

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam merupakan suatu ajaran/agama yang memiliki aturan-aturan tertentu bagi makhluknya. Aturan itu mencakup dalam berbagai persoalan, apakah persoalan itu dalam bidang muamalah (sosial), dan bidang ibadah-ibadah merupakan sarana manusia untuk berhubungan dengan sang penciptanya, (*hablum minallah*), sedangkan muamalah digunakan sebagai aturan main manusia dalam berhubungan dengan sesamanya (*hablum minannas*).¹

Sebagai makhluk sosial, manusia membutuhkan manusia-manusia lain yang bersama-sama hidup bermasyarakat. Dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu sama lain, disadari atau tidak untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan dalam hidupnya. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hidupnya dengan orang lain disebut muamalat.²

Hukum Islam adalah tata aturan yang mencakup dan memberikan ketentuan hukum terhadap semua perbuatan manusia dalam segala keadaannya, baik dalam hubungan pribadi, hubungan dengan masyarakat maupun hubungan antar agama.³ Al-Qur'an sebagai pegangan hidup umat

¹ Eko Supriyanto, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu.2005), cet. ke-1,h.1

²Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalah (Hukum Perdata Islam)*, Yogyakarta: UII Press, 2000),edisi revisi, cet. ke-1, h.11-12

³Ahmad Hanafi, *Pengantar dan Sejarah Hukum Islam*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1990), cet. ke-1, h. 9.

Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara eksplisit, dan memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan, sehingga al-Qur'an sangat mendorong dan memotivasi umat Islam untuk bertransaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Meskipun demikian dalam melakukan transaksi bisnis, seorang muslim juga harus memperhatikan keadilan sosial bagi masyarakat luas.⁴

Ekonomi Islam adalah merupakan sebuah studi tentang masalah-masalah ekonomi dari setiap individu dalam masyarakat yang memiliki kepercayaan terhadap nilai-nilai kehidupan Islami.⁵ Manusia dapat bekerja apa saja, yang penting tidak melanggar garis-garis yang telah ditentukan Allah SWT. Manusia bisa melakukan aktifitas produksi, seperti pertanian, perkebunan, pengolahan makanan, minuman dan sebagainya serta dapat melakukan aktifitas distribusi, seperti perdagangan atau dalam bidang jasa seperti transportasi, kesehatan dan sebagainya.⁶

Menurut Schnaars (1991) seperti yang dikutip oleh Fandy Tjiptono, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya

⁴Veithzal Rivai, Dkk, *Islamic Transaction Law In Business*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), cet. ke-1 h.1.

⁵Mohamad Aslam Haneef, *Pemikiran Ekonomi Islami Kontemporer*, Analisis Komparatif Terpilih, (Jakarta:PT. Grafindo Persada. 2010), cet ke-1, h.17.

⁶Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani, 2005), cet. ket-9, h.169.

loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.⁷

Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si penjual jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipresepsikan konsumen.⁸ Pada dasarnya, kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Dari perspektif manajerial, mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah hal yang kritis, bahwa pelanggan yang merasa puas secara positif mempengaruhi arus kas masa depan perusahaan.⁹ Ketika pelanggan merasa puas terpenuhi harapannya dan merasa puas akan pelayanan yang didapatkan pada saat proses transaksi dan juga puas akan barang dan jasa yang mereka dapatkan, besar kemungkinan mereka akan kembali lagi dan melakukan pembelian-pembelian yang lain dan juga akan merekomendasikan pada teman-teman dan keluarganya tentang perusahaan tersebut dan produk-produknya. Jadi kecil kemungkinan mereka akan berpaling kepesaing-pesaing perusahaan.

