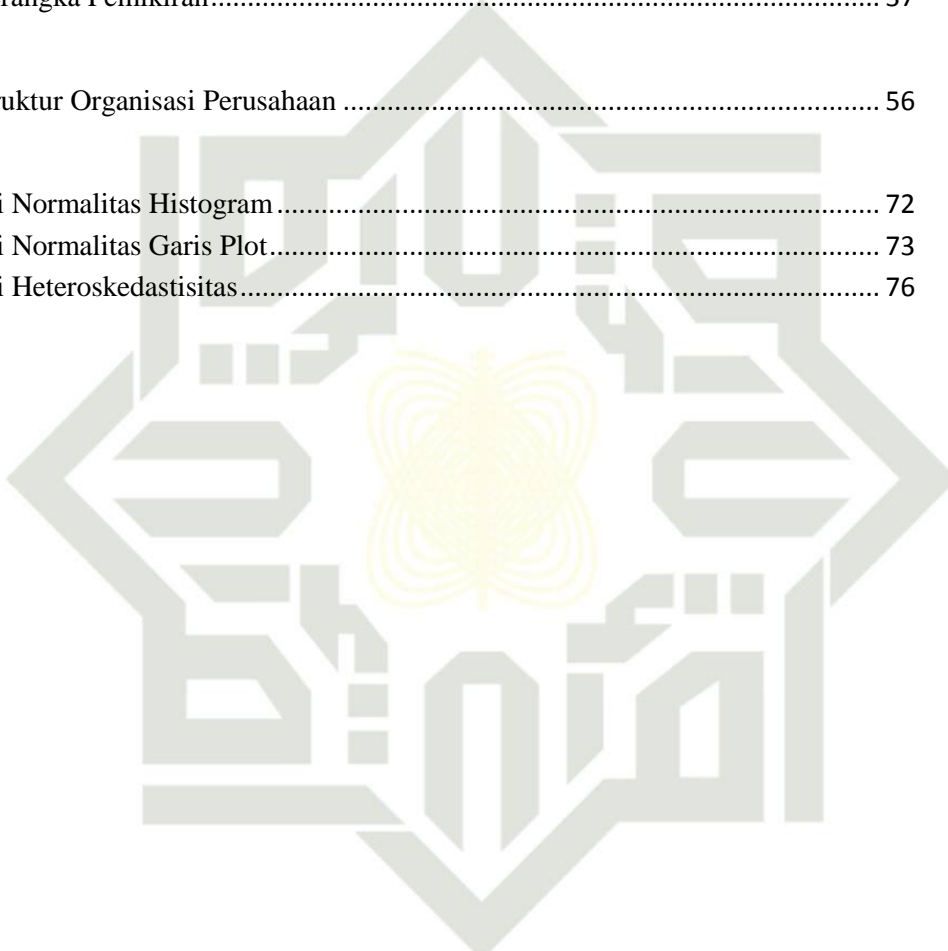


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Tingkat Penghuni Kamar Pada Hotel Berbintang Provinsi Riau 2018-2021	3
Gambar 1. 2 Tingkat Penghuni Kamar Pada Non Hotel Berbintang Provinsi Riau 2018-2020	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	56
Gambar 5. 1 Uji Normalitas Histogram.....	72
Gambar 5. 2 Uji Normalitas Garis Plot.....	73
Gambar 5. 3 Uji Heteroskedastisitas.....	76



UIN SUSKA RIAU



BAB I PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Perkembangan persaingan usaha di Indonesia merupakan salah satu fenomena yang menarik untuk kita amati, terutama mengingat globalisasi sektor ekonomi, dan peluang bagi pengusaha asing untuk bersaing menarik konsumen lokal semakin meningkat. Akibat dampak globalisasi, industri jasa yang terdiri dari berbagai industri seperti telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang pesat. Tuan rumah bisnis lokal semakin dituntut untuk memahami perilaku konsumen dan menyesuaikan fungsi bisnis mereka dengan kebutuhan mereka. Dampak perkembangan bisnis saat ini didorong oleh semangat pelanggan yang dinamis, dengan setiap pelanggan memilih kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh pengusaha secara lebih selektif.

Bisnis perhotelan Indonesia memiliki potensi besar mengingat Indonesia menawarkan destinasi wisata, keindahan alam dan keberagaman budaya yang unik. Sehingga menciptakan suatu peluang dengan tingkat potensial yang tinggi bagi para pelaku bisnis dalam membangun sebuah jasa penginapan. Perkembangan industri perhotelan Indonesia sendiri telah banyak mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini terlihat dari industri pariwisata yang semakin berkembang dan semakin banyaknya wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia. Alhasil, banyak investor membangun hotel terkoneksi di berbagai daerah di Indonesia. Hotel ini tidak hanya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

nyaman dengan eksteriornya yang unik, fasilitas yang lengkap dan tata ruang yang menarik, tetapi juga memberikan pelayanan yang terbaik dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pengunjung. Fenomena kali ini ditengah maraknya covid-19 Sektor perhotelan wajib untuk menggunakan aplikasi Peduli Lindungi guna melakukan skrining terhadap semua pegawai dan pengunjung yang masuk kepada fasilitas tersebut. Dan peraturan akan *Lockdown* / karantina wilayah adalah penerapan karantina wilayah terhadap suatu wilayah tertentu, sehingga terjadi penutupan sementara oleh pihak perhotelan yang membuat penghuni *Longstay*, yaitu tamu yang menginap dalam jangka waktu yang relatif lama harus keluar dari hotel.

Sebagaimana peraturan skrining peduli lindungi dan lockdown pada setiap hotel. Hal ini yang membuat pelanggan lebih memilih menginap di wisma, kost, homestay, dan guest house. Karena belum menerapkan aplikasi peduli lindungi dan penutupan (*Lockdown*) pada setiap perhotelan, sehingga mempermudah check in bagi setiap pengunjung.

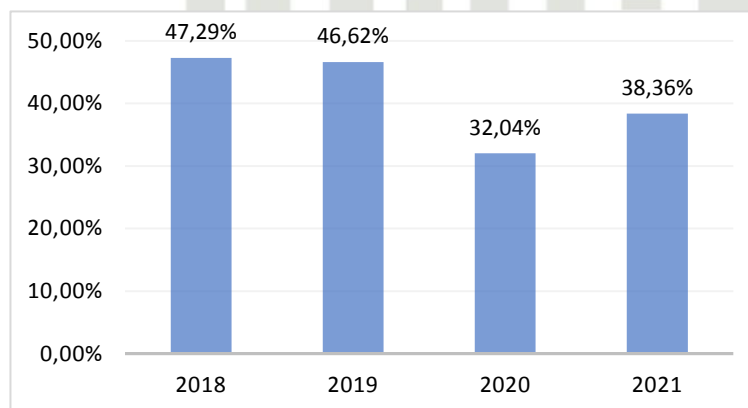
Jasa penginapan untuk saat ini bisa dibilang cukup banyak pada setiap wilayah yang berpotensi akan tingkat pariwisata dan kunjungan bagi para pelancong dari berbagai daerah. Tentu jasa penginapan ini menjadi hal yang sangat penting bagi para konsumen dalam menggunakan jasa penginapan tersebut. Seperti hotel menjadi salah satu tujuan untuk para wisatawan, Menurut **Bagyono (2014)** Hotel adalah jenis akomodasi yang dikelola secara komersial dan profesional, disediakan bagi setiap orang untuk mendapatkan pelayanan penginapan, makan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Belakangan ini Provinsi Riau sendiri mengalami perkembangan akan tingkat penghuni hotel bintang dan hotel non bintang, hal ini terbukti dengan data yang diupload oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di situs web resmi. Berdasarkan data di bawah ini, banyaknya hotel bintang atau pun hotel non bintang yang penyedia jasa penginapam di Provinsi Riau, Dari data yang diambil menunjukkan akan perusahaan perhotelan berbintang yang ada di Provinsi Riau, yaitu sebagai berikut:

Gambar 1. 1 Tingkat Penghuni Kamar Pada Hotel Berbintang Provinsi Riau 2018-2021



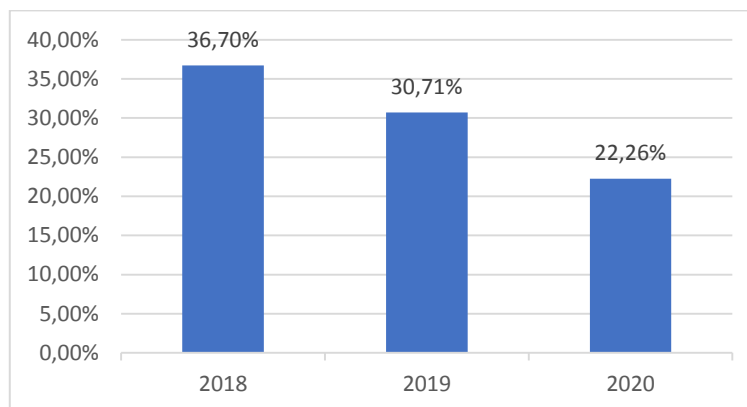
Sumber : <https://www.bps.go.id>

Dan data dibawah ini adalah data jumlah penghuni hotel non bintang yang menunjukkan tingkat penghuni kamar hotel non bintang di Provinsi Riau, yaitu sebagai berikut :

Gambar 1. 2 Tingkat Penghuni Kamar Pada Non Hotel Berbintang Provinsi Riau 2018-2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Sumber : <https://www.bps.go.id>

Dari data di atas menunjukkan akan persaingan hotel berbintang dan hotel non berbintang yang terlihat jelas kompetitif dalam memaksimalkan kualitas pelayanan terhadap konsumen, sehingga terciptalah rasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Ini menjadi suatu Tuntutan perusahaan bukan hanya sebatas mencari *profit*, tetapi bagaimana menjalin hubungan antara konsumen dengan perusahaan yang harus diwujudkan dengan melibatkan berbagai konsumen terhadap bermacam-macam bentuk, seperti : pengenalan perusahaan, melibatkan konsumen dalam kegiatan berkomunikasi terutama yang berkaitan dengan keluhan setiap konsumen.

Salah satu usaha yang didukung oleh pemerintah daerah bagi pelaku kegiatan akomodasi perhotelan yang mana tertera Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor : 11 Tahun 2000 Tentang Promosi Pariwisata Daerah di Kota Pekanbaru, bisnis perhotelan merupakan salah satu industri yang berpengaruh terhadap perekonomian di Pekanbaru. Beberapa pendukung utama pada sarana adalah objek wisata, rumah

makan, tempat penginapan, restoran, dan sarana pelengkap dalam kepariwisataan seperti tempat ibadah, tempat penjualan oleh-oleh, dan sarana penunjang dalam meningkatkan pariwisata. Kebijakan pemerintah yang sentralisasi membuat otonomi daerah dirasakan sebagai suatu kesempatan bagi masyarakat daerah, aset-aset daerah, seperti kebudayaan, pariwisata, dan perekonomian dapat dikelola bersama antara pemerintah daerah dan masyarakat guna meningkatkan produktivitas daerah tersebut.

Pekanbaru merupakan ibu kota dari Provinsi Riau yang tentunya menjadi pusat akan oleh-oleh khas Riau, selain menjadi pusat pembelanjaan oleh-oleh. Tempat penginapan di pekanbaru sendiri terbilang cukup banyak yaitu mencapai 198 tempat penginapan yang tersebar diberbagai sudut kota pekanbaru salah satunya WISMA CEMARA Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru, Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 19 Tahun 1987 Tanggal 7 September 1987 Daerah Kota Pekanbaru diperluas dari $\pm 62,96 \text{ Km}^2$ menjadi $\pm 446,50 \text{ Km}^2$, terdiri dari 8 Kecamatan dan 45 Kelurahan/Desa. Dari hasil pengukuran/pematokan di lapangan oleh BPN Tk. I Riau maka ditetapkan luas wilayah Kota Pekanbaru adalah $632,26 \text{ Km}^2$. bisa dikatakan Pekanbaru mempunyai peran ke depan menjadi pusat kota pulau sumatera karena semua infrastruktur melewati Kota Pekanbaru seperti jalan tol sumatera dari lampung ke aceh, melintasi pekanbaru. termasuk jalan tol pekanbaru-padang. Dengan meningkatnya kegiatan pembangunan menyebabkan meningkatnya kegiatan penduduk disegala bidang yang pada akhirnya meningkatkan pula tuntutan dan kebutuhan masyarakat terhadap penyediaan fasilitas dan utilitas perkotaan serta kebutuhan Lainnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House terdapat keluhan dari penghuni yang mana keluhan ini berupa ungkapan penghuni akan layanan yang kurang baik, seperti kasus keluhan oleh penghuni kamar 202 yang berinisial ST pada tanggal 20 Desember 2021, yang mana ST menuturkan melalui chatng nya di Whatsapp bahwasan AC pada kamar tersebut tidak menyala. dan keluhan penghuni yang lain seperti keluhan oleh penghuni kamar 209 yang berinisial PB keluhan ini terjadi pada tanggal 19 Desember 2021, yang mana keluhannya mengenai air yang mati diakibatkan mesin pompa air yang rusak, sehingga terhenti air pada kamar PB dan setiap kamar penghuni. Berdasarkan data dibawah ini menunjukkan penurunan jumlah penghuni dari tahun 2019 – 2021, sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jumlah Penghuni Wisma

No	Jumlah Penghuni Wisma		
	2019	2020	2021
1.	37 Orang	257 Orang	200 Orang

Sumber : Data Primer (data diolah peneliti, 2021)

Data primer yang diolah peneliti di atas, menunjukkan penurunan penghuni yang bekemungkinan besar penyebabnya pada kemampuan karyawan Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru dalam memberikan pelayanan dan informasi kepada konsumen yang terbilang masih kurang baik, kurang ramah akan konsumen, kurang tanggap, dan membuat kejenuhan bagi penghuni. hilang nya rasa kepercayaan konsumen dan tidak loyalty terhadap Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Pekanbaru membuat konsumen memilih jasa penginapan pesaing dengan pelayanan yang jauh lebih baik.