Mempertahankan kepuasan pelanggan dari waktu ke waktu akan membina hubungan yang baik dengan para pelanggan. Hal ini dapat

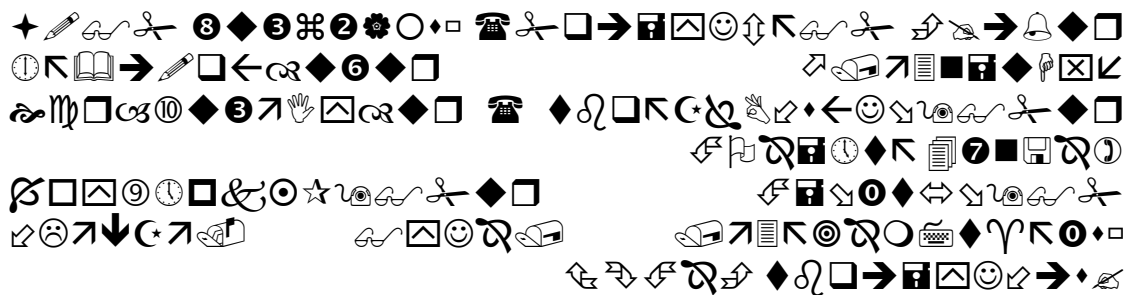
⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*. (Yogyakarta: ANDI. 2008), edisi cet. ke-3, h. 24

⁸Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*,(Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), cet. ke- 4, h.53

⁹ John Women, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Penerbit Erlangga,2002), cet. ke-1, h. 89

meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka panjang.¹⁰ Kualitas pelayanan yang lebih baik merupakan satu hal yang sangat penting untuk meraih kepuasan konsumen. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.¹¹

Dalam pandangan Islam, pelayanan merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dengan benar, rapi, tertib, teratur dan prosesnya harus baik. Segala sesuatu tidak boleh dikerjakan secara asal-asalan. Dalam islam pelayanan diatur dalam al-Quran surat at-Taubah (9):105



Artinya : “Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, Maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) yang mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan”.¹²

¹⁰Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank* , (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), cet. ke-1, h. 17

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), cet. ke-1, h. 180.

¹² Depertemen Agama RI, *al-Quran Dan Terjemahannya*, (Bandung : CV diponegoro, 2008), h. 203

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen serta kebutuhannya. Dalam hal pelayanan, konsumen sangat menginginkan pelayanan yang bermutu. Beberapa hal yang diinginkan konsumen pada karyawan dalam memberikan pelayanan, diantaranya:

- a. *Reliability* (keandalan)
- b. *Responsiveness* (ketanggapan)
- c. *Assurance* (jaminan)
- d. *Empaty* (kepedulian)
- e. *Tangible* (bukti nyata).¹³

Pada dasarnya, Kualitas pelayanan dapat artikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹⁴ Dengan adanya pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk dan jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta

¹³ Endar Sugiono, *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2002), cet. ke-2, h.69

¹⁴ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2003), cet. ke-2, h. 81.

memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.¹⁵

Kualitas pelayanan jasa dan kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang (produk) atau pelayanan jasa Islam mengajarkan, hendaknya menjual produk atau jasa yang berkualitas. Tidak memberikan produk atau jasa yang berkualitas buruk pada pembeli.¹⁶

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, peran kualitas jasa menjadi semakin berpengaruh terhadap kemajuan suatu perusahaan dalam mencari konsumennya. Perusahaan yang ingin berkembang dan ingin lebih maju dituntut untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang mengarah kepada tindakan yang efisien. Dimana kegiatan yang efisien harus dapat memperhatikan kualitas dari barang atau jasa yang di hasilkan. Kegiatan efisien sangat berpengaruh untuk menekan biaya, yang bertujuan agar konsumen mampu menjangkau harga produk dan jasa yang dihasilkan tersebut.

Konsumen merupakan bagian yang sangat penting dan berpengaruh dalam bentuk berjalannya sebuah perusahaan yang maju. Selain dari pada itu konsumen juga berperan penting dalam menjalankan kelangsungan hidup sebuah perusahaan. Untuk itu perusahaan haruslah memperhatikan kualitas

¹⁵ Frendy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction, Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.2002), cet. ke-1, h. 6

¹⁶Adiwarman Karim, *Ekonomi Islam, Suatu Kajian Kontemporer.*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), cet. ke-1, h.49

dari produk atau jasa yang mereka berikan kepada konsumen, agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.¹⁷

Dalam suatu bisnis salah satunya perusahaan jasa yang terus menerus berkembang adalah dibidang pencucian dan pakaian saat ini atau yang sering disebut dengan Laundry. Laundry merupakan salah satu pelayanan jasa di bidang cuci mencuci pakaian, gordena, boneka, dan lain-lain. Pelanggan bisa memakai jasa tersebut. Dengan memilih jenis cucian yang telah ditetapkan harga oleh pihak penyedia jasa dan waktu lama cucian biasanya ditentukan oleh penyedia dengan batas minimal dan maksimal selesai cucian yang dipesan pelanggan. Pihak Laundry sebagai pelaku usaha yang memberikan layanan jasa Laundry seharusnya memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa Laundry atau konsumen.

Seperti halnya usaha Dr.Laundry yang berada di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru, usaha ini menawarkan berbagai macam jasa pelayanannya seperti mencuci baju, gordena, boneka, seprai, bedcover, dan lain-lain. Jenis pelayanannya terdiri dari: mencuci + setrika, mencuci atau menyetrika saja dengan tarif yang telah ditentukan. Dapat diketahui bahwa tarif jasa pelayanan cucian Dr.Laundry untuk jenis jasa pelayanan mencuci Rp. 3500 dan menyetrika, Rp. 3500. mencuci + menyetrika, Rp. 5000. Tarif tersebut berlaku untuk jenis pakaian biasa, sedangkan untuk jenis seprai,

¹⁷ *Ibid*

selimut, badcaver dan sejenisnya dihitung satuan dengan harga yang berbeda-beda.¹⁸

Berdasarkan fakta respon dari beberapa konsumen Dr. Laundry, terdapat beberapa gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen dalam pelayanan yang diberikan karena ada berbagai kesalahan yang diluar dugaan dalam pelayanan seperti pakaian rusak, kelunturan, tertukar, hilang dan lain-lain. Hal tersebut yang menimbulkan kekecewaan pihak pelanggan yang notabeneanya sebagai konsumsen. Karena mereka dirugikan sehingga dalam pelayanan jasa tersebut tidak tercapai kepuasan,namun ada juga yang sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak Dr.Laundry.

Menilai dari gejala kepuasan/ketidakpuasan konsumen Dr. Laundry tersebut, maka peneliti ingin mengetahui seberapa besar dan pentingnya pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan agar dapat memberikan kepuasan konsumen yang optimal.

Dari pemaparan di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut kedalam bentuk tulisan ilmiah yang judul: **PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENURUT EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru)**

B. Batasan Masalah

¹⁸Nina, Karyawan dr.laundry. *wawancara*, Pekanbaru: 26 September 2014

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dibicarakan, maka penulis membatasi permasalahan penelitian ini pada: “Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru)”.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru?
2. Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru?
3. Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru?

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.

- b. Untuk mengetahui bagaimana bentuk-bentuk pelayanan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Agar dapat mengembangkan dan mengaplikasikan teori yang diperoleh di Universitas dan memberikan kontribusi keilmuan sekaligus hukum yang berkembang pada masa kini dengan fenomena yang ada.
- b. Sebagai karya ilmiah dalam rangka meningkatkan wawasan dan pengetahuan yang sistematis dalam bidang pemikiran Ekonomi Islam serta metodologinya.

E. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada usaha Dr. Laundry yang berlokasi di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru. Alasan penulis memilih lokasi penelitian ini karena Dr. Laundry ini memiliki beberapa cabang dan juga banyak peminatnya dan untuk mengetahui bagaimana pihak Dr. laundry memberikan pelayanan yang baik jadi penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan untuk meningkatkan

kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut serta apakah sudah sesuai dengan tinjauan Ekonomi Islam.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa Dr.Laundry di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru pada bulan Desember 2014 adalah yang berjumlah 450 konsumen. Sedangkan sampelnya penulis menentukan 10% dari jumlah populasi yaitu 45 konsumen dengan menggunakan metode *insidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan.¹⁹

3. Sumber dan Jenis Data

- a. Data Primer yaitu data yang di dapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer tersebut juga data asli atau data buku.
- b. Data Skunder yaitu data yang diperoleh dari sumber yang telah ada berupa studi pustaka. Data itu biasanya diperoleh dari perpustakaan atau laporan-laporan peneliti yang terdahulu.²⁰ Data ini semacam ini sudah dikumpulkan oleh pihak lain untuk tujuan tertentu yang bukan

¹⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2009), cet. Ket- h.85

²⁰ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Penelitian Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), cet. ke-4. h. 33

demikian keperluan riset yang sedang dilakukan penelitian saat ini secara spesifik.²¹

4. Metode Pengumpulan Data

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan melakukan pengamatan yang mendalam terhadap objek penelitian.
- b. Kuesioner, yaitu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian daftar pertanyaan untuk dijawab responden.²²
- c. Study pustaka yaitu metode pengumpulan data dengan membaca literatur-literatur buku.

5. Metode Analisa Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran dapat digunakan untuk mengukur apa yang ingin diukur.²³ Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa tepat instrument atau kuesioner yang disusun mampu menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari variable penelitian. Sebuah instrument

²¹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers,2008), edisi, cet. ke-1. h.102

²²Hariwijaya, *Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi*, (Yogyakarta : Tugu Publisher, 2008), cet-ke- 4, h. 61.

²³Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*,(Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), cet. Ke-1, h. 15

dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung r tabel.²⁴ Adapun rumus yang dipakai yaitu korelasi pearson produk moment :

$$r_{xy} = \frac{N \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil penelitian atas dasar waktu yang berbeda. Dalam arti lain, reliabilitas digunakan untuk menguji apakah instrument yang digunakan dalam waktu yang sama, akan menghasilkan data dan kesimpulan yang juga sama.

3. Uji Normalitas

Sebelum melakukan analisis statistik, maka kenormalan data harus diuji terlebih dahulu. Pengujian normalitas data digunakan untuk menguji apakah data continue berdistribusi normal sehingga analisis dengan validitas, reliabilitas, uji t, korelasi, regresi dapat dilaksanakan.

b. Uji Hipotesis Penelitian

1. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variable independen (X) dengan variable dependent (Y), dimana variable (X) adalah pelayanan

²⁴ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara. 2005). edisi ke-2, cet. ke-3, h. 235

sedangkan variable (Y) adalah kepuasan pelanggan. Untuk memprediksi nilai dari variable dependent apabila variable independent mengalami kenaikan atau penurunan, dengan persamaan $Y = a + b \cdot X$

Dimana :

Y = Kepuasan

a = konstan

b = koefisien arah regresi linier

X = Pelayanan

2. Uji t

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variable (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variable (Y) dengan $\alpha = 0.05$ (5%) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variable independent terhadap variable dependent. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variable independent terhadap variable dependent

3. Koefisien korelasi sederhana

Untuk korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui kerataan hubungan antara dua variable dan mengetahui arah hubungan yang terjadi pada penelitian uji korelasi sederhana dengan metode product moment dengan rumus:

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

Keterangan :

r = koefisien korelasi

x = deviasi rata-rata variabel X

y = deviasi rata-rata variabel Y

Untuk mengukur tanggapan responden dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Setiap pertanyaan mempunyai 5 alternatif jawaban, dengan bobot alternatif jawaban sebagai berikut :