Service Quality (kualitas layanan) merupakan layanan dengan tingkat layanan terbaik dalam memberikan rasa puas dengan apa yang dibutuhkan konsumen.

Menurut Menurut **Kasmir (2017: 47)** adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Dengan Memerhatikan *Service Quality* dalam meningkatkan kepuasan konsumen sangatlah penting bagi suatu perusahaan jasa penginapan, sebab memberikan kepuasan bagi konsumen akan menjadi suatu daya tarik bagi konsumen.

Customer Satisfaction sendiri merupakan kepuasan yang didapatkan konsumen dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen sesuai yang diharapkan sesuai dengan kebutuhan. Menurut **Westbrook dan Reilly (dalam Tjiptono 2014:353)** kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembelian),serta pasar secara keseluruhan.

Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House berdiri tahun 2019 yang beralamatkan di Jl. Cemara Kipas Komplek Pemda No.27A, Tobek Godang, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28297. Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House merupakan sarana penginapan yang pertama di perumahan komplek pemda dengan perpaduan Kost & Guest House memiliki fasilitas yang cukup lengkap dengan Interior dan Eksterior yang menarik, serta suasana komplek yang nyama n,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

tenang, dan asri. Dan sangat direkomendasikan untuk para pekerja, keluarga, dan mahasiswa yang ini mencari tempat penginapan lengkap akan fasilitas yang mempunyai. Adapun fasilitas yang tersedia seperti :

Tabel 1. 2 Fasilitas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House

No	Fasilitas Di Dalam Kamar	Fasilitas Di Luar Kamar
1.	King (180cm) / Queen Size (160) Bed	RFID acces door
2.	Lemari	Gazebo
3.	Meja	CCTV
4.	AC	Kulkas
5.	LED TV 32	Mini bar
6.	TV Kabel (Gratis MaTV dengan Liga Inggris by Mola, Disney, Nat Geo) Channel, HBO, Star Movie.	Dapur c/w kitchen set
		Parkir sepeda motor & mobil luas (berkanopi dan tidak berkanopi)
7.	Water Heater	Ruang bersama, serta penjagaan 24 jam

Sumber :Data Primer yang diolah peneliti, 2021

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka penulis merasa tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Service Quality Terhadap Costomer Satisfaction Pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah di atas maka penulis merumuskan masalah di dalam penelitian ini sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Apakah dimensi *Tangible* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
2. Apakah dimensi *Empathy* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
3. Apakah dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
4. Apakah dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
5. Apakah dimensi *Assurance* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
6. Apakah dimensi (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) berpengaruh secara Simultan terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Tangible* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
2. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Empathy* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
3. Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?

Untuk mengetahui pengaruh dimensi *Assurance* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?

Untuk mengetahui pengaruh dimensi (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsibility, dan Assurance*) berpengaruh secara Simultan terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu selama studi di perguruan tinggi, terutama yang berkaitan dengan ilmu manajemen pemasaran terkait.

2. Bagi Perusahaan

Untuk membantu perusahaan dalam mengetahui Apakah dimensi *Service Quality* (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulis berharap dapat memberikan informasi mengenai *Service Quality* yang dapat mempengaruhi *Customer Satisfaction* dan menjadi referensi bagi peneliti lainnya yang tertarik mengambil penelitian tentang *Service Quality* dan Sebagai bahan informasi bagi peneliti dalam mengembangkan wawasan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

1. Rencana Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini dimaksudkan agar mempermudah dalam memahami uraian bab-bab yang diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang pemilihan judul, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori dan pendapat para ahli atau pakar mengenai hal-hal yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang metode penelitian, yaitu : lokasi penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Dalam bab ini akan membahas dan menguraikan mengenai hasil dari penelitian yang dilakukan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang penulis berikan kepada pihak perusahaan.



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

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Manajemen Pemasaran

Menurut **Kotler dan Amstrong** dalam (**Muhamad Yusuf dan Miah Said, 2019:2**) pemasaran adalah memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, jika pemasar memahami kebutuhan pelanggan dengan baik, mengembangkan produk yang mempunyai nilai superior dan menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produknya secara efektif, maka produk-produk tersebut akan terjual dengan mudah. Pemasaran yang kokoh menjadi penting bagi kesuksesan dalam semua organisasi. Pemasaran memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan dan mempromosikan produk dan jasa secara efektif

Menurut **Manullang dan Hutabarat (2016)** manajemen pemasaran adalah proses dalam menganalisa, merencanakan, melaksanakan dan mengontrol kegiatan dalam pemasaran yang mencakup ide-ide, barang dan jasa yang berdasar pertukaran dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan konsumen dan tanggung jawab produsen.

Menurut **Kotler dan Amstrong (dalam Priansa, 2017:4)** menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Menurut **Buchari Alma (2013:289)** mengemukakan manajemen pemasaran bahwa manajemen pemasaran ialah kegiatan menganalisis, merencana, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan guna mencapai tingkat pemasaran sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

Dari uraian definisi menurut para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa manajemen pemasaran merupakan keterampilan atau seni dalam menentukan pasar sasarannya, dengan menyusun, menentukan harga, dan menyalurkan suatu produk terhadap pasar sasaran dalam mencapai tujuan suatu perusahaan/organisasi dalam jangka waktu panjang.

2.2. *Customer Satisfaction (Kepuasan Pelanggan)*

2.4.1. *Pengertian Customer Satisfaction*

Customer Satisfaction atau kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa konsumen yang timbul setelah menikmati suatu produk atau jasa dari apa yang mereka pikirkan dan mereka harapkan. Menurut **Swastha (2012:121)** mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum menemui motif. Sumber yang mendorong terciptanya suatu keinginan dapat berada dari diri orang itu sendiri atau berada pada lingkungannya.

Menurut **Fandy Tjiptono (2014: p.353)** kata “kepuasan atau satisfaction: berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup banyak, memadai) dan “facio”


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

(melakukan atau membuat) secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut **Westbrook dan Reilly (dalam Tjiptono 2014:353)** kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembelian),serta pasar secara keseluruhan.

Berdasarkan definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan ialah Kepuasan atau kekecewaan individu yang timbul setelah hasil produk atau jasa sesuai dengan yang diharapkan pelanggan.

2.4.2. Manfaat *Customer Satisfaction*

Tujuan dari suatu perusahaan tidak hanya meraih keuntungan, tetapi juga memerhatikan para konsumen yang merasa puas akan produk dan jasa. Menurut **Tjiptono (2014:58)** terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya :

- a. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis
- b. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli
- c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- d. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan
- e. Laba yang diperoleh meningkat.

Menurut **Hasan Ali (2013:103)** Kepuasan pelanggan yang bagus dapat memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan diantaranya sebagai berikut :

Pendapatan

- 1) Pelanggan yang benar-benar puas berkontribusi 2,6 kali terhadap pendapatan di banding pelanggan yang agak puas.
- 2) Pelanggan yang benar-benar puas berkontribusi 17 kali terhadap pendapatan di banding pelanggan yang agak puas.
- 3) Penurunan kepuasan pelanggan mengakibatkan penurunan pendapatan 1,8 kali.
- 4) Pelanggan yang puas yang paling untuk berbagi pengalaman dengan orang lain 5 sampai 6 orang, sebaliknya pelanggan yang tidak puas akan mengatakan pengalaman yang mengecewakan kepada 10 orang.
- 5) Jika orang percaya bahwa berurusan dengan kepuasan pelanggan atau keluhan itu mahal, mereka perlu menyadari bahwa biaya untuk merekrut pelanggan baru sebanyak 25% lebih 6 kali lebih besar dari biaya mempertahankan pelanggan lama.
- 6) Pelanggan yang tidak puas memutuskan untuk :
 1. Menghentikan membeli produk (barang dan jasa)
 2. Mengeluh kepada perusahaan atau kepada pihak ketiga, atau
 3. Mengembangkan komunikasi yang negatif dari mulut ke mulut (*negatif word-of-mouth communication*).

Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Persaingan dengan “perang harga” pemotongan harga dianggap oleh banyak perusahaan menjadi senjata ampuh untuk meraih pangsa pasar (sekaligus sebenarnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

sangat rapuh). Cukup banyak fakta bahwa pelanggan yang bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik. Strategi fokus pada kepuasan pelanggan merupakan alternatif terbaik dalam mempertahankan pelanggan untuk menghadapi para produsen berbiaya rendah.

Manfaat ekonomis

Berbagai studi menunjukkan bahwa memertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru, biaya mempertahankan pelanggan lebih murah empat sampai enam kali lipat dibandingkan biaya mencari pelanggan baru

d. Reduksi sensitivitas harga

Pelanggan yang puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalahkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

e. Key sukses bisnis masa depan

- 1) Kepuasan pelanggan merupakan strategi bisnis jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk – perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan pelanggan.
- 2) Kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis dimasa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan dimasa yang akan datang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- 3) Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan hanya mendatangkan laba jangka panjang yang bertahan lama.
- 4) Ukuran kepuasan pelanggan lebih prediktif untuk kinerja masa depan sekalipun tidak mengabaikan data akuntansi sekarang.

Word-of-mouth relationship, pelanggan yang puas dapat :

- 1) Menjadikan hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
 - 2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.
 - 3) Menjadi akvokator bagi perusahaan, terutama reputasi perusahaan/ produk dilecehkan oleh orang lain.
- Membentuk rekomendasi positif dari mulut ke mulut yang sangat menguntungkan bagi perusahaan

2.4.3. Strategi *Customer Satisfaction*

Strategi kepuasan konsumen menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya tinggi dalam usahanya merebut konsumen suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.

Menurut **Tjiptono (2019:249)** Secara garis besar, berdasarkan momen proses pelayanan, strategi kepuasan pelanggan dapat di kelompokkan menjadi 3 (Tiga) kategori, yaitu:

- a. Strategi pra-pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Salah satu kunci utama memuaskan pelanggan adalah kemampuan memahami dan mengelola ekspektasi pelanggan. Pemasar harus berupaya maksimal dalam mengelola faktor-faktor penyebab yang terkendali, seperti komunikasi pemasaran dan kinerja karyawan dalam melayani pelanggan. Pada prinsipnya, pemasar perlu memperhatikan secara cermat empat aspek:

1) Program edukasi pelanggan, berkenaan dengan peran, hak, dan kewajiban pelanggan dalam proses penyampaian produk atau jasa

2) Membuat janji yang realistis dan akurat dalam komunikasi pemasaran, agar jangan sampai terjadi situasi “*Over Promise, Under Deliver*”.

3) Memanfaatkan riset pasar untuk lebih memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.

4) Bila memungkinkan, memberi garansi layanan tanpa syarat untuk meyakinkan pelanggan bahwa tindakan pemulihan pelayanan pasti segera dilakukan bilamana terjadi permasalahan atau hambatan dalam proses penyampaian layanan

Strategi saat dan paska-pembelian

Tipe ini terdiri atas empat strategi yang saling berkaitan erat *after marketing*, strategi retensi pelanggan, strategi penanganann komplain secara efektif, dan strategi pemulihan layanan.

Aftermarketing

Menurut Terry Vavra, *Aftermarketing* membutuhkan perubahan mentalitas manajer perusahaan, dari yang semula berfokus pada transaksi penjualan menjadi penjalinan relasi.

Strategi retensi pelanggan

Menurut Keaveney, Retensi pelanggan bisa dipandang sebagai bayangan cermin dari defeksi pelanggan (*Customer Defection*), dimana tingkat retensi yang tinggi berdampak sama dengan tingkat defeksi rendah. Implikasinya, upaya meningkatkan retensi pelanggan membutuhkan pemahaman terhadap faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok.

Sistem penanganan komplain secara efektif

Pananganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk/jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).

4) Strategi pemulihan layanan (*Service Recovery*)

Perbedaan pokok antara penyedia layanan unggul dan penyedia layanan yang jelek adalah kemampuan untuk menangani setiap masalah dan belajar dari kegagalan layanan, serta melakukan perbaikan demi penyempurnaan layanan organisasi. Dalam konteks ini, setiap perusahaan perlu merancang dan menerapkan secara efektif sejumlah strategi pemulihan pelayanan, diantaranya jaminan layanan tanpa syarat, pemberdayaan karyawan, penyelesaian kegagalan layanan secara cepat, dan strategi manajemen berupa permohonan maaf, kompensasi atau ganti rugi, pengembalian uang, penjelasan atas penyebab kegagalan layanan, pengerjaan ulang layanan yang diberikan dan seterusnya.

Strategi berkesinambungan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2.4.4. Faktor yang mempengaruhi Customer Satisfaction

Kepuasan pelanggan sangat berpengaruh terhadap persepsi dan ekspektasi pelanggan, oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor-faktor yang mempengaruhinya. Menurut **Tjiptono (2016:295)** terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu :

- 1) Kualitas Produk, pelanggan akan merasa puas bila evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- 2) Harga, Produk dengan kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah dan memberi nilai yang tinggi kepada pelanggannya.
- 3) Kualitas Pelayanan, Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapannya.
- 4) Faktor Emosional, Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum kepadanya bila menggunakan produk merek tertentu.

Bentuk-bentuk strategi kepuasan pelanggan dalam tipe ini meliputi *relationship marketing ang management*, *superior customer*, dan *technology strategy*.

1. *Relationship marketing & management*

Leonard L. Berry mendefinisikan *Relation Marketing* sebagai “menarik, mempertahankan, dan meningkatkan relasi pelangga”

2. *Superior customer service*

Strategi superior customer service diwujudkan dengan cara menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan para pesaing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Biaya dan Kemudahan untuk Mendapatkan Produk atau Jasa, Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.4.5. Indikator *Customer Satisfaction*

Menurut **Priansa (2017:210)** lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

1) Harapan (*Expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang disusun sebelum pembelian barang atau jasa tersebut. Ketika tahapan pembelian dilakukan, konsumen berharap barang atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Jika sesuai dengan harapan konsumen maka ia akan merasa puas.

2) Kinerja (*Performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja 20 aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

3) Perbandingan (*Comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja actual produk.

Pengalaman (*Experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

Konfirmasi (*Confirmation*) dan Diskonfirmasi (*Disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja actual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja actual produk.

Konsumen akan merasa puas ketika terjadi confirmation/disconfirmation.

2.4.6. Pandangan Islam Terhadap *Customer Satisfaction*

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya, begitu juga dalam hal muamalah.

Muslim harus *qona'ah* mengenai hal-hal yang sudah didapatkan dan tidak diperbolehkan menggunakan prinsip yang tidak *syar'i* dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam At-

Taubah : 59 dijelaskan bahwa :

وَلَوْ أَنَّهُمْ رَضُوا مَا آتَاهُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ سَيُؤْتِينَا اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَرَسُولَهُ إِنَّا إِلَى

اللَّهِ رَاغِبُونَ

Artinya : Dan sekiranya mereka benar-benar rida dengan apa yang diberikan kepada mereka oleh Allah dan Rasul-Nya, dan berkata, “Cukuplah Allah bagi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

kami, Allah dan Rasul-Nya akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya kami orang-orang yang berharap kepada Allah.” (QS. At-Taubah :59)

Transaksi ekonomi tidak dapat dipisahkan dari jual beli Ini dijelaskan dalam hal kepuasan pelanggan dengan produk Atau layanan dari penjualan. Sehubungan dengan penyediaan layanan Pelanggan, Islam telah mengatur bagaimana memberikan layanan yang Kualitas untuk pelanggan Anda Mencapai kualitas layanan terbaik

2.3. Service Quality (Kualitas Pelayanan)

2.3.1. Pengertian Service Quality

Service Quality (kualitas pelayanan) merupakan kemampuan atau tindakan dalam memberikan layanan yang terbaik dan bermutu kepada pelanggan. Menurut **Fandy Tjiptono (2017: 180)** mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut **Kotler dan Keller (2016:156)** Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Menurut **Abdullah dan Tantri (2019)** kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

pada kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk dapat memenuhi harapan konsumen nya.

Berdasarkan definisi diatas kualitas pelayanan merupakan hal yang diperlukan pada setiap perusahaan barang dan jasa, dalam memastikan atau menjamin kepuasan pelanggan.

2.3.2. Manfaat *Service Quality*

Kualitas pelayanan juga memiliki manfaat dalam memenuhi atau memastikan kepuasan pelanggan. Menurut **Kotler dan Keller (2016:158)** terdapat lima manfaat kualitas layanan, yaitu :

- a. Mengidentifikasi dengan benar kebutuhan dan persyaratan pelanggan.
- b. Menyampaikan harapan pelanggan kepada perancang produk.
- c. Memastikan pesanan pelanggan dipenuhi dengan benar dan tepat waktu.
- d. Tetap berhubungan dengan pelanggan setelah penjualan untuk memastikan bahwa mereka puas.

2.3.3. Dimensi atau Indikator *Service Quality*

Ada pun dimensi pada *Service Quality*. Menurut **Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Adam (2015:11)**, ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan yakni :

1. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik dari pelayanan yang diberikan adalah penampilan dan sarana yang dimiliki oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik

dari bukti fisik yang dimiliki seperti fasilitas gedung perusahaan, layout ruangan, dan penampilan karyawan.

Kehandalan (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat serta dapat dipercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Seperti ketepatan melayani pelanggan, menghindari kesalahan dalam pelayanan dan kemampuan perusahaan dalam menepati janji sesuai dengan pelayanan yang telah dijanjikan bersama.

3) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Pelayanan yang diberikan secara cepat dan tanggap kepada pelanggan dan menolong permasalahan pelanggan, misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada pelanggan dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas.

4) Jaminan (*Assurance*)

Kemampuan perusahaan dengan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan jaminan seperti keamanan dapat memberikan rasa kepercayaan diri yang tinggi dan tidak ragu-ragu pada pelanggan dalam menilai perusahaan tersebut.

Empati (*Emphaty*)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus secara individual atau perorangan kepada para pelanggan dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen dan menarik minat 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.

untuk menggunakan jasa pelayanan yang telah diberikan serta mendengarkan keluhan atau keinginan yang spesifik mengenai pelayanan yang diberikan.

2.3.4. Faktor-faktor yang mempengaruhi *Service Quality*

Dalam melakukan kualitas pelayanan ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi *Service Quality*. Menurut **Tjiptono (2017:160-164)** faktor-faktor yang memengaruhi kualitas layanan adalah sebagai berikut:

Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan, salah satu karakteristik unik dari jasa atau layanan adalah inseparability, yang artinya jasa atau layanan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan sehingga hal ini kerap kali membutuhkan kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan. Sehingga hal ini dapat memunculkan berbagai macam persoalan yang berhubungan dengan interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan layanan bisa saja terjadi. Beberapa hal yang mungkin dapat memunculkan dampak negatif terhadap persepsi kualitas layanan adalah:

- 1) Tidak terampil dalam melayani pelanggan.
- 2) Cara berpakaian karyawan kurang sesuai dengan konteks.
- 3) Tutur kata karyawan kurang sopan atau bahkan menyebalkan.
- 4) Bau badan karyawan yang mengganggu kenyamanan pelanggan.
- 5) Karyawan selalu cemberut atau pasang tampang “angker”.

Intensitas tenaga kerja yang tinggi, keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Misalnya terkait

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

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

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

masalah upah rendah, pelatihan yang kurang memadai, atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, motivasi kerja karyawan rendah, dan lain-lain.

Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai, dukungan tersebut bisa berupa peralatan (perkakas atau peralatan, material, pakaian seragam), pelatihan keterampilan, maupun informasi (misalnya prosedur operasi), selain itu juga pemberdayaan karyawan seperti kemampuan untuk mengendalikan dan menguasai cara melaksanakan pekerjaan dan tugasnya, memahami konteks dimana pekerjaannya dilaksanakan dan kesesuaian pekerjaannya dalam rerangka pekerjaan yang lebih luas (big picture), bertanggung jawab atas output kerja pribadi dan mengemban tanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi.

d. Gap komunikasi, gap komunikasi bisa berupa:

- 1) Penyedia layanan memberikan janji yang terlalu berlebihan, sehingga tidak mampu untuk memenuhinya,
- 2) Penyedia layanan tidak bisa selalu atau salah menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur atau aturan, perubahan susunan barang di rak pajangan pasar swalayan, perubahan kemasan, perubahan harga, dan lain-lain.
- 3) Pesan komunikasi yang disampaikan oleh penyedia layanan tidak dipahami 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 suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan atau saran yang disampaikan oleh para pelanggan.

Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang diterima.

- f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.
- g. Visi bisnis jangka pendek, misalnya orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain – lain bisa merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka panjang.

2.3.5. Pandangan Islam tentang *Service Quality*

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. Seperti yang tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267, yang berbunyi :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ
 بِأَخِيذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلِمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِّي حَمِيدٌ ۝

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Mahakaya, Maha Terpuji. (Q.S. Al-Baqarah : 267)

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa islam sudah mengatur berbagai hal dalam kehidupan kita sehari-hari, seperti halnya berkegiatan disebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu, sehingga pelayanan tersebut memiliki kualitas pelayanan yang mampu memenuhi kepuasan dan keinginan pelanggan tersebut.

2.1. Penelitian Terdahulu

Dari beberapa Penelitian terdahulu yang penulis jadikan referensi serta perbandingan dalam melakukan penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahuluan

N ^o	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
1	Liwa Ulhamdi Anisa (2021)	Pengaruh <i>Service Recovery</i> Dan <i>Responsiveness</i>	Variabel bebas : <i>Service Recovery</i> (X1), <i>Responsiveness</i> (Variabel Terikat (Y) <i>Customer Satisfaction</i>	Hasil Penelitian Menunjukan Bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian	
	Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> Pada Hotel Pesona Alam Sangir Solok - Selatan (Studi Kasus Pada Pengunjung Hotel Pesona Alam Sangir Solok-Selatan)	X2) Variabel terikat : <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	Jenis penelitian deskriptif kuantitatif	Variabel bebas (X1) <i>Service Recovery</i> dan (X2) <i>Responsiveness</i> Berpengaruh Signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	
2.	Sulhak, Mohammad Firdaus, & Agustian (2020)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Siswa pada SMK PGRI 1 Giri Banyuwangi	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan(X). Variabel terikat : Kepuasan Siswa (Y)	Variabel bebas Kualitas Pelayanan (X). Variabel terikat : kepuasan Siswa (Y). Jenis penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen
3.	Yunus Alan (2016)	Pengaruh <i>Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance)</i> Terhadap <i>Customer</i>	Variabel bebas : <i>Tangible</i> (X1), <i>Empathy</i> (X2), <i>Reliability</i> (X3) <i>Responsiveness</i> (X4), Dan <i>Assurance</i> (X5) Variabel terikat :	Variabel Bebas (X) <i>Responsiveness</i> . Variabel Terikat (Y) <i>Customer Satisfaction</i> Jenis penelitian deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan <i>Tangible</i> (X1), <i>Empathy</i> (X2), <i>Reliability</i> (X3) <i>Responsiveness</i>

© Himpunan Sipta milik UIN Suska Riau 4. Riau 5. Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
		<i>Satisfaction</i> : Penelitian Pada Hotel Serela Bandung	(Y) <i>Customer Satisfaction</i>	kuantitatif	<i>ess</i> (X4), Dan <i>Assurance</i> (X5) Berpengaruh signifikan terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Y)
	Dewi Purnamasari (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Jama'ah Pt. Pandi Kencana Murni Tours Pekanbaru Dalam Menyelenggarakan Ibadah Umrah Ditinjau Menurut Ekonomi Islam	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan (X1) Variabel terikat : Keputusan Konsumen (Y)	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan (X1) Jenis penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Konsumen (Y)
	Wahyuningtyas Aprilia (2020)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi	Variabel bebas : Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) Variabel terikat : kepuasan konsumen (Y)	Variabel bebas : Kualitas Pelayanan (X2) Variabel terikat : kepuasan konsumen (Y) Jenis penelitian deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
		Syariah		kuantitatif	kepuasan konsumen (Y)
6.	Randy Setio Prabowo (2017)	Pengaruh <i>Service Quality</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> English First Surabaya Town Square	Variabel Bebas : <i>Service Quality</i> (X) Variabel Terikat : <i>Customer Satisfaction</i> (Y)	Variabel Bebas : <i>Service Quality</i> (X) Variabel Terikat : <i>Customer Satisfaction</i> (Y) jenis penelitian deskriptif kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Service Quality</i> (X) berpengaruh secara simultan tetapi tidak secara parsial terhadap <i>Customer Satisfaction</i> (Y)
7.	Hendri Hidayat (2021)	Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Travel	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y) penelitian Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Citra Merek (X2) berpengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan dan citra merek terhadap kepuasan konsumen

Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
				baik secara parsial maupun secara simultan.
8. Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2), Harga (X3) Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y)	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X1) Variabel Terikat : Kepuasan Pelanggan (Y) penelitian Deskriptif Kuantitatif	hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
9. Alfian Firmansyah & Eko Prasajo (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rawat Inap Kelas Vip Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kardinah Kota Tegal Jawa Tengah	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y) penelitian Deskriptif Kuantitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

	Nama Penelitian (Tahun)	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Persamaan	Hasil Penelitian
10	Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, & Haris Hermawan (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Borwita Citra Prima Bondowoso	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y)	Variabel Bebas : Kualitas Pelayanan (X) Variabel Terikat : Kepuasan Konsumen (Y) penelitian Deskriptif Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Sumber : Jurnal Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian yang telah disebutkan sebelumnya menunjukkan jika penelitian ini berbeda dalam kaitannya dengan produk dan bahan yang dipelajari, penelitian ini membahas pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.

2. Variabel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2017:38)** variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut **Sugiyono (2017:39)** variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas yaitu *Service Quality*

Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

Menurut **Sugiyono (2017:39)** variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu *Customer Satisfaction*

2.6. Defenisi dan Operasional Variabel Penelitian

2.8.1. Definisi Variabel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2017:38)** variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Bebas / *Independent Variable* (X)

Menurut **Sugiyono (2017:39)** variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel bebas adalah *Service Quality*.

Variabel Terikat / *Dependent Variable* (Y)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut **Sugiyono (2017:39)** variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel terikat adalah *Customer Satisfaction*.

2.8.1 Operasional Variabel Penelitian

Operasional variabel penelitian merupakan gambaran dari variabel yang diteliti berupa nama variabel, definisi variabel, indikator variabel, dan skala pengukuran yang digunakan peneliti.

Tabel 2. 2 Operasional Variabel Penelitian

No	Variabel	Definis Variabel	Indikator	Alat Ukur
1.	<i>Customer Satisfaction</i> (Y)	Menurut mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. (Swastha, 2012:121)	1) Harapan (<i>Expectations</i>) 2) Kinerja (<i>Performance</i>) 3) Perbandingan (<i>Comparison</i>) 4) Pengalaman (<i>Experience</i>) 5) Konfirmasi (<i>Confirmation</i>) dan Diskonfirmasi (<i>Disconfirmation</i>) (Priansa, 2017)	Skala <i>Likert</i>
	<i>Service Quality</i> (X)	Kualitas Layanan adalah totalitas fitur dan karakter suatu produk atau pelayanan yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. (Kotler dan Keller, 2016:156)	1) Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) 2) Keandalan (<i>Reliability</i>) 3) Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4) Jaminan (<i>Assurance</i>) 5) Empati (<i>Emphaty</i>) Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Adam (2015)	Skala <i>Likert</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

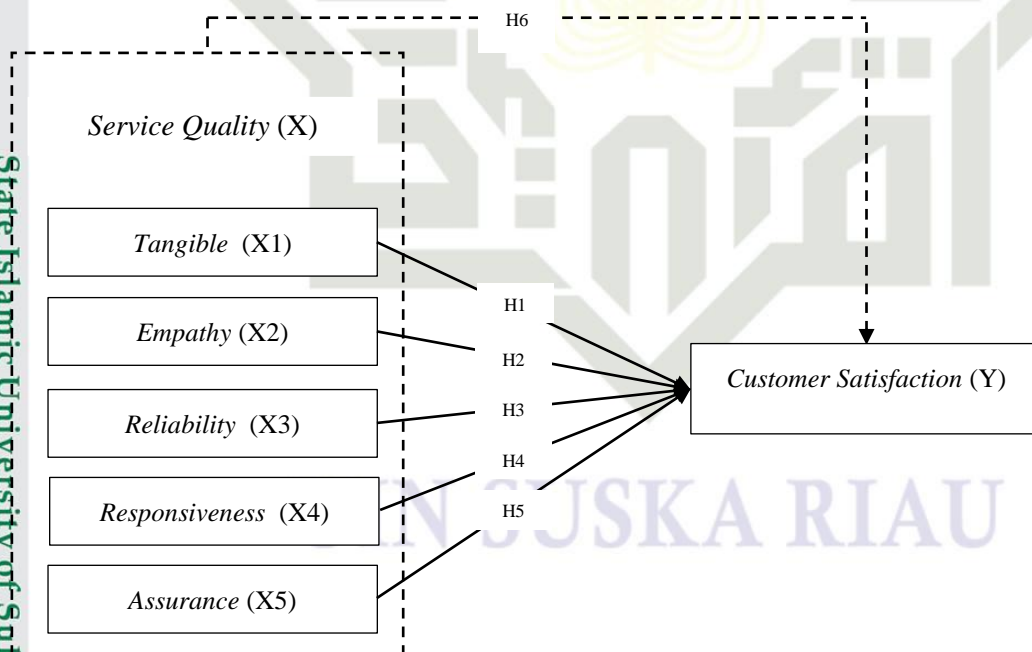
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

2. Kerangka Pemikiran

Menurut **Sugiyono (2017:60)** kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah *Tangible (X1)*, *Empathy (X2)*, *Reliability (X3)*, *Responsiveness (X4)*, *Assurance (X5)* terhadap *Customer Satisfaction (Y)*. Berikut adalah gambaran kerangka berpikir dalam penelitian ini.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber : Yunus Alan (2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Keterangan :

- : Pengaruh variabel bebas terhadap Variabel terikat secara parsial (Individu)
 - - - - - → : Pengaruh variabel bebas terhadap Variabel terikat secara simultan (bersama-sama)

2.8. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2017:99) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Bertitik tolak dari landasan teori dari perumusan masalah, maka penulis mencoba menemukan suatu hipotesis penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

- H1 : Diduga dimensi *Tangible* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H0₁ : Diduga dimensi *Tangible* Tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H2 : Diduga dimensi *Reliability* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H0₂ : Diduga dimensi *Reliability* Tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H3 : Diduga dimensi *Responsiveness* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H0₃ : Diduga dimensi *Responsiveness* Tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- H0₁ : Diduga dimensi *Assurance* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H0₄ : Diduga dimensi *Assurance* Tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H5 : Diduga dimensi *Empathy* berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru
- H0₅ : Diduga dimensi *Empathy* Tidak berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru.
- H6 : Diduga dimensi (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) berpengaruh secara Simultan terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?
- H0₆ : Diduga dimensi (*Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) Tidak berpengaruh secara Simultan terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian Ini Dilakukan Pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House yang beralamat di Jl. Cemara Kipas Komplek Pemda No.27A, Tobek Godang, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28297. Penelitian ini dimulai pada bulan Desember tahun 2021 sampai dengan bulan maret 2022

3.2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

2.3.1. Jenis Data

a. Data Kualitatif

Data Kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat, gerak tubuh, ekspresi wajah, bagan, gambar dan foto. **(Sugiyono, 2014)**

b. Data Kuantitatif

Data Kuantitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan/scoring **(Sugiyono, 2014)**.

2.3.2. Sumber Data

a. Data primer

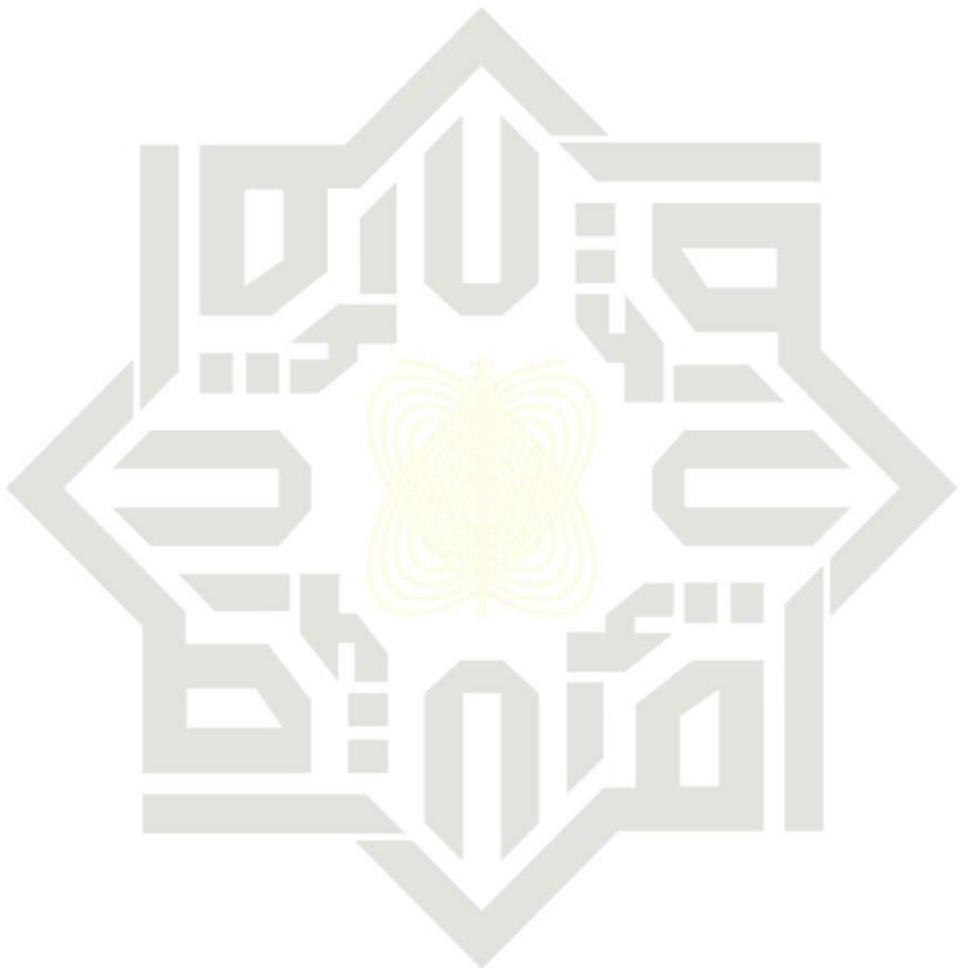
Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data asli tempat penelitian atau tujuan penelitian yang dilakukan **(Siregar, 2013:16)**. Data ini diperoleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 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.

secara langsung dengan menyebarkan survei ke penghuni Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House.

Data Sekunder

Menurut **Sugiyono (2017:137)** data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Peneliti menggunakan data sekunder karena peneliti mengumpulkan informasi dari data yang diolah oleh pihak lain, seperti informasi tentang jumlah karyawan dan persentase penjualan di perusahaan.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Menurut **Sugiyono (2017:137)**, pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*. Bila dilihat dari *setting*-nya, data dapat dikumpulkan pada setting alamiah (*natural setting*), pada laboratorium dengan metode eksperimen, dirumah dengan berbagai responden, pada suatu seminar, diskusi, tdi jalan dan lain-lain. Saat melihat sumber data, Dapat menggunakan sumber primer dan sekunder untuk pengumpulan data. Selain itu, dalam hal teknik atau teknik pengumpulan data, metode pengumpulan data dapat diterapkan melalui Kuesioner (angket).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut :

3.3.1. Kuesioner (Angket)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Menurut **Sugiyono (2017:142)** Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data dilakukan dengan menyebarkan *form* kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang meliputi variabel penelitian kepada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru. Penggunaan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan model skala *Likert*. Seperti yang telah dikemukakan oleh **Sugiyono (2016)** Skala *Likert* digunakan untuk mengungkap sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Teknik ini digunakan agar peneliti dapat menemukan dan memperoleh data mengenai penilaian yang diberikan oleh setiap penghuni Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House yang selanjutnya dapat ditarik kesimpulan.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Dalam melakukan penelitian, subjek / objek penelitian harus didefinisikan dengan jelas, serta kualitas dan karakteristik yang disebut populasi. Menurut **Sugiyono (2017:117)** 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. Adapun tujuan dari populasi ini adalah mengetahui seluruh penghuni yang pernah menginap. Terdapat 200 orang yang pernah menginap di Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House pada tahun 2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3.1.2. Sampel

Menurut **Sugiyono (2016:120)** sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dilakukan karena peneliti memiliki keterbatasan dalam melakukan penelitian baik dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat banyak. Pengambilan sampel dilakukan secara *non probability* sampling dan menggunakan metode *Accidental sampling*. Pengambilan sampel *secara non probability* dimaksudkan adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota-anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (**Sugiyono, 2012:120**). pada penelitian ini metode yang digunakan ialah *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Kriteria penghuni yang digunakan untuk menjadi sampel adalah:

1. Berusia 18 tahun keatas
2. Pernah menginap di Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru pada Tahun 2021.

Dengan menggunakan teknik *Slovin* dalam sampel, jumlahnya harus representatif agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Sedangkan yang dimaksud teknik *Slovin* menurut **Sugiyono (2017:81)** Adapun penelitian ini menggunakan rumus *Slovin*, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus *Slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

Keterangan :

- n = Ukuran sampel/jumlah responden
 N = Ukuran populasi
 e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut :

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dengan menggunakan rumus *Slovin*, ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{200}{1 + 200 (0.1)^2} = 66.66$$

Dengan populasi 200 responden pada tahun 2021, maka diperkecil dengan menggunakan rumus slovin menjadi 66 responden. Dan dibulatkan menjadi 70 responden.

3. Teknik Analisa Data

3.1. Analisis Kuantitatif

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah metode analisis data kuantitatif yang dapat menghasilkan dan menjelaskan hasil penelitian saat ini dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menggunakan persamaan matematis dan menarik kesimpulan yang relevan dengan teori saat ini.

Menurut **Sugiyono (2017:8)**, metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.5.2. Skala Pengukuran Data

Skala pengukuran dapat didefinisikan sebagai kesepakatan yang digunakan sebagai acuan dalam menentukan panjang atau pendeknya interval yang berada pada alat ukur sehingga jika digunakan, maka akan menghasilkan data kuantitatif Skala pengukuran menggunakan *skala likert* yaitu untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang mengenai fenomena sosial (**Sugiyono, 2018**). Menurut **Sugiyono (2018)**, indikator jawaban *skala likert* untuk keperluan analisis kuantitatif dapat diberi skor sebagai berikut :

- | | |
|-----------------------------------|---|
| 1. Sangat Setuju (SS) diberi skor | 5 |
| 2. Setuju (S) diberi skor | 4 |
| 3. Cukup Setuju (CS) diberi skor | 3 |
| 4. Tidak Setuju (TS) diberi skor | 2 |
| 5. Sangat Tidak Setuju (STS) | 1 |

3.6. Uji Kualitas Data

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut **Sugiyono (2014:111)**, kualitas data untuk penelitian konseptual sangat tergantung pada kualitas data yang digunakan dalam penelitian. Kualitas data pencarian ditentukan oleh alat kualitas. Uji yang digunakan untuk mengkonfirmasi kualitas data dalam penelitian ini adalah uji validasi, reliabilitas dan normalitas.

3.6.1. Uji Validitas

Uji Validitas data yang ditentukan oleh proses pengukuran yang kuat. Suatu instrument pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila instrument tersebut mengukur apa yang sebenarnya diukur. Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang diinginkan. Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban kuisisioner dari responden benar-benar sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini atau tidak.

Adapun kriteria pengambilan Menurut **Sugiyono (2016)**, untuk menguji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya, dimana jika nilai korelasi lebih besar dari 0,30 atau nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Pengujian validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Adapun menurut **Priyanto (2014)**, kriteria pengambilan keputusan dalam spss data instrumen adalah sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif, maka butir instrumen atau pernyataan dalam penelitian tersebut dinyatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka butir instrumen atau pernyataan dalam penelitian tersebut dinyatakan tidak valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

3.6.2. Uji Reliabilitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan sejauh mana pengukuran data secara konsisten menghasilkan hasil yang konsisten ketika pengukuran berulang dilakukan pada objek yang sama. Tugas dari Uji Reliabilitas adalah untuk menentukan sejauh mana alat ukur atau kuesioner ditempatkan. Menurut **Sugiyono (2017:121)** instrumen yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrumen yang reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, uji reliabilitas kuesioner menggunakan prosedur yang sama dengan uji validitas. Reliabel artinya konsisten atau stabil, suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila hasil alat ukur tersebut konsisten sehingga dapat dipercaya.

Uji reliabilitas adalah untuk mengetahui apakah hasil pengukuran identik jika pengukuran dilakukan dua kali atau lebih dengan alat ukur yang sama untuk gejala yang sama. Metode yang digunakan adalah *Alpha Cronbach* yaitu metode yang menghitung realibilitas, suatu tes yang mengukur sikap atau perilaku. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach* bila koefisien realibilitas ($r_{11} > 0,6$). (**Sugiyono, 2014:190**)

Syarat validitas yang harus dipenuhi ialah memiliki kriteria sebagai berikut :

Jika $r > 0,30$ maka item pertanyaan kuesioner adalah valid

Jika $r < 0,30$ maka item pertanyaan kuesioner adalah tidak valid

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3.7. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang diperoleh dapat menghasilkan estimator linear yang baik. Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah, uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.7.1. Uji Normalitas

Menurut **Ghozali (2016)** uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah pada suatu model regresi, suatu variabel independen dan variabel dependen ataupun keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan melihat *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal digambarkan dengan sebuah garis diagonal lurus dari kiri bawah ke kanan atas. Distribusi kumulatif dari data sesungguhnya digambarkan dengan *ploting*. Jika data normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis diagonalnya. Pengujian normalitas dengan menggunakan analisis grafik, menggunakan *normal probability plot* dapat memberikan hasil yang subyektif. Artinya, antara orang yang satu dengan yang lain dapat berbeda dalam menginterpretasikannya. Mungkin dengan *normal probability plot* yang sama si A menyatakan normal, namun si B dapat menyatakan tidak normal.

3.7.2. Uji Multikolinearitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Menurut **Ghozali (2018; 107)** menyatakan bahwa uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar satu atau semua variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai TOL (*Tolerance*) dan *variance inflation factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai $\leq 0,10$

3.7.3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas (**Ghozali, 2012**). Heteroskedastisitas berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas.

Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan model uji Glejser. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji heteroskedastisitas menggunakan model uji Glejser adalah sebagai berikut :

Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.8. Uji Regresi Linear Berganda

Menurut **Sugiyono (2017:275)** analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, apabila peneliti meramalkan bagaimana naik turunnya keadaan variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor predictor dinaik turunkan nilainya (dimanipulasi). **Sugiyono (2017:275)** menyebutkan dalam uji regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat lebih dari satu. Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel digunakan metode regresi garis berganda, yaitu alat ukur yang mengkorelasikan hubungan antara dua variabel terikat atau lebih.

Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

Y	: <i>Customer Satisfaction</i>	B ₁	: Koefisien regresi <i>Tangible</i>
a	: Konstan	B ₂	: Koefisien regresi <i>Empathy</i>
X ₁	: <i>Tangible</i>	B ₃	: Koefisien regresi <i>Reliability</i>
X ₂	: <i>Empathy</i>	B ₄	: Koefisien regresi <i>Responsiveness</i>
X ₃	: <i>Reliability</i>	B ₅	: Koefisien regresi <i>Assurance</i>
X ₄	: <i>Responsiveness</i>	e	: Nilai Residu
X ₅	: <i>Assurance</i>		

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1. Uji T (Parsial)

Uji secara parsial (uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y) dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

Menurut **Sugiyono (2018; 223)** Uji t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Suatu variabel akan memiliki pengaruh yang berarti jika nilai t hitung variabel tersebut lebih besar dibandingkan nilai t tabel ($t_{hitung} > t_{tabel}$). Adapun kriteria pengambilan keputusan yang digunakan dalam uji ini adalah :

- a. Apabila $T_{hitung} \geq T_{tabel}$ atau $sig \leq \alpha$ maka :

H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance)* mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*.

- b. Apabila $T_{hitung} \leq T_{tabel}$ atau $sig \geq \alpha$ maka :

H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness, dan Assurance)* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap *Customer Satisfaction*.

3.9.2. Uji F (Simultan)

Uji F adalah uji yang digunakan untuk menguji dan menunjukkan apakah semua variabel independen dimensi *Service Quality (X1:Tangible, X2:Reliability, X3:Responsiveness, X4:Assurance, dan X5:Empathy)* yang dimasukkan kedalam

model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y : *Customer Satisfaction*)

Menurut **Sugiyono (2014 : 96)**, Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan. Model tersebut dapat disebut layak apabila memiliki nilai Sig F lebih kecil atau sama dengan alpha 0,05. Adapun nilai alpha yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05 dimana kriteria pengambilan keputusan yang digunakan sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan $sig < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance)* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru.
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan $sig > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel *Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Assurance)* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House Pekanbaru.

3.3. Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2), pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

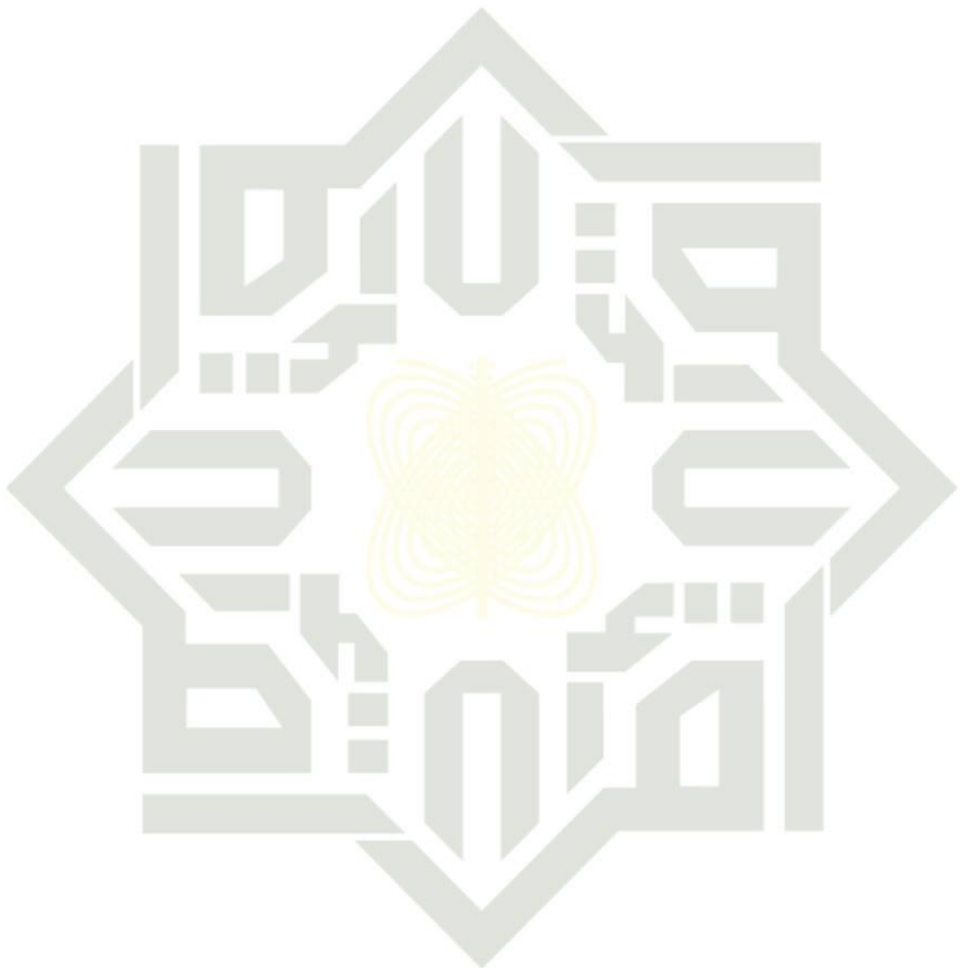
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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

Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing – masing pengamatan, Menurut **Sujarweni (2015:164)** “Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui persentasi perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru

Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru Resmi dibangun pertengahan tahun 2019 dibawah naungan Mataram Property yang didirikan oleh Eko Rahmat Yulianto. Yang beralamat Jl. Cemara Kipas Komplek Pemda No.27A, Tobek Godang, Kec. Tampan, Kota Pekanbaru, Riau 28297. Mataram Property tidak hanya menyediakan Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru saja, tetapi Mataram Property juga menyediakan berbagai solusi pada Property, yaitu seperti :

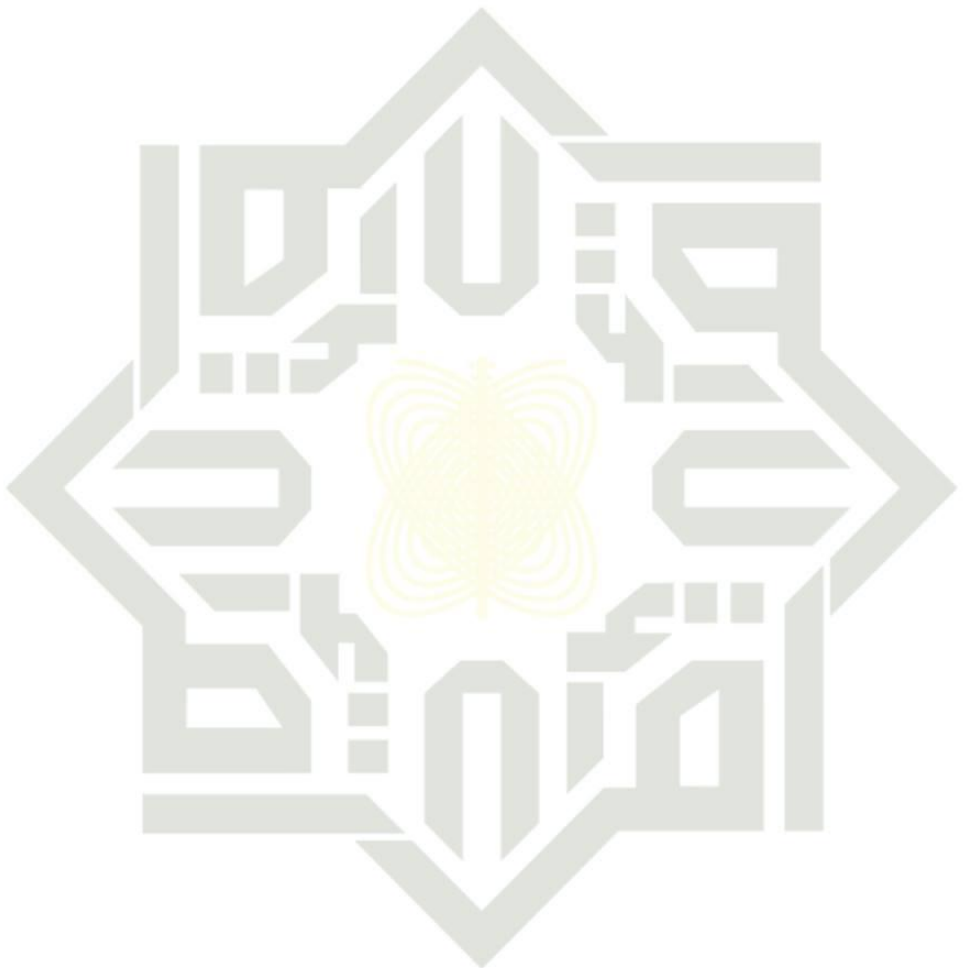
1. Pembangunan / Konstruksi.
2. Penyediaan Rumah / Developer.
3. Perbaikan / Property Repair.
4. Manajemen Property / Property management untuk meningkatkan cash flow property anda melalui manajemen kost eksklusif dan guest house.
5. Pembuatan aksesoris property, seperti canopy, pagar besi / bata, rangka baja, dsb.

Mataram Property sendiri tidak hanya terdapat di pekanbaru Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House, Namun terdapat juga di yogyakarta yang bernama Mataram Guest House & Kost Eksklusif Yogyakarta yang beralamat Perum Mataram

Bumi Sejahtera (MBS) Kav.31, Dero, Condong Catur, Depok, Ngringin,
Condongcatur, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 552

© I l i k p t a milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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




Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru sendiri memiliki 24 kamar dengan fasilitas, seperti berikut : Penjaga 24 jam, Full perabot : King (180cm) / Queen Size (160) Bed, lemari, meja & kursi, KM dalam, AC, Wifi, LED TV 32", TV Kabel, Water Heater, CCTV, RFID access door, Dapur c/w kitchen set, Kulkas, Mini bar, Ruang bersama, Gazebo, Penjaga 24 jam, Parkir sepeda motor & mobil luas, laundry (opsional), Gratis MaTV dengan Liga Inggris by Mola, Disney, Nat Geo Channel, HBO, Star Movie.

4.2. Visi dan Misi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru

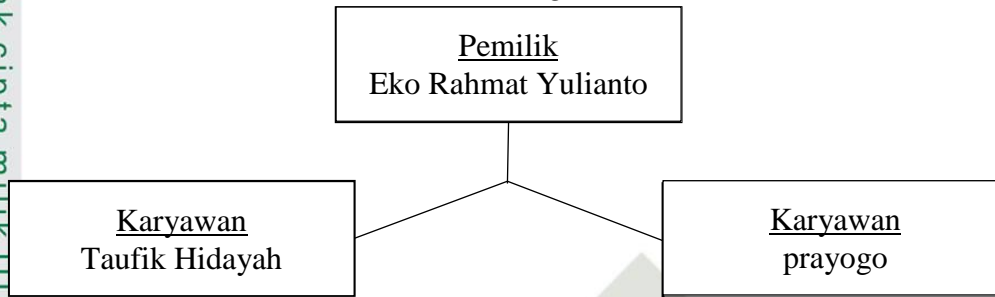
Adapun Visi dan Misi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru, yaitu :

1. Visi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru
 “Menjadi Kost & Guest House seakan rumah sendiri dengan fasilitas yang diberikan dan kenyamanan”
2. Misi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru
 “Menedepankan kost eksekutif & guest house dengan menjamin ke tentraman dan asrian hunian di Riau”

4.3. Struktur Organisasi Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru

Berikut struktur organisasi yang terdapat pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru, yaitu :

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Perusahaan



Sumber : Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House pekanbaru, 2022

4.4 Deskripsi Tugas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru

Berikut tugas-tugas karyawan Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House pekanbaru, yaitu :

1. Mengepel koridor lantai 1 dan 2.
2. Bersihkan dapur.
3. Membuang sampah yang ada di kamar depan kamar penghuni dan dapur lantai 1 dan 2.
4. Menyapu halaman di luar pagar dan di dalam pagar.
- Membersihkan kaca jendela kamar penghuni.
- Jika ada kamar check out, spre, selimut diganti, dan pastikan barang-barang dikamar dalam keadaan bersih dan rapi.
- Menyiram tanaman yang ada diperkarangan kos.
- Membantu pelayanan laundry penghuni kos.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Merekap uang masuk dan uang keluar pada buku kas dan termasuk data-data penghuni.

3. 3S (Sapa, Senyum, Salam).

4. **Aktivitas Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru**

Berikut beberapa aktivitas harian pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House pekanbaru, yaitu :

Waktu 05:30

Membuka gerbang Kost

2. Waktu 05:30 – 07:00

- a. Mengecek ketersediaan air minum.
- b. Mematikan lampu-lampu.
- c. Membuang sampah setiap pagi.
- d. Membersihkan furniture seperti : meja, kursi, minibar, meja dapur.
- e. Menyapu dan mengepel.
- f. Menyapu halaman depan kost dan tepi jalan kost dan rumah.
- g. Menyapu area jemuran bawah dan atas.
- h. Membersihkan area dapur lantai 1 dan 2.

Waktu 07:00 – 16:00 (Jam Fleksibel)

Mencuci sprei kamar dan menyetrika sesuai jadwal yang ditentukan. Dan membersihkan kamar, seperti :

- a. Mengganti sprei kamar bila telah kotor.

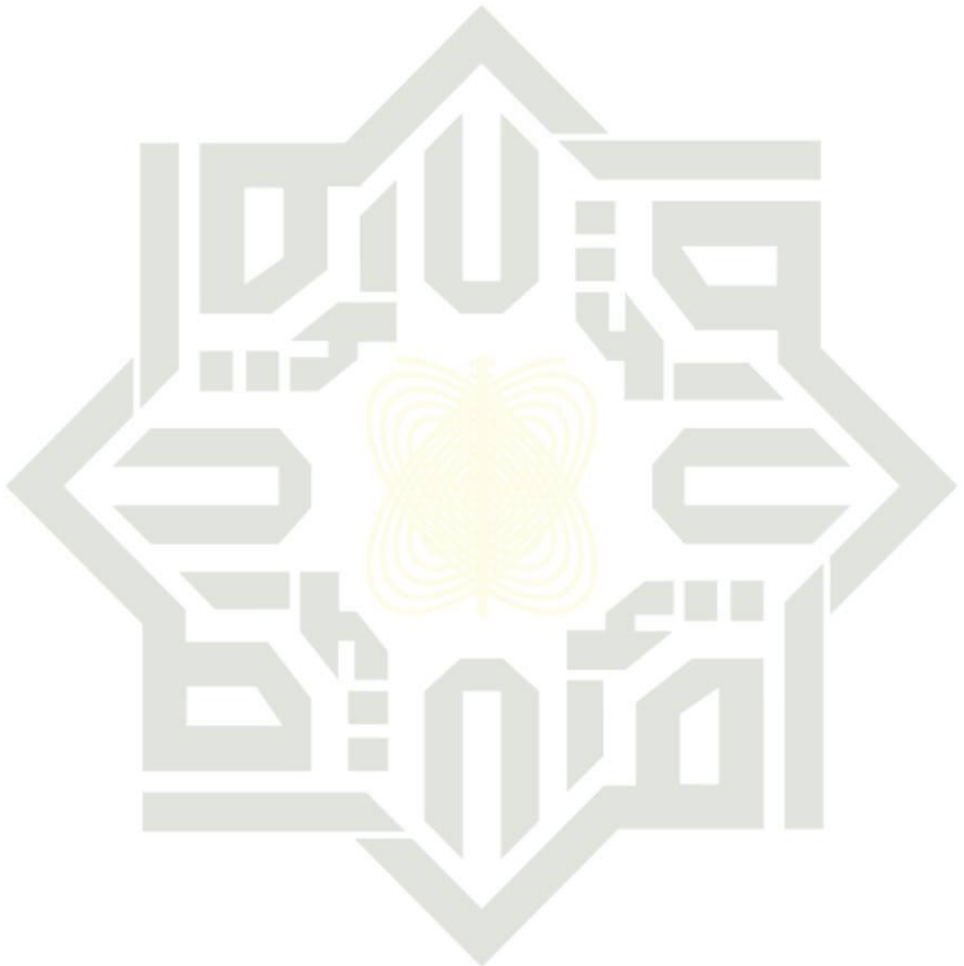
- b. Membersihkan kamar mandi, termasuk menyikat dinding kamar mandi, wastafel, closet, dan lantai kamar mandi.
- c. Membersihkan cermin, jendela, lemari, meja, dan TV

© 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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., dan F. Tantri. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Adam, Muhammad. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Akus Santoso. (2010). *Studi Deskriptif Effect Size Penelitian-Penelitian Di Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma. Jurnal Penelitian*. 14(I). Hlm. 1-17.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anisa, L. U. (2021). *Pengaruh Service Recovery dan Responsiveness Terhadap Customer Satisfaction pada Hotel Pesona Alam Sangar Solok-Selatan*. In Skripsi.
- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, & Haris Hermawan (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen PT. Borwita Citra Prima Bondowoso*
- Ali Hasan, 2013, *Marketing*, Cetakan Pertama, Media Pressdindo Yogyakarta
- Arillia, W. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen 212 Mart Kelurahan Tuah Karya Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. In Skripsi (Issue July).
- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Bagyono. 2014. *Pariwisata dan Perhotelan* , Bandung : Alfabeta.
- Bisu Swastha. (2012). *Manajemen Penjualan*, Yogyakarta. BPFY Yogyakarta.

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 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.

Bachari, Alma, 2012. *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*. Bandung : CV Alfabeta.

Donni Junni Priansa. 2017. *Sosial Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media* . Bandung: CV Pustaka Setia.

Firmansyah .A, Prasojo E, (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Rawat Inap Kelas Vip Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kardinah Kota Tegal Jawa Tengah*

Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Hidayat, H. 2021. *Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Transportasi Travel*. In Skripsi.

<https://www.bps.go.id>

Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent*. PT Raja Grafindo Persada. Depok.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

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

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.

Lebis S,A, & Andayani N, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam*

Manullang dan Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran Dalam Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka

Pawaddin, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah*.

Prabowo, R. S. (2017). *PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFICATION ENGLISH FIRST SURABAYA TOWN SQUARE*. Jurnal Manajemen Bisnis, 5.

Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer* Bandung: Penerbit Alfabeta.

Priyanto, Dwi . 2014. *SPSS 22 : pengolahan data terpraktis*, Yogyakarta : ANDI OFFSET.

Purnamawati, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Jama'ah PT. Pandi Kencana Murni Tours Pekanbaru dalam Menyelenggarakan Ibadah Umrah Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah*. In Skripsi.

QS. Al-Baqarah Ayat 267


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

QS. An – Nisa Ayat 86

QS. At-Taubah :59

Salih, Muhammad Yusuf dan Mia Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*.
Makasar:CV Sah Media.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2010. *Metodologi Penelitian* Andi Yogyakarta

Sjarweni, V. Wiratna. 2015. *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:
Pustaka Baru Press.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar
Interpratama Mandiri.

Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*'. Bandung : ALFABETA.

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

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
PT Alfabet.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :
Alfabeta, CV.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sakandarrumidi dan Haryanto. 2014. *Dasar-Dasar Penulisan Proposal
Penelitian*, Gadjah Mada University Press: Yogyakarta.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

- Salihak, Mohammad Firdaus, dan Agustian (2020). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Siswa pada SMK PGRI 1 Giri Banyuwangi*.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, Penelitian*. CV. Andi Offset :Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising. Top Brand Awards (2017). *Kategori Jasa Transportasi Online*. Diakses dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2017_fase_2
- Tjiptono, Fandy, & Anastasia Diana. (2019.) *Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Andi offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Yunus Alan, (2016). *Pengaruh Service Quality (Tangible, Empathy, Reliability, Responsiveness Dan Assurance) Terhadap Customer Satisfaction : Penelitian Pada Hotel Selera*, Bandung
- Yusuf Saleh, Muhammad dan Miah Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Makassar: CV Sah Media.
- Westbrook, & Reilly. (2014). Dalam F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Pertama ed., hal. 349). Malang: Bayumedia Publishing.
- Sumber : <https://www.bps.go.id/indicator/16/122/4/tingkat-penghunian-kamar-pada-hotel-bintang.html>

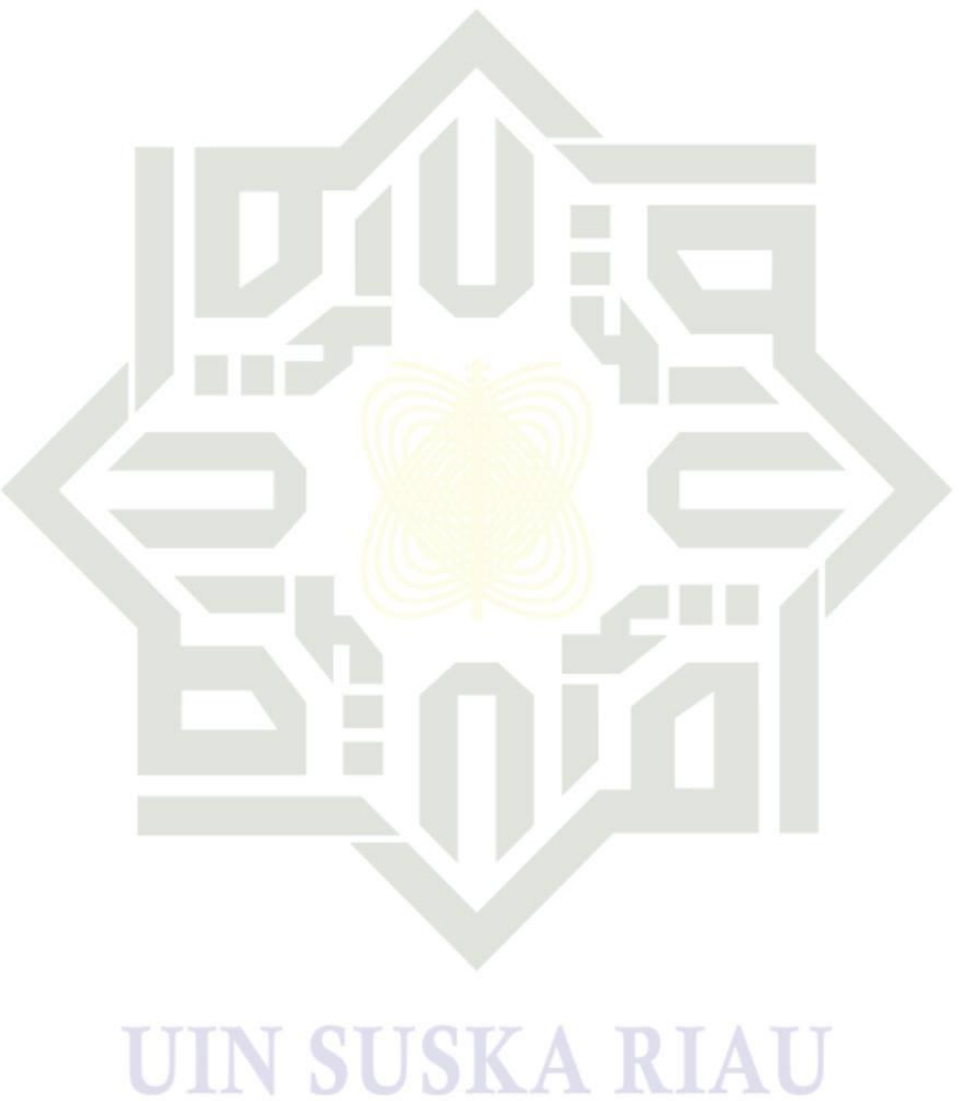
Sumber : <https://www.bps.go.id/indicator/16/777/1/tingkat-penghunian-kamar-pada-hotel-non-bintang.html>

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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



KUESIONER PENELITIAN

Assalamualaikum warahmatullah wabarokatuh

Saudara/i responden yang saya hormati,

Bersama ini saya Taufik Hidayah dari Jurusan Manajemen S1 UIN SUSKA RIAU meminta kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan, informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian tentang, **PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA WISMA CEMARA KOST EKSEKUTIF & GUEST HOUSE PEKANBARU.**

Atas bantuan dan perhatian saudara/i, saya ucapkan terima kasih,

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama / Inisial : _____
2. Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Umur : 18 – 27 Tahun
28 – 37 Tahun
38 – 47 Tahun
>48 Tahun
4. Pekerjaan :
Mahasiswa
Wiraswasta
PNS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i cukup memberikan tanda ceklis (√) pada pilihan jawaban yang tersedia dengan pendapat saudara/i. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban dengan keterangan sebagai berikut :

- SS = (Sangat setuju)
 S = (Setuju)
 CS = (Cukup Setuju)
 TS = (Tidak setuju)
 STS = (Sangat tidak setuju)

C. Pernyataan

NO.	<i>Tangible (Bukti Fisik) X1</i>	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Kondisi fasilitas pendukung (toilet) nyaman dan bersih					
2	Tersedianya fasilitas internet yang lancar (<i>wifi</i>)					
3	Tersedia fasilitas penunjang (<i>AC</i>)					
4	Kebersihan, kerapian, kenyamanan wisma					
5	Tersedianya dapur dan Peralatannya					
6	Ketersedian tempat area kumpul (<i>Gazebo</i>) dan minibar					
7	Ketersediaan tempat sampah di setiap kamar penghuni					
8	Ketersediaan area parkir yang berkanopi dan tidak berkanopi					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.	Reliability (Kehandalan) X2	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
9	Karyawan memberikan layanan sesuai janji					
10	Karyawan dapat diandalkan dalam menangani keluhan penghuni					
11	Kemampuan Karyawan dalam menjawab pertanyaan calon pelanggan dan penguasaan harga dan fasilitas					
12	Memberikan pelayanan tepat pada waktu kepada penghuni					

NO.	Responsiveness (Daya Tanggap) X3	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
13	Respon yang cepat saat menerima keluhan penghuni					
14	Karyawan segera meminta maaf jika terjadi kesalahan					
15	Kesigapan karyawan dalam melayani setiap permintaan pelanggan					
16	Kecepatan karyawan dalam mempersiapkan kamar untuk pelanggan check in					
17	Respon yang cepat saat calon pelanggan menanyakan seputar wisma (melalui chat whats app)					
18	Kesigapan karyawan dalam menyambut calon pelanggan					

NO.	Assurance (Jaminan) X4	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
19	Karyawan yang cepat dan tepat dalam melayani proses pembayaran					
20	Karyawan mampu menanamkan kepercayaan kepada 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.

21	Pihak Wisma memberikan jaminan atas kamar yang mengalami permasalahan/kerusakan, seperti AC, Tv, toilet, tempat tidur, dan barang lainnya. Dengan memperbaikinya					
22	Pelanggan merasa aman saat melakukan transaksi pembayaran					
23	Tempat parkir yang aman					
24	Menjamin akan kenyamanan bagi penghuni wisma					

NO.	<i>Empathy (Empati) X5</i>	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
25	Karyawan yang menerima pelanggan dengan sapa, senyum, dan ramah					
26	Kemampuan karyawan memperlakukan penghuni dengan penuh perhatian					
27	Perhatian terhadap kritik dan saran yang diberikan oleh penghuni					
28	Kesungguhan karyawan dalam mengutamakan kepentingan penghuni					

NO.	<i>Customer Satisfaction (Y)</i>	JAWABAN				
		SS	S	CS	TS	STS
29	Pelayanan jasa Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House telah sesuai harapan konsumen					
30	Konsumen puas dengan luas tempat parkir yang disediakan Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House					
31	Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House direkomendasikan					

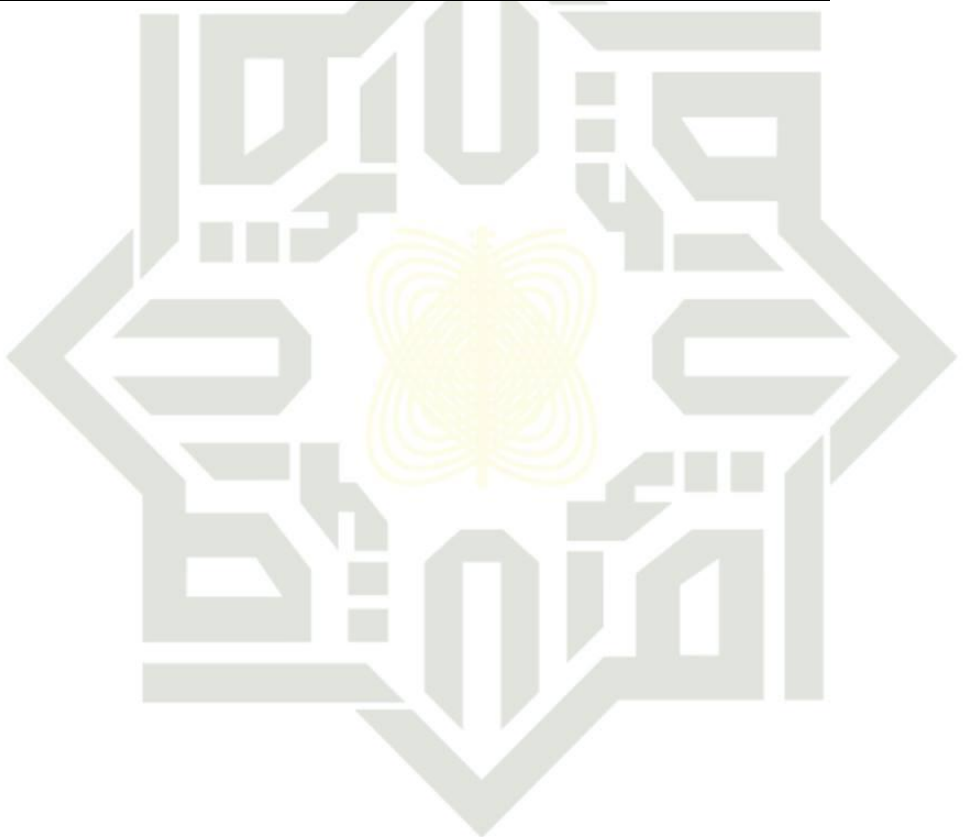
	sebagai pilihan pertama untuk jasa penginapan					
32	Konsumen puas dengan kenyamanan Kasur, Dekorasi kamar, Gazebo, Dapur, dan Kebersihan kamar Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House					
33	Secara keseluruhan konsumen puas dengan fasilitas dan pelayanan jasa pada Wisma Cemara Kost Eksekutif dan Guest House					

© 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.





LAMPIRAN
TABULASI DATA

NO.	Service Quality (X)																									Customer Satisfaction (Y)													
	Tangible (bukti fisik) (X1)									Reliability (X2)				Responsiveness (X3)						Assurance (X4)						Empayhy (X5)													
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total (X1)	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Total (X2)	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total (X3)	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Total (X4)	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Total (X5)	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total (Y)
1	3	5	3	5	5	5	5	5	36	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	5	5	3	3	5	4	25	4	4	5	5	18	5	4	5	4	5	23
2	4	5	3	4	5	4	3	3	31	2	3	3	3	11	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	5	26	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	25
3	4	5	5	5	5	5	5	2	37	4	4	3	4	15	5	5	5	5	3	5	28	5	5	5	5	2	5	27	5	5	5	5	20	4	3	4	3	4	18
4	2	4	4	4	2	4	4	3	27	1	4	4	3	12	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
5	3	2	1	3	1	1	2	1	14	4	4	4	3	15	3	4	4	4	5	3	23	5	3	3	4	4	4	23	4	5	3	4	16	2	3	4	2	4	15
6	2	3	3	3	4	4	3	2	24	4	4	4	4	16	4	3	4	2	4	3	20	4	4	3	3	2	3	19	5	3	4	5	17	3	3	2	3	2	13
7	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	4	17	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
8	4	5	5	5	5	5	5	4	38	1	3	4	3	11	5	4	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	16	5	3	3	4	5	20
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
10	2	3	4	2	3	3	3	3	23	3	3	3	1	10	2	2	3	2	3	2	14	3	3	3	3	4	1	17	1	1	2	2	6	4	4	4	4	4	20
11	4	3	4	4	3	4	4	4	30	4	3	3	4	14	4	4	4	4	3	3	22	4	4	3	3	4	4	22	4	2	4	3	13	5	4	5	5	3	22
12	5	5	3	3	3	4	4	5	32	3	5	5	4	17	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
13	3	4	2	3	4	3	5	4	28	3	4	4	4	15	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	4	17	5	5	5	5	5	25
14	4	4	3	4	3	4	4	4	30	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
15	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
16	3	4	3	3	4	3	5	4	29	3	3	3	3	12	4	4	4	2	3	3	20	4	5	4	5	4	4	26	2	4	2	1	9	5	4	5	4	5	23
17	4	5	5	4	4	4	5	5	36	4	4	5	5	18	4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	4	16	4	4	4	3	5	20
18	1	1	4	3	4	4	2	4	23	4	3	4	4	15	4	4	4	5	5	5	27	5	5	4	5	5	5	29	3	4	3	4	14	4	3	5	4	3	19
19	4	4	3	5	5	4	5	2	32	3	4	4	4	15	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	16	4	4	5	5	5	23
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25
21	2	4	4	3	3	4	3		25	3	4	4	4	15	3	3	4	3	4	4	21	3	3	3	5	5	4	23	3	3	3	4	13	5	5	4	5	4	23

© Hak c

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

State Islamic Univers



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

48	4	3	4	4	4	4	5	5	33	4	3	4	5	16	2	3	2	3	2	3	15	3	2	2	3	3	2	15	3	4	4	3	14	4	4	3	4	4	19
49	3	2	4	3	4	4	3	4	27	2	4	2	3	11	4	3	3	2	3	4	19	3	3	3	4	5	4	22	4	3	3	5	15	3	4	3	4	3	17
50	4	3	4	2	3	4	3	4	27	2	3	5	5	15	4	3	2	2	1	2	14	3	2	4	3	4	3	19	3	3	3	3	12	3	3	3	4	4	17
51	3	4	5	3	4	5	3	4	31	2	3	4	2	11	4	4	1	3	2	3	17	3	5	4	3	2	2	19	4	3	5	5	17	4	4	3	3	3	17
52	4	4	4	3	4	4	4	4	31	2	4	4	4	14	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	5	5	4	22
53	4	4	4	5	4	4	4	5	35	4	3	4	4	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	18
54	4	3	3	3	4	3	5	4	29	4	3	3	4	14	4	4	4	4	3	4	23	5	4	5	4	4	4	26	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	21
55	4	5	4	4	5	5	4	4	35	2	4	4	2	12	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	5	5	4	26	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	20
56	4	3	5	5	4	4	4	4	33	4	5	4	4	17	3	4	4	4	4	4	23	3	3	2	2	2	2	14	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20
57	4	3	4	4	4	3	4	4	30	3	4	4	4	15	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	5	5	4	27	4	5	4	4	17	4	4	5	3	3	19
58	4	4	4	4	4	4	5	3	32	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	3	14	3	4	5	4	4	20
59	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	3	4	5	16	4	4	5	4	3	4	24	4	5	4	5	4	4	26	5	4	3	4	16	4	3	4	5	4	20
60	4	4	4	4	4	4	5	4	34	4	5	5	3	17	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	24
61	4	5	5	5	5	4	3	5	36	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	20	4	4	5	4	5	22
62	4	5	4	5	3	3	5	3	32	3	4	5	4	16	5	4	5	4	4	4	26	5	4	5	4	4	3	25	4	4	5	5	18	4	4	4	5	4	21
63	4	3	4	4	3	5	3	2	28	5	5	4	3	17	3	3	3	4	3	3	19	3	3	2	3	5	4	20	4	4	3	3	14	5	5	5	4	4	23
64	2	3	3	4	4	5	4	4	29	3	4	3	4	14	3	2	3	4	3	3	18	3	2	3	3	4	3	18	4	4	3	4	15	3	4	4	3	4	18
65	4	4	4	3	5	3	3	5	31	3	3	4	3	13	4	3	1	3	4	3	18	5	4	3	4	5	4	25	3	4	3	4	14	4	4	3	5	4	20
66	4	3	2	4	3	4	3	4	27	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	3	21	3	4	4	2	4	4	21	4	4	3	4	15	5	4	4	5	4	22
67	4	4	3	3	3	3	4	5	29	3	2	3	5	13	2	1	2	3	2	2	12	3	3	2	4	4	4	20	4	4	3	3	14	4	4	3	4	4	19
68	3	3	5	5	4	4	5	5	34	4	3	4	3	14	4	3	4	4	4	3	22	4	3	2	2	5	3	19	3	2	2	4	11	4	4	4	4	4	20
69	4	3	4	2	3	3	3	4	26	5	4	3	2	14	2	3	3	2	3	3	16	4	2	3	3	5	3	20	3	5	5	2	15	4	4	3	4	3	18
70	4	4	4	5	5	5	4	4	35	1	3	3	1	8	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	18	4	5	4	5	5	23

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic Univers



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerjemahan atau keperluan mendesak lainnya.
 - 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.



UJI KUALITAS DATA

Uji Validitas (X1)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.460**	.326**	.475**	.312**	.173	.284*	.352**	.660**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.008	.152	.017	.003	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	.460**	1	.309**	.437**	.434**	.274*	.367**	.186	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000	.000	.022	.002	.123	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	.326**	.309**	1	.582**	.361**	.274*	.187	.303*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.006	.009		.000	.002	.022	.121	.011	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	.475**	.437**	.582**	1	.413**	.275*	.321**	.195	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.021	.007	.105	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.5	Pearson Correlation	.312**	.434**	.361**	.413**	1	.643**	.368**	.333**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.002	.000		.000	.002	.005	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.6	Pearson Correlation	.173	.274*	.274*	.275*	.643**	1	.349**	.271*	.596**
	Sig. (2-tailed)	.152	.022	.022	.021	.000		.003	.023	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.7	Pearson Correlation	.284*	.367**	.187	.321**	.368**	.349**	1	.334**	.602**
	Sig. (2-tailed)	.017	.002	.121	.007	.002	.003		.005	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1.8	Pearson Correlation	.352**	.186	.303*	.195	.333**	.271*	.334**	1	.560**
	Sig. (2-tailed)	.003	.123	.011	.105	.005	.023	.005		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
X1	Pearson Correlation	.660**	.677**	.662**	.730**	.723**	.596**	.602**	.560**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										

Uji Validitas (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.499**	.387**	.518**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	70	70	70	70	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 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.



X2.2	Pearson Correlation	.499	1	.541	.265	.732
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.026	.000
	N	70	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	.387	.541	1	.511	.739
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70
X2.4	Pearson Correlation	.518	.265	.511	1	.749
	Sig. (2-tailed)	.000	.026	.000		.000
	N	70	70	70	70	70
X2	Pearson Correlation	.838	.732	.739	.749	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Uji Validitas (X3)

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.762**	.673**	.659**	.609**	.721**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3.2	Pearson Correlation	.762**	1	.755**	.700**	.656**	.798**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3.3	Pearson Correlation	.673**	.755**	1	.711**	.724**	.788**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3.4	Pearson Correlation	.659**	.700**	.711**	1	.691**	.785**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3.5	Pearson Correlation	.609**	.656**	.724**	.691**	1	.768**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3.6	Pearson Correlation	.721**	.798**	.788**	.785**	.768**	1	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X3	Pearson Correlation	.836**	.887**	.890**	.866**	.850**	.924**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Uji Validitas (X4)

Uji Validitas (X4)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.654**	.569**	.604**	.344**	.604**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.2	Pearson Correlation	.654**	1	.689**	.670**	.244*	.672**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.042	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.3	Pearson Correlation	.569**	.689**	1	.650**	.277*	.679**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.020	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.4	Pearson Correlation	.604**	.670**	.650**	1	.491**	.711**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.5	Pearson Correlation	.344**	.244*	.277*	.491**	1	.512**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.004	.042	.020	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4.6	Pearson Correlation	.604**	.672**	.679**	.711**	.512**	1	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70	70
X4	Pearson Correlation	.777**	.826**	.821**	.866**	.595**	.882**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70	70
		**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
		*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

Uji Validitas (X5)

		Correlations				
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5
X5.1	Pearson Correlation	1	.703	.688	.784	.907**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70
X5.2	Pearson Correlation	.703	1	.704	.561	.850
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70
X5.3	Pearson Correlation	.688	.704	1	.702	.881
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70
X5.4	Pearson Correlation	.784	.561	.702	1	.867
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70
X5	Pearson Correlation	.907**	.850	.881	.867	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

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



	N	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						

Uji Validitas (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.619**	.513**	.574**	.470**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.2	Pearson Correlation	.619**	1	.492**	.641**	.538**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.3	Pearson Correlation	.513**	.492**	1	.448**	.520**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y.4	Pearson Correlation	.574**	.641**	.448**	1	.478**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y5	Pearson Correlation	.470**	.538**	.520**	.478**	1	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
Y	Pearson Correlation	.803**	.822**	.762**	.790**	.769**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

UJI REHABILITAS

Uji Reabilitas (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.806	8

Uji Reabilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.752	4

Uji Reabilitas (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.938	6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Uji Reabilitas (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.883	6

Uji Reabilitas (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.899	4

Uji Reabilitas (Y)

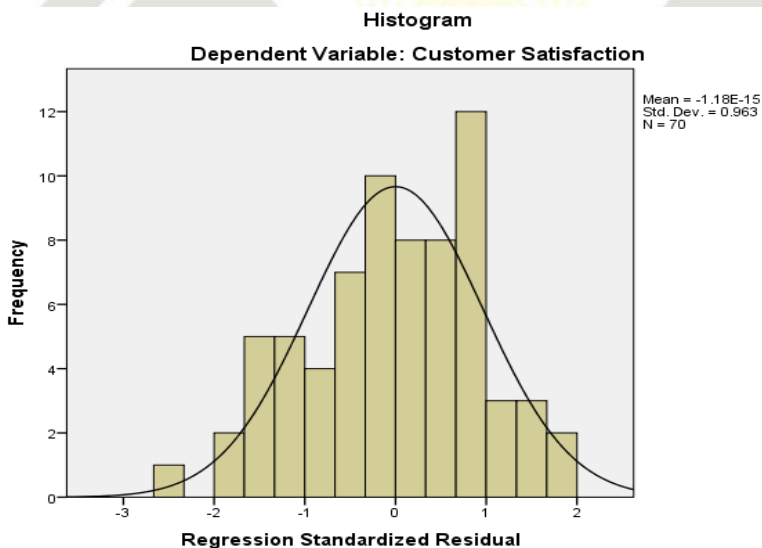
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

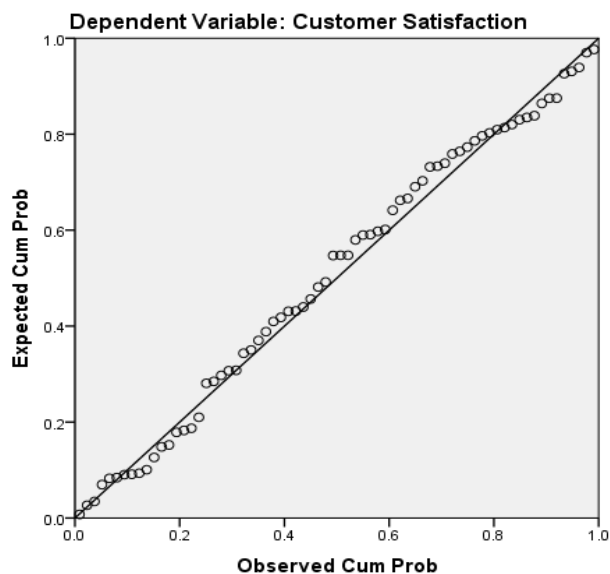
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10945248
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.050
	Negative	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.571
Asymp. Sig. (2-tailed)		.900
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

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



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

1	(Constant)	6.305	2.170		2.905	.005		
	Tangible	.138	.065	.233	2.112	.039	.699	1.430
	Reliability	.226	.107	.225	2.112	.039	.749	1.336
	Responsiveness	-.036	.110	-.062	-.329	.743	.243	4.113
	Assurance	.345	.118	.501	2.931	.005	.291	3.440
	Empathy	-.043	.113	-.048	-.377	.707	.526	1.900

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Heteroskedastisitas



Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.936	2.241		3.095	.003
	Tangible	.140	.064	.236	2.185	.033
	Reliability	.258	.110	.257	2.349	.022
	Responsiveness	-.005	.113	-.009	-.047	.962
	Assurance	.384	.121	.558	3.166	.002
	Empathy	-.214	.195	-.186	-1.100	.276

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.936	2.241		3.095	.003
	Tangible	.140	.064	.236	2.185	.033
	Reliability	.258	.110	.257	2.349	.022
	Responsiveness	-.005	.113	-.009	-.047	.962
	Assurance	.384	.121	.558	3.166	.002
	Empathy	-.214	.195	-.186	-1.100	.276

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Simultan (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	262.003	5	52.401	11.111	.000 ^b
	Residual	301.839	64	4.716		
	Total	563.843	69			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Assurance, Responsiveness

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.682 ^a	.465	.423	2.172

a. Predictors: (Constant), Empathy, Tangible, Reliability, Assurance, Responsiveness

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

Pekanbaru, 07 Juni 2022

Kejanda :
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
 UIN Suska, Rimba Panjang.
 Pekanbaru

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang


bersama ini kami sampaikan perihal pelaksanaan penelitian mahasiswa dengan penjelasan sebagai berikut :

Nama : Taufik Hidayah
 NIM : 11870113784
 Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Jurusan : S1 Manajemen
 Perguruan Tinggi : Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Sesuai data tersebut diatas, kami sampaikan bahwa mahasiswa sudah melakukan penelitian pada tanggal 01 Desember 2021 s/d 06 Juni 2022 bertempat di WISMA CEMARA KOST EKSEKUTIF & GUEST HOUSE PEKANBARU, dalam rangka penyusunan skripsi untuk syarat kelulusan dengan judul “Pengaruh *Service Quality* terhadap *Customer Satisfaction* pada Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House Pekanbaru”.

Demikian yang dapat kami sampaikan agar bisa digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian dan kerja sama saudara kami ucapkan terima kasih.

Mataram Property
 Wisma Cemara Kost Eksekutif & Guest House


 Yulianto
 Owner

UIN SUSKA RIAU

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



© Hak



Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

BIOGRAFI PENULIS

Nama Taufik Hidayah, Lahir pada Tanggal 15 Juli 2000 di Dumai, Anak ketiga dari 4 bersaudara anak dari Ayahanda Heldi dan Ibunda Hasni Yati. Penulis memulai Jenjang Pendidikan dasar pada tahun 2006 di SDN 016 Buluh Kasap. Penulis melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Negeri Dumai, Lalu Penulis melanjutkan pendidikan di SMAN 2 Negeri Dumai. Tahun 2018 penulis melanjutkan pendidikan Strata Satu (S1) di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial tepatnya pada Program Studi Manajemen S1 dengan Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan di PT. WILMAR GROUP (DUMAI – PELINTUNG) Lalu melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Kecamatan Maharatu, Pekanbaru.

Dengan rahmat dan kasih sayang Allah SWT, Penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dibawah Bimbingan Ibu Nurrahni Hayani, SE, MBA. Bertepatan pada tanggal 15 Juni 2022 penulis mengikuti Ujian Munaqasah dan dinyatakan “LULUS” dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

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.