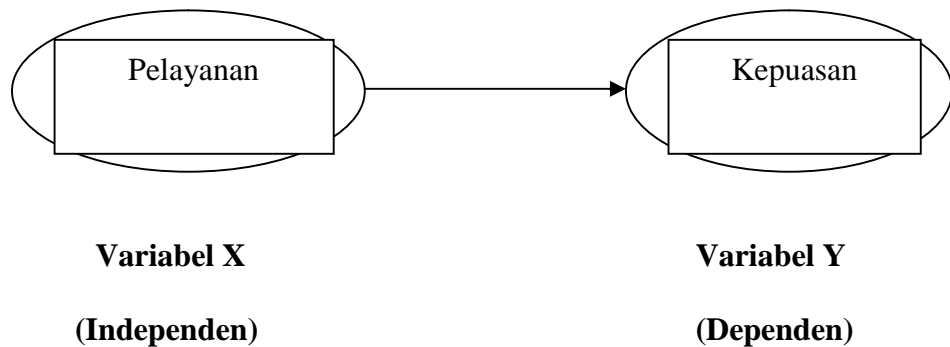
1. Alternative jawaban sangat tidak setuju diberi skor 1
2. Alternative jawaban tidak setuju diberi skor 2
3. Alternative jawaban kurang setuju diberi skor 3
4. Alternative jawaban setuju diberi skor 4
5. Alternative jawaban sangat setuju diberi skor 5

Pengolahan data dalam pembahasan ini dibantu oleh komputersasi melalui program SPSS 16.00.

F. Model Kerangka Berfikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian terdiri dari variabel independent (X) adalah pelayanan dan variabel dependen (Y) adalah kepuasan pelanggan. Untuk mencari hubungan X dengan Y, Menggunakan teknik korelasi sederhana. Model kerangka berfikir dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

Gambar.1
Model Kerangka Berfikir



G. Variabel

Tabel.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator
Pelayanan (X)	Suatu kinerja yang tidak berwujud dan cepat hilang, dimana pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik 2. Tanggapan 3. Jaminan 4. Kepedulian 5. Keandalan
Kepuasan (Y)	Fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas, jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penampilan 2. Kecepatan 3. Sarana prasarana 4. Sesuai harapan 5. Menggunakan jasa 6. Setia 7. Mengajak orang lain untuk menggunakan jasa tersebut

H. Hipotesa

Berdasarkan pada rumusan masalah dapat dirumuskan hipotesis pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Ho = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry.

Ha = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr. Laundry.

I. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulis dalam pembahasan, maka penulisan penelitian ini dibagi dalam beberapa bab sebagai berikut :

- BAB I** : Pendahuluan yang meliputi tentang latar belakang, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, hipotesis, sistematika penulisan
- BAB II** : Gambaran umum lokasi penelitian menguraikan tentang Letak kondisi geografis dan demografis Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Pekanbaru, sosial budaya, adat istiadat, agama, pendidikan, dan ekonomi. Sejarah usaha Dr. Laundry.
- BAB III** : Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bab ini menjelaskan mengenai tentang tinjauan teori yang terdiri dari: Pengertian pelayanan, bentuk-bentuk pelayanan, ciri-ciri pelayanan yang baik, pelayanan dalam pandangan Islam, pengertian kepuasan pelanggan, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam. Tanggung jawab jasa laundry.
- BAB IV** : Dalam bab ini akan diuraikan mengenai pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menurut ekonomi Islam (Studi Kasus Dr. laundry di Kelurahan Simpang baru kecamatan tampan pekanbaru) yang berisi sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr.laundry dikelurahan simpang baru kecamatan tamapan pekanbaru.
2. Bagaimana bentuk-bentuk pelayanan Dr.laundry dikelurahan simpang baru kecamatan tamapan pekanbaru.
3. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Dr.laundry dikelurahan simpang baru kecamatan tamapan pekanbaru.

BAB V : Kesimpulan dan saran pada bab ini menguraikan kesimpulan yang dapat ditarik berdasarkan hasil pengelolaan data dan keterbatasan-keterbatasan yang terdapat dalam penelitian ini serta saran yang berkaitan dengan penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA