

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS
CABANG TELUK KUANTAN
DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Syariah dan Hukum**



UIN SUSKA RIAU

MEITA ANGGRAINI

NIM. 11920521079

PROGRAM S 1

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**

UNIVERSITAS NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

2023 M/1444 H



PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”, yang ditulis oleh:

Nama : Meita Anggraini
NIM : 11920521079
Program Studi : Ekonomi Syariah

Demikian Surat ini dibuat agar dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 07 Juni 2023

Pembimbing 1

(Dr. Budi Azwar, S.E, M. S. Ec)
NIP. 198001042008011005

Pembimbing 2

(Dra. Nurlaili, M. Si)
NIP. 196710051994032003

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 milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**, yang ditulis oleh:

Nama : MEITA ANGGRAINI
 NIM : 11920521079
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 26 Juni 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Gedung Dekanat FASIH

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

Pekanbaru, 7 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak

Penguji I
Wali Saputra, SE.Ak., MA

Penguji II
Musnawati, SE.,M.Ak

Mengetahui:
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Zulkifli, M.Ag

NIR 19741006 200501 1 00



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Meita Anggraini
NIM : 11920521079
Tempat/Tgl. Lahir : Lubuk Jambi/29-Mei-2001
Fakultas : Syariah Dan Hukum
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan 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 nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundangan-undangan.

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

Pekanbaru, 15 Juni 2023
Sebuat pernyataan



MEITA ANGGRAINI
NIM : 11920521079

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



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

ABSTRAK

Meita Anggraini (2023): Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya service quality untuk meningkatkan customer satisfaction J&T Express dengan ini perusahaan harus melakukan pelayanan yang baik agar terus mendapatkan keuntungan dari kepuasan konsumen tersebut. permasalahan yang diangkat bagaimana service quality berpengaruh terhadap customer satisfaction pada jasa pengiriman barang J&T Express Teluk Kuantan serta bagaimana tinjauan persepektif ekonomi syariah mengenai service quality terhadap customer satisfaction. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh service quality terhadap customer satisfaction pada jasa pengiriman barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan serta untuk mengetahui perspektif ekonomi syariah mengenai service quality terhadap customer satisfaction pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan, menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan responden penelitian ini adalah konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan dengan jumlah populasi sebesar 2840 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan cara *purposive sampling*, sehingga diperoleh jumlah sampel dibutuhkan 97 responden. Metode pendumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi, penyebaran kuesioner, dan dokumentasi. Teknis analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji analisis regresi linier sederhana, uji t dan uji koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS 22*.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada jasa pengiriman barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan dengan $t_{hitung} 7,903 > t_{tabel} 1,988$, dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_a diterima. Dan nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,397 yang berarti bahwa 39,7% yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti. Ditinjau dari ekonomi syariah memberikan pelayanan yang sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam kepada konsumen J&T Express yakni merupakan suatu hal yang akan baik kedepannya bagi perusahaan, hal ini dikarenakan sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai ekonomi syaria`h. Tetapi masih ada layanan yang kurang stabil dan tidak baik diterima konsumen sehingga nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: Service Quality, Customer Satisfaction, Perspektif Ekonomi Syariah



KATA PENGANTAR



Assalamu`alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah rabbil`alamin, segala puji kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan serta kemudahan sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa penulis hadiahkan untuk junjungan alam Nabi Muhammad SAW, *Allahumashalli alaa Muhammad wa`ala ali Muhammad*. Dalam pengerjaan skripsi ini tidak luput dari kesalahan karena keterbatasan pengetahuan dan wawasan dari penulis.

Dengan demikian, berbagai masukan dan saran yang sifatnya membangun sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Namun dengan harapan skripsi ini mampu memberikan kontribusi yang bermakna. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang memberikan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Teristimewa untuk Ibu tercinta Heldawati, S.Pd.I Nenek Suwi Asma, Kakakku tersayang Nindy Yulia Ningsih, S.Pd yang membesarkan, mendidik, memotivasi dan memberikan doa, cinta dan kasih sayangnya sehingga hari ini, semoga Allah selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayangnya kepada kalian.
2. Bapak Prof. Dr. Hairunnas M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M. Ag selaku



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

- Wakil Rektor I, Bapak Dr. H. Mas`ud Zein, M. Pd selaku Wakil Rektor II, dan Bapak Prof. Edi Erwan, S. Pt., M. Sc., Ph. D selaku Wakil Rektor III.
3. Bapak Dr. Zulkifli, M. Ag selaku Dekan Fakultas Syari`ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Bapak Dr. H. Erman, M. Ag selaku Wakil Dekan I, Bapak Dr. H. Mawardi, S. Ag., M. Si selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Hj Sofia Hardani, M. Ag selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Bapak Muhammad Nurwahid, S. Ag., M. Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak Syamsurizal, SE, M. S, Ak selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah, serta Staff Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Dr. Budi Azwar, S.E, M.S.Ec selaku Dosen Pembimbing 1 Skripsi dan Ibu Dra. Nurlaili, M. Si selaku Dosen Pembimbing 2 Skripsi yang telah membimbing dan memberikan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulisan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Seluruh Pegawai J&T Express Cabang Taluk Kuantan
7. Pimpinan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.
8. Bapak Ahmad Fauzi, S.HI., M.A. selaku Dosen Penasehat Akademis yang telah membimbing penulis selama menjalani perkuliahan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

9. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah terkhusus kelas B angkatan 2019 yang menjadi teman belajar dan mengembangkan potensi dari penulis, serta membantu penulis mendapatkan data-data penelitian.
10. Sahabat-sahabat tersayang dan seperjuangan: Ramadan Alam Ardan Ananda, Ermiana, Jenny Zalgia, Gilda Dhien Fikri, Titin Olda Anisa, Cindy Yuska Putri, TriSepta Wela, Niken Ayu, Trisia Intan Berliana, Hizrafi Marlisa Putri, Wanda Asmadila, Arzan Jani, Fadly Wahyudi, Ganang Suryan Maulana, Dies Siko Putra, Fadel Muhammad Nindra, Tomi Ikhsan, Oktadianta Putra. Terimakasih telah menemani setiap langkah penulis, yang membantu, memberikan dukungan dan nasehat dalam penulisan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Apapun kontribusi yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang ikut serta dalam penulisan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah memberikan Rahmat dan Karunia-Nya, Amiin Yarabbal Alamiin.

Wassalamu`alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Pekanbaru, 29 Mei 2023

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.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	13
C. Rumusan Masalah	13
D. Tujuan Penelitian	14
E. Manfaat Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Kajian Teori	17
1. Service Quality	17
a. Pengertian Quality	17
b. Pengertian Service.....	18
c. Pengertian Service Quality	19
d. Indikator Service Quality	20
e. Bentuk- Bentuk Service Quality	26
f. Service Quality Dalam Perspektif Ekonomi Islam	27
2. Customer Satisfaction	31
a. Pengertian Customer Satisfaction	31
b. Manfaat Customer Satisfaction	34
c. Faktor-Faktor Customer Satisfaction	35
d. Indikator Customer Satisfaction.....	37
e. Metode Pengukuran Customer Satisfaction.....	39
f. Customer Satisfaction Dalam Perspektif Ekonomi Islam..	40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

g. Jasa Pengiriman Barang	42
h. Penjualan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Islam	44

B. Penelitian Terdahulu	48
C. Kerangka Berfikir.....	52
D. Defenisi Operasional Variabel Penelitian	53
E. Hipotesis Penelitian	54

BAB III METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	56
1. Jenis Penelitian	56
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	56
3. Subjek dan Objek Penelitian	57
4. Populasi dan Sampel	58
5. Sumber Data	60
6. Teknik Pengumpulan Data	61
7. Teknik Analisis Data	63

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	68
1. Deskripsi Objek Penelitian	68
2. Deskripsi Lokasi Penelitian	70
B. Hasil Penelitian	85
C. Pembahasan	93
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan.....	93
2. Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan	96

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	100
B. Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pendapatan J&T Express Taluk Kuantan	7
Tabel 1. 2 Data Keluhan Konsumen J&T Express Taluk Kuantan.....	11
Tabel 2. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian	53
Tabel 3. 1 Penilaian Skala Likert	62
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	69
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	69
Tabel 4. 4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	70
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)	85
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y).....	86
Tabel 4. 7 Hasil Uji Realibilitas	87
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas	88
Tabel 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	90
Tabel 4. 10 Hasil Uji t.....	92
Tabel 4. 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi J&T Express Taluk Kuantan	76
Gambar 4. 2 Normal Probability Plot	89
Gambar 4. 3 Grafik Histogram Normalitas	89

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Jasa pengiriman barang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat yang sering berbelanja online karena dianggap lebih efektif dalam waktu pengiriman. Bahkan untuk para penjual besar keberadaan jasa pengiriman merupakan salah satu mata rantai industri yang hampir tidak bisa dipisahkan dari usaha yang dikelola karena mereka melakukan pengiriman barang dengan jumlah yang sangat besar dan tempat pengiriman yang tersebar jauh bahkan hingga pelosok tentunya tidak mungkin melakukan pengiriman sendiri.

Kini semakin disadari bahwa survive tidaknya suatu perusahaan ditentukan oleh kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan untuk para pelanggannya, oleh karena itu pihak manajemen perusahaan sebisa mungkin selalu memperbaiki kualitas pelayanannya dengan memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan dari seluruh pelanggan.¹

Menurut Tjiptono Service Quality atau kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan

¹ Tasia Aprilia dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Drop Point Takkalala di Kecamatan Lirililau Kabupaten Soppeng", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Januari 2023, h. 86

konsumen, selain itu juga erat kaitannya. Dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Salah satu cara utama mendefinisikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa yang berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran.

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya, yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.²

Beberapa perusahaan berpikir bahwa cara memperhatikan Customer Satisfaction atau kepuasan pelanggan adalah dengan mencatat keluhan, tetapi sebagian pelanggan merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka membeli.³

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Thirteenth Edition*, alih bahasa Bob Sabran, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, Jilid I, (Jakarta: Erlangga, 2009), h. 139-140

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op. cit.*, h. 143

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Masih tingginya tingkat keengganan pelanggan untuk menyampaikan keluhan ini bisa disebabkan adanya kecenderungan enggan bertatap muka secara langsung dengan pihak perusahaan, kurangnya pengetahuan dan pengalaman pelanggan dalam menyampaikan keluhan, kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, nilai produk atau jasa yang dibeli relatif kecil dan rendahnya peluang keberhasilan dalam melakukan keluhan.⁴

Perusahaan yang berpusat pada pelayanan berusaha memberikan kepuasan terhadap pelanggan, salah satu cara perusahaan meningkatkan kepuasan pelanggannya yaitu dengan cara menurunkan harganya atau meningkatkan pelayanannya, tetapi hal itu dapat mengakibatkan laba perusahaan menurun. Perusahaan akan bertindak bijaksana dengan mengukur kepuasan pelanggan secara teratur, karena salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Salah satu industri jasa yang dapat menerapkan hal tersebut adalah industri jasa logistik atau pengiriman barang.⁵

Service Quality (Kualitas pelayanan) yang baik akan berdampak bagus terhadap perusahaan. Hal ini dibuktikan pada jurnal, Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, 2010. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa kualitas

⁴ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*, Ed.III, (Yogyakarta, ANDI, 2017), h. 86

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *op. cit*, h. 139-140

pelayanan adalah senjata ampuh dalam keunggulan perusahaan dan kualitas pelayanan dapat menimbulkan seseorang loyal terhadap perusahaan.⁶

Customer Satisfaction (Kepuasan pelanggan) adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.⁷ Secara umum kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2012: 150) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.⁸ Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen.

Usaha jasa tentu membutuhkan adanya spesifikasi dan rancangan sistem jasa yang akan diberikan kepada konsumen, sistem jasa akan membuat orang atau karyawan yang terlibat dalam usaha jasa yang berbeda akan dapat melaksanakan dan memahami secara obyektif terlepas dari apapun sudut pandang konsumennya. Dalam usaha jasa pengiriman barang harus disesuaikan dengan spesifikasi dan kebutuhan pelanggannya.

Dalam hal ini Islam memberikan peluang bagi Manusia untuk melakukan berbagai inovasi terhadap bentuk-bentuk muamalah yang

⁶ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17 No.2, 2010, h. 123

⁷ Freddy Rangkuti, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, (Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013), h. 7

⁸ Kotler, P. dan Keller, K. L, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi ke 12. (Jakarta: Erlangga, 2012), h. 150

mereka butuhkan dalam kehidupan mereka, dengan syarat bahwa bentuk muamalah hasil inovasi ini tidak keluar dari prinsip-prinsip yang telah ditentukan oleh Islam. Al-Qur'an memandang bisnis sebagai pekerjaan yang menguntungkan dan menyenangkan.

Bisnis yang menguntungkan adalah bukan hanya melakukan ukuran yang benar dan timbangan yang tepat, tetapi menghindarkan dari segala bentuk kecurangan yang kotor dan korup. Hasil ini dinyatakan bahwa Islam menghalalkan aktivitas jual-beli atau perdagangan. Termasuk bagaimana cara pedagang memperlakukan konsumennya. Berdagang dalam Islam bukan hanya tentang untung dan rugi di dunia tetapi bagaimana Allah rida terhadapnya di dunia dan akhirat. Dan bagaimana seseorang pedagang harus bisa memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya. Baik itu dalam bentuk produk yang diberikan atau pun bagaimana cara pelayanan yang diberikan.

Al-Qur'an menekankan sebuah bisnis yang kecil lewat jalan halal, jauh lebih baik dari bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan *khabits* (jelek).⁹ Allah berfirman di dalam Al-Qur'an. QS. An-Nisa' (4): 29, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

⁹Mirza Gamal, *Aktifitas Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru: UNRI Press,2004), h. 10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu.”¹⁰

Perilaku konsumsi diatas tentunya sangat berbeda dengan perilaku konsumen dalam islam. Konsumsi yang islami selalu berpedoman pada ajaran islam. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan dan tidak juga keterlaluhan, lebih lanjut Al-Qur’an melarang terjadinya perbuatan *tabzir dan mubazir*.

Teluk Kuantan adalah sebuah daerah di kuansing (kuantan singingi) yang sedang berkembang cukup pesat. Dengan penduduk masyarakat 347.949 berdasarkan DKB semester II per tanggal 31 Desember 2022. Perkembangan yang cukup pesat ini salah satunya pada industri jasa pengiriman yang semakin bertambah di kalangan masyarakat. Bisnis jasa pengiriman memiliki peran penting dalam menunjang kelancaran perekonomian nasional yang tercermin pada sarana distribusi dan transportasi sehingga dapat memperlancar arus pengiriman barang.

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*, (Bandung: PT Sygma Examedia, 2009), h. 8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



J&T Express juga menyediakan pelayanan yang memudahkan konsumen untuk mengirimkan barangnya melalui jasa J&T Express dengan menggunakan aplikasi dimana konsumen yang ingin mengirim barang namun tidak bisa datang langsung untuk mengirimkan barangnya bisa menggunakan aplikasi tersebut yang sudah disediakan oleh J&T Express dan pihak J&T Express akan langsung datang ke lokasi konsumen untuk mengambil barang yang ingin dikirim.

Oleh karena itu J&T Express harus selalu memperhatikan kebutuhan dan kepuasan para konsumen dengan memberikan pelayanan yang terbaik agar para konsumen merasa puas dan dapat merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menjadi suatu semangat bagi manajemen agar terus berupaya mengkombinasikan keunggulan dan potensi yang mereka milikinya dalam bidang jasa untuk terus dapat menarik minat konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa atau dirugikan, dan sekaligus dapat mempertahankan konsumennya.

Tabel 1. 1

Data Jumlah Pendapatan J&T Express Teluk Kuantan

Bulan	Pendapatan per Bulan	Persentase (%)
Januari	1.235.000.000	-7,21 %
Februari	1.146.000.000	59,42 %
Maret	1.827.000.000	-10,07 %
April	1.643.000.000	19,23 %
Mei	1.959.000.000	4,29 %
Juni	2.043.000.000	-4,75%

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Juli	1.946.000.000	15,11 %
Agustus	2.240.000.000	8,75 %
September	2.436.000.000	-23,07 %
Oktober	1.874.000.000	25,19 %
November	2.346.000.000	7,93%
Desember	2.532.000.000	-51,22 %

Sumber : J&T Express Cabang Teluk Kuantan 2022

Dari tabel diatas, kita lihat bahwa ada beberapa bulan persentase pendapatan J&T menurun dan naik. Pada bulan Desember persentasenya menurut sebesar -51,22 % mungkin diakibatkan pendapatan J&T Express Cabang Taluk Kuantan mengalami penurunan karena terjadi mungkin belum stabilnya sistem operasional yang dilakukan pihak J&T Express Taluk Kuantan dan berdampak pula terhadap jumlah konsumen yang melakukan pengiriman barang, dilanjutkan bulan September sebesar-23,07% , Maret - 10,07 % , dan Januari -7,21 %.

Sehingga untuk itu pihak J&T Express harus lebih optimal lagi dalam menjalankan proses pengiriman yang baik agar para konsumen lebih tertarik lagi dalam megunakan J&T Express sebagai pengantar barang yang diyakini konsumen, selain itu juga ada juga kenaikan pendapatn yang terjadi di lakukan J&T Express Taluk Kuantan selama 1 tahun, yaitu pada bulan Februari persentase pendapatannya sebesar 59,42% dan dilanjutkan pada bulan Oktober sebesar 25,19 %.

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan yang banyak persaingannya adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu, J&T Express dituntut untuk

selalu menjaga kepercayaan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan penyediaan fasilitas agar customer satisfaction meningkat. Pihak J&T Express Taluk Kuantan perlu secara cermat menentukan kebutuhan konsumen sebagai upaya untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan.

Observasi dilakukan dengan melakukan wawancara singkat kepada beberapa pelanggan J&T Express Taluk Kuantan yang dipilih secara acak. Adapun pelayanan yang diharapkan oleh pelanggan terhadap jasa pengiriman barang J&T Express Taluk Kuantan sekarang ini supaya mempermudah adalah memiliki website agar konsumen dapat memperoleh informasi mengenai perusahaan, pendistribusian barang yang cepat, bertanggung jawab terhadap keamanan barang yang dikirim dan handal dalam menanggulangi masalah.

Berdasarkan hasil observasi wawancara terdapat gap antara harapan konsumen dengan kenyataan yang terjadi, ada beberapa keluhan-keluhan pelanggan J&T Express Taluk Kuantan, hal ini bisa juga dilihat pada kolom komentar yang ada di website resmi J&T Express Cabang Taluk Kuantan. diperoleh data sebagai berikut:¹¹

¹¹ J&T Express Teluk Kuantan, <https://ulasanempat.com/riau/jt-express-teluk-kuantan-973023>, Diakses pada Januari 2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Tabel Keluhan Konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan

Tahun	Keluhan
2020	<ol style="list-style-type: none"> 1. Adanya paket yang hilang, rusak, cacat, dan keterlambatan dalam proses penganataran barang. 2. Lama proses pengantaran paket. 3. Kurirnya kurang sopan kepada konsumen.
2021	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kurirnya kurang sopan kepada konsumen dan 32Tidak ada respon dari kantor Cabang Taluk Kuantan mengenai tanggapan keluhan yang diberikan konsumen kepada J& Express. 2. Ongkir J&T Express mahal dan gak sesuai dengan yang diharapkan konsumen. 4. Adanya paket yang hilang, rusak, cacat, dan keterlambatan dalam proses penganataran barang dan lama proses pengantaran paket.
2022	<ol style="list-style-type: none"> 1. Paket tidak sampai ketangan konsumen.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

	<ol style="list-style-type: none"> 2. Kurir J&T Express Taluk Kuantan Tidak ramah. 3. Pada saat pengembalian barang sebetulnya di aplikasi gratis tapi kurir masih minta ongkir. 4. Pengiriman barangnya lama. 5. Adanya paket yang hilang, rusak, cacat, dan keterlambatan dalam proses penganataran barang.
--	---

Langkah bijaksana dalam menghadapi situasi ini adalah, tidak panik, tidak terburu-buru menanggapi, tidak menyepelekan, memposisikan sebagai pendengar yang baik, serta mengambil tindakan yang benar dengan melakukan koordinasi terhadap pihak-pihak yang bersangkutan.¹²

Tabel 1. 2

Data Keluhan Konsumen J&T Express Teluk Kuantan

Tahun	Jenis keluhan		
	Rusak	Hilang	Terlambat
2019	30	22	150
2020	44	15	100
2021	20	33	300
2022	26	28	277
Jumlah	120	98	827

Sumber : J&T Express Cabang Teluk Kuantan 2022

¹² Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, (Yogyakarta, Deepublish, 2019), h. 225

Berdasarkan tabel di atas mengenai data keluhan konsumen menunjukkan bahwa yang terjadi jenis keluhan konsumen yang diakibatkan karena kerusakan barang itu persentasinya 7,29 dan keluhan konsumen diakibatkan karena hilang barang itu persentasinya 80,5 dan keluhan konsumen diakibatkan karena keterlambatan barang persentasinya 83,7, jadi keluhan konsumen J&T Express Taluk Kuantan itu paling banyak pada keterlambatan barang. Dalam hal ini pihak manajemen J&T agar dapat memberikan pelayanan berkualitas lagi,serta mengetahui masalah yang ada, dan perlunya adanya analisis terhadap keluhan-keluhan yang ada terhadap pengukuran kepuasan pelanggan dari J&T Express Cabang Taluk Kuantan.

Dengan adanya data keluhan konsumen di atas, sehingga digambarkan bahwasannya konsumen merasa tidak puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh J&T Express Cabang Taluk Kuantan. Seperti yang diketahui, Spreng, R. A dan Mackoy, RD (1996) menyatakan perasaan puas pelanggan muncul ketika pelanggan melampaui persepsi pelanggan mengenai kinerja layanan dengan harapan pelanggan. Kepuasan pelanggan muncul karena kondisi psikologis yang dihasilkan oleh faktor emosi harapan (expectation) pelanggan dibandingkan dengan pengalaman pelanggan sebelumnya (perception).

Dengan adanya permasalahan tersebut di atas, hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan J&T Express. Apabila hal ini dibiarkan akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi J&T Express kedepannya. Permasalahan ini perlu segera

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



diatasi karena akan memberikan dampak kepada perusahaan dimana kualitas pelayanan yang kurang sesuai dengan harapan akan memberikan pengaruh yang kurang baik kepada customer satisfaction (kepuasan konsumen) yang akhirnya akan berdampak pada keuntungan perusahaan. Dari uraian di atas akan semakin meyakinkan betapa pentingnya pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hal tersebut penulis selanjutnya menuangkan dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah”**.

B. Batasan Masalah

Agar penelitian ini fokus dan menghindari penyimpangan topik, maka peneliti ini difokuskan pada **“Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.”**

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan ?
2. Bagaimana Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah Mengenai Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan ?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat dilihat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan.
2. Untuk Mengetahui Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah Mengenai Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Manfaat teoritis, yaitu sebagai tambahan referensi dan wawasan untuk peneliti selanjutnya dalam bidang pemasaran khususnya mengenai pengaruh service quality dan customer satisfaction. Dan juga sebagai bahan kepustakaan serta sumber pengetahuan.

2. Secara Praktis

- a. Bagi perusahaan

Sebagai informasi dan bahan masukan kepada perusahaan yang bersangkutan mengenai pengaruh Service Quality terhadap customer satisfaction.

- b. Bagi akademik dan masyarakat

Dapat dijadikan tambahan informasi dan referensi tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian ilmiah secara informasi dalam

menunjang penelitian dimasa yang akan datang. Khususnya dalam masalah pengaruh service quality terhadap customer satisfaction pada jasa pengiriman barang J&T Express menurut Ekonomi Syariah.

c. Bagi penulis

Bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan pengalaman penulis. Khususnya mengenai pengaruh service quality terhadap customer satisfaction pada jasa pengiriman barang J&T Express, serta sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada program S1 Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

F. Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan penulisan karya ilmiah ini terdiri dari beberapa bab, masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab, adapun secara sistematika adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian secara singkat dan menyeluruh mengenai tujuan penulis yang terdiri dari sub bab yaitu : latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta menjelaskan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi landasan, kerangka teori atau kerangka konsep tentang service quality , customer satisfaction, jasa pengiriman barang (J&T

Express), penelitian terdahulu, kerangka teoritis, devenisi operasional variabel, dan hipotesis.

BAB III : TINJAUAN UMUM

Karena penelitian ini merupakan penelitian lapangan maka isi bab adalah: jenis penelitian, waktu dan lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan definisi operasional variabel penelitian .

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan gambaran umum objek penelitian, pembahasan hasil data penelitian yang berupa jawaban dari rumusan masalah penelitian dan menguraikan tentang gambaran umum responden, hasil penelitian dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan yang isinya ialah kesimpulan dan saran yang mungkin akan bermanfaat untuk penelitian yang akan datang.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Service Quality

a. Pengertian Quality (Kualitas)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), quality (kualitas) didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, derajat, atau mutu.

quality (kualitas) adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Defenisi kualitas berpusat kepada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa mengatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan yang berkualitas.¹³

Menurut Kotler dan Keller Kevin Lane, quality (kualitas) adalah sebagai keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.¹⁴ Kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik

¹³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali, 2012), h. 44

¹⁴ Kotler Philip dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, (Jakrta: Penerbit Indeks, 2009), h. 49

yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

b. Pengerian Service (Pelayanan)

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian Service (pelayanan) adalah suatu usaha yang membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain, menerima ajakan, dan mengendalikan.¹⁵

(Pelayanan) dalam Bahasa Inggris adalah service, Moenir mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.¹⁶

Menurut Kotler dan Lukman Service (pelayanan) adalah setiap kegiatan yang menguntungkan daam suatu kumpulan atau kesatuan. Dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suat produk secara fisik.¹⁷ Pelayanan adalah aksi, kinerja, dan pengalaman yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain.

¹⁵ KBBI daring, *Pelayanan*, <https://kbbi.web.id/pelayanan.html> , Diakses pada 30 Juni 2022

¹⁶ Moenir, A. S, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 26-27

¹⁷ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: GAVA MEDIA, 2014), h. 135

c. Pengertian Service Quality

Service Quality dalam bahasa Indonesia adalah Kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah landasan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Di mana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan yang lain yang sejenis. Sehingga, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A dan B. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, sementara jika melebihi apa yang diharapkan konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut Philip Kotler, kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapa pun.¹⁸

Menurut Parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai

¹⁸ Dewi Pertiwi, *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan Model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*, (Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021), h. 67

pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.¹⁹

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model serqual (service quality). Serqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (perceived service) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (expected service). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya.²⁰

Berdasarkan uraian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan

d. Indikator Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Agar dapat menilai sejauh mana pelayanan yang diberikan, konsep pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Ada lima indikator Service Quality (Kualitas Pelayanan) menurut Parasuraman (1998) yaitu: Reliabilitas (Reliability/Keandalan), Responsiv (Ketanggapan),

¹⁹ Dr. Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 10

²⁰ Rahmat Lupiyoadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 181

Assurance (Jaminan), Empaty (Kepedulian), Tangible (Bukti Fisik).²¹

a. Keandalan (Reliability)

Keandalan adalah kemampuan perusahaan untuk memeberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan, terpercaya, akurat, serta konsisten. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, serta pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan.

b. Reliabilitas (Reliability/Kehandalan) Ketanggapan (Responsive)

Ketanggapan adalah suatu kemampuan untuk memberikan pelayanan ke pelanggan dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan pelanggan. Karyawan harus sigap dan tepat dalam membantu konsumen yaitu meliputi kesiapan melayani konsumen, cepat memberikan bantuan kepada konsumen, dan menangani keluhan konsumen. Ketika perusahaan menanggapi keluhan, saran atau permintaan yang dilayangkan konsumen dengan segera dan sebaik-baiknya, maka respon positif juga akan ditunjukkan konsumen terhadap perusahaan.

c. Jaminan (Assurance)

Jaminan adalah mengukur kemampuan dan kesopanan karyawan serta sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

²¹ Teddy Minahasa Putra. 2019. *Pelayanan Publik dan Ketahanan Nasional*. (Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia), h. 107

pengetahuan dan keterampilan yang dibuuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah konsumen.

d. Assurance (Jaminan dan Kepastian) Kepedulian (Empathy)

Empati adalah memberikan pelayanan yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

e. Bukti Fisik (Tangibles)

Bukti fisik adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan yang baik digunakan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen atau penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang diandalkan, keadaan lingkungan sekitarnya maupun bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fisik seperti gudang, kerapian, perlengkapan, dan peralatan yang digunakan, kebersihan, serta penampilan pegawainya.²²

Selain itu menurut Menurut (Tjiptono, 2014: 282-284), Untuk mengukur Service Quality (Kualitas pelayanan) suatu jasa, maka dapat dilihat dari indikator kualitas pelayanan sebagai berikut ini:²³

1. Bukti fisik: Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan- bahan komunikasi.
2. Reliabilitas: Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.

²² Ratu Syifa Nabila Khansa, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 20, No. 20, (2020), h. 2.

²³ Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Gramedia Cawang, 2014), h. 282-284

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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. Daya tanggap: Kesiediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara tepat;
4. Kompetensi: Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
5. Kesopanan: Sikap santun, respek, perhatian dan keramahan para staf lini depan.
6. Kredibilitas: Sifat jujur dan dapat dipercaya;
7. Keamanan: Bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan;
8. Akses: Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui;
9. Komunikasi: Memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka;
10. Kemampuan memahami pelanggan: Berupaya untuk memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

Adapun menurut Wijaya (2018) mengatakan barang atau jasa yang berkualitas adalah mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan, yaitu ada 8 indikator service quality sebagai acuan perusahaan sebagai berikut: ²⁴

1. Kinerja/Performance, yaitu tingkat konsistensi dan kebaikan fungsi-fungsi produk.

²⁴ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi kedua, (Jakarta: PT. Indeks, 2018), h. 10

2. Keindahan/Aesthetics. Estetika berhubungan dengan penampilan wujud produk (misalnya, gaya dan keindahan) serta penampilan fasilitas, peralatan, personalia, dan materi komunikasi yang berkaitan dengan jasa.
3. Kemudahan perawatan dan perbaikan/Serviceability. Berkaitan dengan tingkat kemudahan merawat dan memperbaiki produk.
4. Keunikan/Features, yaitu karakteristik produk yang berbeda secara fungsional dari produk-produk sejenis. Misalnya fungsi mobil adalah untuk alat transportasi. Namun, suatu mobil mungkin dilengkapi dengan mesin empat silinder, transmisi manual, pembungkus tempat duduk, tempat duduk untuk empat penumpang, dan rem cakram roda depan; sementara mobil yang lainnya dilengkapi dengan mesin enam silinder, transmisi otomatis, tempat duduk kulit, tempat duduk untuk enam penumpang, dan rem anti kejut.
5. Reliabilitas/Reliability adalah probabilitas produk atau jasa menjalankan fungsi yang dimaksud dalam jangka waktu tertentu.
6. Daya tahan/Durability. Didefinisikan sebagai umur manfaat dari fungsi produk.
7. Kualitas Kesesuaian/Quality of Comformanc,yaitu ukuran mengenai apakah sebuah produk atau jasa telah memenuhi spesifikasi yang telah ditetapkan.
8. Kegunaan yang sesuai/ Fitness for use, yaitu kecocokan produk menjalankan fungsi-fungsi sebagaimana yang diiklankan atau dijanjikannya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



Konsep Service Quality (Kualitas Pelayanan) Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari uaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Menurut Johan Arifin (2009) ada lima indikator pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan:²⁵

1. Jujur

Jujur yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada- ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.

2. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah)

Bertanggung jawab dan terpercaya adalah suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

3. Menepati Janji

Menepati janji dan tidak curang yaitu suatu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada para pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

4. Melayani dengan ramah

Maksud dari melayani dengan ramah yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh

²⁵ Johan Arifin, *Etika Bisnis Islam*, (Semarang: Walisongo Press, 2009), h. 153

tanggung jawab.

5. Sikap pedagang saat berhubungan dengan pelanggan

Pedagang adalah bagian yang tak terpisahkan dari keberhasilan suatu usaha seperti usaha perdagangan. Dalam hal ini pemilik kios/ lapak harus selektif dalam memahami kebutuhan pelanggan.

e. Bentuk-bentuk Service (Pelayanan)

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu: layanan dengan lisan, layanan dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.

a. Layanan dengan lisan

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang hubungan masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lain yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b. Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi peranannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan tulisan cukup efisien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Agar layanan dalam bentuk tulisan dapat memuaskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengolahan masalah maupun proses penyelesaiannya, (pengetikannya, penandatanganannya, dan pengiriman kepada yang bersangkutan).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



c. Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat²⁶

f. **Service Quality (Kualitas Pelayanan) Dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan hasil usaha yang baik dan tidak memberikan hasil usaha yang buruk kepada orang lain. Pelayanan bukan sebatas melayani melainkan mengerti, memahami dan merasakan. Dengan demikian, penyampaian dalam pelayanan akan mengenai *heart share* pelanggan, yang kemudian dapat mengkokohkan posisi dalam *mind share* pelanggan. *Heart share* dan *mind share* tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk atau perusahaan.

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah di jelaskan oleh syariat Islam. (Othman dan Owen, 2001).²⁷ Islam mengajurkan setiap pelaku bisnis untuk bersikap profesional yakni bisa dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyia-nyaiakan amanat yang menjadi tanggung jawabnya. Pengertian hukum

²⁶ <http://Tesisdisertasi.Blogspot.com/2010/07/bentuk-pelayanan.html>

²⁷ Rizki Pratama dan Sri Herianingrum, Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Surabaya, *JESTT*, Vol. 1, No. 9, 2014, h. 626

kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur`an, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, adapun dalil yang syara` terdapat dalam Al-Quran Surat Ali-Imran ayat (3): 159 yang berbunyi:²⁸

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۚ فَاعْفُ

عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ

اللَّهُ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Menurut ensiklopedi Islam, pelayanan adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan yang ada di perusahaan jasa harus terarah maka semua pihak harus mempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaran Islam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merupakan kepuasan secara maksimum (Muhammad, 2013). Adapun konsup pelayanan dalam Islam

²⁸ Departemen Agama RI, Al-Qur`an dan Terjemahannya, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011), h. 71

adalah sebagai berikut (Fadla, 2016):

a. Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun).

Qutub (1992) mengemukakan bahwa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang lain dengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk beramal (Rahman, 2010).

b. Prinsip Memberi Kemudahan (At-Taysir).

Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah swt menurunkan syari'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (masyaqah) masyarakat yang berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya (Khatimah, 2011).

c. Prinsip Persamaan (Musawah).

Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia, yaitu: 1). Mereka yang berbuat bagus,

bertaqwa dan mulia disisi Allah. 2). Orang-orang durhaka (Fajir), celaka dan hina disisi Allah (Fadla, 2016).

d. Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah)

Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.

e. Prinsip Lemah Lembut (Al-Layin).

Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan” (Al-Badr, 2014).

f. Prinsip Kekeluargaan (ukhuwah).

Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur’an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.

Selain itu juga dalam pandangan Islam lainnya, pelayanan mempunyai nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal seperti yang di contohkan oleh Nabi Muhammad SAW yaitu:²⁹

a. Jujur atau benar

²⁹ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), h. 179 –

Dalam berdagang, Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya. Jika ada produknya yang memiliki kelemahan atau cacat, tanpa ditanyakan Nabi Muhammad langsung menyampaikannya dengan jujur dan benar.

b. Amanah atau dapat dipercaya

Seorang pebisnis haruslah dapat dipercaya seperti yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad dalam memegang amanah. Saat menjadi pedagang, Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu hasil penjualan maupun sisa barang.

c. Fathonah atau cerdas dan bijaksana

Dalam hal ini, pebisnis yang fathonah merupakan pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas serta tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.

d. Tabligh atau argumentatif dan komunikatif.

Seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

B. Customer Satisfaction

a. Pengertian Customer Satisfaction

Kata Kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa Latin “satis” artinya cukup baik, memadai dan “facio” melakukan atau membuat. Kepuasan bisa di artikan sebagai upaya memenuhi suatu atau membuat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

sesuatu memadai.³⁰ Jadi, produk atau jasa yang dapat atau sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sehingga konsumen dapat merasa cukup.³¹

Menurut Dewi dalam Sunarti satisfaction (konsumen) adalah seseorang yang menggunakan barang atau jasa yang dipasarkan.³²

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller customer satisfaction (kepuasan konsumen) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan.³³ Customer (Konsumen) merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk atau pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut Tjiptono kepuasan konsumen adalah respon atau tanggapan konsumen yang berupa perasaan ataupun penilaian terhadap penggunaan jasa dimana harapan dan kebutuhannya terpenuhi.

Customer satisfaction juga dapat didefinisikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja dari sebuah produk yang dirasakan dengan yang diharapkan. dengan memiliki tingkat kepuasan

³⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014), h. 35

³¹ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke dua belas, (Jakarta: Indeks, 2007), h. 232

³² Sunarti, "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 50, No. 6, (2017), h. 87

³³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke tiga belas, (Jakarta: Airlangga, 2010), h. 139

yang tinggi, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, dan mengurangi biaya operasi (Rangkuti 2003: 23).³⁴

Menurut Mowen dan Minor (2002), customer satisfaction adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakan. Ini merupakan penilaian evaluatif pasca pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengkonsumsi barang atau jasa atau jasa tersebut. Konsumen yang puas akan mengkonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen akan loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dan dengan senang hati mempromosikan produk atau jasa tersebut ke orang lain.³⁵

Setelah mengkonsumsi suatu jasa, konsumen akan memiliki perasaan puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya. Kepuasan akan mendorong konsumen membeli dan mengkonsumsi ulang jasa tersebut. Sebaliknya perasaan yang tidak puas akan menyebabkan konsumen kecewa dan menghentikan pembelian kembali dan mengkonsumsi jasa tersebut.

Customer satisfaction (Kepuasan konsumen) sangat bergantung kepada persepsi dan harapan konsumen. Adapun faktor-faktor yang

³⁴ Lendy Zelviean Adhari, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust*, (Pasuruan: Qiara Media, 2021), h. 40

³⁵ Sudaryono, *Komunikasi Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2022), h. 306

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen antara lain.³⁶

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk atau jasa.
- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk atau jasa dari perusahaan atau pesaing- pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi.³⁷

b. Manfaat Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen)

Setiap konsumen atau pengguna jasa perusahaan perlu diperhatikan kebutuhannya.

Pemenuhan kebutuhan akan meningkatkan kepuasan konsumen tersebut hingga akan memberi manfaat bagi perusahaan.

Menurut Wiyanto menyatakan bahwa, customer satisfaction kepuasan konsumen memberi beberapa manfaat, antara lain:

- 1) Meningkatkan jumlah konsumen.
- 2) Memperbaiki citra perusahaan.
- 3) Mendorong terciptanya loyalitas konsumen.

³⁶ Gaspersz, V, *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 56.

³⁷ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2010), h. 44.

- 4) Terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen.

Customer satisfaction sangat berkaitan erat antara konsumen dan perusahaan terutama dalam kualitas layanan perusahaan yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen yang dapat menguntungkan perusahaan itu sendiri dan membawa perubahan terhadap perusahaan tersebut.³⁸

c. Faktor- Faktor Mempengaruhi Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen)

Kepuasan konsumen ditentukan oleh persepsi konsumen atas hasil kerja produk atau jasa dalam memudahkan harapan pelanggan. Konsumen merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas jika harapan konsumen terlampaui. Kepuasan pelanggan dalam islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk yang seharusnya sesuai dengan syariah dan kenyataan yang diterima. Berdasarkan studi literatur dan pengalaman menjadi konsultan berbagai perusahaan di Indonesia, menurut Irawan (2009:37) berpendapat ada 5 (lima) indikator utama customer satisfaction (kepuasan konsumen) adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk.

Ada 6 (enam) elemen dari kualitas produk yaitu, kinerja, daya tahan, fitur, reabilita, estetika, dan penampilan produk. Kualitas dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan konsumen dan upaya perusahaan untuk melakukan perubahan

³⁸ Netty Ulidarma, *Tingkat Kepuasan pengguna terhadap fasilitas layanan Sirkulasi Perpustakaan Akper Kesdam 1/ Bukit Barisan Medan, Skripsi*, (Medan: Fakultas Sastra), h. 8

kearah perbaikan terus menerus. Konsumen puas setelah membeli atau menggunakan produk atau jasa dan ternyata kualitas produknya baik.

2) Harga

Harga merupakan suatu nilai yang ditukarkan oleh konsumen dengan manfaat dari memiliki ataupun menggunakan produk atau jasa. Harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam mengambil suatu keputusan membeli. Konsumen akan rela membayar sejumlah uang untuk produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik dan konsumen akan merasa puas apabila produk atau jasa yang dibelinya sesuai dengan sejumlah uang yang dikeluarkannya.

3) Kualitas Pelayanan (Service Quality)

Kualitas pelayanan mempunyai konsep yang sering dikenal dengan Serqual yang memiliki 5 (lima) dimensi yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen, diperlukan pembentukan sikap dan prilaku dari karyawan itu sendiri karena faktor manusia memegang kontribusi 70% oleh karena itu tidak mengherankan kualitas pelayanan sulit ditiru.

4) Faktor emosional (Emotional factor)

Faktor emosional mempunyai peranan dalam kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas menggunakan produk yang dibelinya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



terlihat dari rasa bangga, percaya diri, simbol sukses ketika mereka menggunakan produk dengan merek ternama.

d. Indikator-Indikator Customer Satisfaction

Pelanggan merasa puas bila harapannya terpenuhi atau akan sangat puas bila harapan pelanggan terlampaui. Menurut Irawan (2004:37), ada lima dimensi utama kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Price (Harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Komponen harga ini relatif tidak penting bagi mereka yang tidak sensitif terhadap harga.

2. Service Quality (Kualitas Layanan)

Service quality sangat tergantung dari tiga hal yaitu sistem, teknologi dan manusia. Kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru karena pembentukan attitude dan Behaviour yang seiring dengan keinginan perusahaan bukanlah pekerjaan mudah. Pembinaan harus dilakukan mulai dari proses rekrutmen, training dan budaya kerja.

3. Product Quality (Kualitas Produk)

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

4. Emotional Factor

Emotional Factor ditunjukkan oleh konsumen atas kepuasan yang

diperoleh mereka dalam menggunakan suatu produk/jasa yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

5. Efficiency (Kemudahan)

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas bila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk atau pelayanan.³⁹

Kepuasan konsumen menurut Kottler, 2009 merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Indikator Kepuasan konsumen menurut Kottler dapat dilihat dari:

- 1) Re-purchase yaitu membeli kembali, dimana pelanggan tersebut akan kembali kepada perusahaan untuk mencari barang/jasa. Konsumen akan mencari kembali produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.
- 2) Menciptakan Word-of-Mouth yaitu Dalam hal ini, pelanggan akan mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain. Konsumen akan mengatakan hal-hal yang baik kepada orang lain tentang perusahaan tersebut.
- 3) Menciptakan Citra Merek yaitu Pelanggan akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing. Konsumen akan kurang memperhatikan merek dan iklan dari produk pesaing.

³⁹. Natasya Pricilia Tamon, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV. DEFMEL Leilem", *Jurnal Productivity*, Vol. 2, No. 4, (2021), h. 311

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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) Menciptakan keputusan Pembelian pada Perusahaan yang sama, dengan membeli produk lain dari perusahaan yang sama. Konsumen menciptakan keputusan pembelian pada produk tersebut, dengan membeli produk lain dari perusahaan.

e. Metode Pengukuran Customer Satisfaction

Menurut (Kotler, 1994, pp. 41-43) dalam Tjiptono (2005) ada beberapa macam metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan diantaranya sebagai berikut:

2. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain.

2. Ghost shopping

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para ghost shopper juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. Lost customer analysis

Menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang

telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi.

4. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.⁴⁰

f. Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam tentang Kepuasan Konsumen

Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional dibangun atas dasar utility (kepuasan). Secara sederhana setidaknya terdapat 2 (dua) hal yang perlu di kritik dari perilaku konsumsi yang berorientasi pada utility yakni pertama tujuan konsumsi hanyalah untuk mencapai kepuasan dan kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang dia mempunyai pendapatan maka tidak ada yang bisa membatasinya untuk melakukan konsumsi. Tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya barang).

Dalam menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi dalam mengoptimalkan masalah bukan memaksimalkan. Karena dalam rasionalitas Islam memegang prinsip lebih banyak tidak

⁴⁰ Wiwik Sulistiyowati, St., M. T. *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. (Sidoarjo: UMSIDA Press. 2018), h. 56

selalu lebih baik (the more isn't always the better). Masalah akan terwujud ketika nilai berkah optimum dapat terpenuhi. Oleh itu kandungan berkah sangat mempengaruhi preferensi konsumen pada saat akan mengkonsumsi barang. hal ini menjadikan konsumen akan selalu menoptimalkan berkah dalam usaha mengoptimalkan masalah.⁴¹

Dalam ilmu ekonomi Islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan qona'ah. Kepuasan dalam Islam (qona'ah) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut:

- a. Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal
- b. Dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan
- c. Tidak mengandung riba.⁴²

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 tidak syar'i dengan alasan ingin mendapatkan harta lebih banyak walaupun untuk menghidupi keluarga. Dalam QS. At-Taubah (9): 59 dijelaskan bahwa:

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

⁴¹ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 100-103

⁴² Ahmad Syafiq, "Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam", *Jurnal El-Fiqih*, Vol. 5, No. 1, 2019, h. 111

وَرَسُولُهُ 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 kami, Allah dan Rasul-Nya akan memberikan kepada kami sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya kami orang-orang yang berharap kepada Allah.”

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan.

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (Lillahi ta‘ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula. Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan.

g. Jasa pengiriman barang

Jasa (*service*) adalah tugas-tugas tidak terwujud (*intangible tasks*), yang memuaskan kebutuhan konsumen akhir atau kebutuhan perusahaan bisnis. Menurut Suyono (2003: 155) pengertian jasa pengiriman barang adalah badan usaha yang bertujuan memberikan jasa pelayanan/pengurusan atau seluruh kegiatan diperlukan bagi terlaksananya pengiriman, pengangkutan, dan penerimaa barang dengan menggunakan multimodal transport baik darat, laut, dan udara.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



Pengiriman barang dapat berupa pengiriman paket, dokumen, logistik, produk elektronik, barang belanja online dan lain- lain. Alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat, laut maupun udara. Jarak menjadi bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan untuk mengangkut barang-barang kiriman tersebut.

Terdapat beberapa pilihan paket pengiriman yang ditawarkan J&T Express seperti paket kilat untuk 1 hari sampai dan pengiriman reguler untuk lama pengiriman diestimasi 3-6 hari tergantung dari jaraknya. Ongkir atau ongkos kirim yang dikenakan untuk pengiriman barang bervariasi tergantung dari berat dan besar barang, paket pengiriman yang dipilih, serta jarak pengiriman. J&T Express juga mendukung sistem tracking paket online yang dapat dilakukan melalui website dan aplikasinya dengan memasukkan nomor Resi J&T Express. Kunjungi kantor J&T Express terdekat ini atau kantor agen terdekat lainnya untuk informasi lainnya seperti cek status kiriman J&T Express, daftar lokasi pengiriman didukung, daftar harga atau ongkos kirim, dan lainnya.

J&T Express merupakan Perusahaan layanan pengiriman barang, baik berupa dokumen maupun paket. J&T Express adalah perusahaan baru yang juga menggunakan IT dalam menawarkan jasanya, mereka menawarkan kelebihan berupa jemput barang. Sehingga para pelanggan tak perlu mendatangi kantor J&T jika ingin mengirimkan barang. Cukup menghubungi pihak J&T, melalui aplikasi berbasis android dan iOS atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



menghubungi melalui hotline, maka petugasnya akan datang untuk menjemput barang yang akan dikirim.

Indonesia memiliki beberapa perusahaan yang bergerak dibidang jasa pengiriman barang, diantaranya : POS Indonesia JNE, J&T, TIKI, Si Cepat, indah logistik, wahana, dan masih banyak jasa pengiriman lainnya. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan studi kasus menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express

h. Penjualan Jasa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Dalam Ekonomi Islam, jasa diartikan dengan *ijarah* (sewa-menyewa). Penjualan jasa dalam Islam disebut dengan *ijarah* atau sewa-menyewa, yaitu kegiatan pemindahan hak kemanfaatan. Objek dari kegiatan *ijarah* adalah jasa, baik jasa yang dihasilkan dari tenaga kerja manusia maupun jasa yang diperoleh dari pemanfaatan barang. Konsep *ijarah* sama dengan konsep jual beli. Hanya saja, objeknya yang diperjual belikan dalam *ijarah* adalah jasa, sedangkan dalam jual beli yang diperjual belikan ini adalah barang atau benda.

Kata *ijarah* dan jasa mempunyai titik singgung dalam konsep upah mengupah (*ujrah*) sebab jasa atau pelayanan yang diberikan seseorang dimaksudkan untuk mendapatkan upah atau bayaran. Dengan kata lain upah (*ujrah*) merupakan bagian dari *ijarah*. Jasa atau pelayanan diperlukan karena manusia membutuhkan tenaga atau keahlian orang lain untuk memenuhi

kebutuhannya.⁴³

Didalam akad ijarah terdapat rukun, diantaranya sebagai berikut:

a. Orang Berakad (Aqid)

Subjek terdiri dari dua orang yaitu: orang yang menyewakan atau memberi upah disebut *Mu`jir* dan orang yang menyewa sesuatu untuk menerima upah karena melakukan sesuatu disebut *Musta`jir*. Untuk mencegah adanya perselisihan dan kesalahfahaman orang yang melakukan akad ijarah disyariatkan tau manfaat barang atau jasa yang akan diadakan secara keseluruhan dan sempurna.

b. Ijab dan Qabul (Shighat)

Sebagai penjelasan kehendaknya melakukan akad pihak pertama mengungkapkan permulaan yang disebut Ijab, dan pihak kedua menyatakan penerimaan yang disebut Qabul. Syarat sah perjanjian atau akad Ijarah:

- 1) Yang melakukan akad *Ijarah* berakal (waras).
- 2) Keridhaan kedua belah pihak.
- 3) Objek jelas manfaatnya.
- 4) Objek dapat diserahkan.
- 5) Kemanfaatan objek dibolehkan oleh agama.

c. Upah dan *Ujrah*

⁴³ Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2016), h. 234

Kompensasi Ijarah boleh tidak tunai boleh tunai, boleh dalam bentuk jasa maupun harta, syarat pentingnya dengan itu bisa dinilai menggunakan harta yang ada kejelasan didalamnya apabila tidak ada kejelasan maka tidak diperbolehkan.

d. Objek sewa

Yaitu bagian yang hendak disewakan ataupun pekerjaan yang akan dikerjakan. Agar tidak terjadi kesalahfahaman dikemudian hari objek *ijarah* wajib ada kejelasan. Manfaatnya juga harus jelas jika tidak jelas maka tidak sah.⁴⁴

Adapun syarat sahnya perjanjian sewa-menyewa adalah:

1. ada unsur pemaksaan, maka sewa-menyewa itu tidak sah.
2. Harus jelas dan terang mengenai objek yang diperjanjikan.
Harus jelas dan terang mengenai objek sewa-menyewa yaitu, masing-masing pihak rela untuk melakukan perjanjian sewa menyewa. Maksudnya apabila didalam perjanjian sewa-menyewa itu barang yang dipersewakan disaksikan sendiri, termasuk juga masa sewa, (lama sewa menyewa berlangsung) dan besarnya uang sewa yang diperjanjikan.
3. Objek sewa-menyewa dapat digunakan sesuai dengan peruntukannya. Maksudnya kegunaan barang yang disewakan itu harus jelas dan dapat dimanfaatkan oleh penyewa sesuai

⁴⁴ Alma Dwi Rahmawati, "Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Akad Pengiriman Barang", (Al-Istiqhoh *Jurnal Ekonomi Syariah* : IAIN Ponorogo, 2020), h. 94-95

dengan kegunaan barang tersebut. Andainya barang itu tidak dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, maka perjanjian sewa-menyewa tersebut dapat dibatalkan.

4. Objek sewa-menyewa dapat diserahkan. Maksudnya barang yang diperjanjikan dalam sewa-menyewa harus dapat diserahkan sesuai dengan yang diperjanjikan.
5. Kemanfaatan objek yang diperjanjikan adalah yang diperbolehkan dalam agama. Oleh karena itu tidaklah sah perjanjian sewa-menyewa rumah apabila rumah tersebut dijadikan tempat prostitusi serta tidak sah memberikan uang upah kepada tukang ramal.⁴⁵

Menurut ulama fiqih, *Ijarah* memiliki beberapa jenis, yaitu:

- 1) *Ijarah* bersifat pekerjaan atau jasa contoh: jasa pengiriman barang, buruh bangunan, tukang jahit, dll.
- 2) *Ijarah* bersifat diambil manfaatnya contoh: menyewa kendaraan, tanah, kios, ruko, dll.

Dalam akad *ijarah* penyewa diperbolehkan untuk menyewa barang sewanya kepada orang lain. namun syarat dalam penggunaan barang tersebut sama dnegan awal perjanjian akad bersama yang mempunyai barang. Berakhirnya akad *ijarah* ketika hilang dan musnahnya objek, berakhirnya waktu yang disepakati, meninggalnya salah satu subjek yang

⁴⁵ Chairuman Pasaribu, Suwardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), Cet.ke-3, h. 56

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



berakad, salah satu pihak beruzur misalnya ada penyitaan rumah yang disewa sebab adanya lilitan hutang dari salah satu pihak jadi akibatnya akad ijarah berakhir atau selesai.

C. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang dilakukan oleh Lati Sari Dewi dan Asep Saeful Falah dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Kantor Pos Cabang Ciawi Tasikmalaya)”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kantor Pos Cabang Ciawi Tasikmalaya, dan sampelnya 96 orang dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan teknik non-probabilitas dan dalam penyebaran kuesioner menggunakan teknik insidental. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

Berdasarkan uji statistik diperoleh regresi linier sederhana $Y = 4,715 + 0,703 X$, jadi disimpulkan kenaikan satu variabel Kualitas Pelayanan (X) akan berpengaruh sebesar 0,703 terhadap Kepuasan Konsumen (Y) dan persamaan regresi sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Konsumen. Di peroleh nilai $\text{sig } 0,000 < 0,05$ yang berarti signifikan dan nilai t_{hitung} sebesar $6,744 > t_{\text{tabel}}$ sebesar 1,661 artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Sehingga kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Swastika Anjani dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Tasikmalaya”. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analitis. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Kantor Pos Cabang Ciawi, dan sampelnya 54 orang dengan menggunakan rumus slovin dengan teknik non-probabilitas sampling dan dalam penyebaran kuesioner menggunakan teknik purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

Berdasarkan hasil uji statistik diperoleh Persamaan regresi linier sederhana $Y = 33,51 + 0,085 X$, artinya bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir Kota Tasikmalaya berdampak terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,085 satuan . Koefisien korelasi antara kualitas pelayanan (variabel X) dengan kepuasan pelanggan (variabel Y) sebesar $r = 0,33$ yang berarti kualitas pelayanan mempunyai pengaruh rendah terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji determinasi diperoleh hasil sebesar 10,89 % yang menunjukkan bahwa Kepuasan pelanggan (variabel Y) yang dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan (variabel X) adalah 10,89 %, dan sisanya 89,11% merupakan pengaruh faktor-faktor lain yang mempengaruhi Kepuasan pelanggan. Hasil perhitungan diperoleh t_{hitung} sebesar 2,66 sedangkan t_{tabel} Pada $\alpha 0,10$ dan $dk 52$ $n-2$ ($54-2$) adalah 1,29, sehingga $t_{hitung} \geq t_{tabel}$.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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. Penelitian yang dilakukan oleh Rezki Febriani dengan judul . Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam), Bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Koran Harian Fajar di Kota Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional/asosiatif. Populasi yang ada dalam penelitian ini adalah pelanggan tetap koran Harian Fajar di Kota Makassar, dalam menentukan sampel menggunakan pendapat Roscoe yang mengatakan ukuran sampel yang layak dalam penelitian antara 30-500 responden, berdasarkan pendapat tersebut maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 50 responden.

Data yang digunakan merupakan data primer yang dikumpulkan melalui survey kuesioner secara langsung. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Koran harian Fajar. Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan diatas diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) koran Harian Fajar. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil perhitungan SPSS 21 diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 6.647 dan dengan menggunakan level significance (taraf signifikansi) sebesar 5% diperoleh t tabel sebesar 2,001 yang berarti bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



6.647 > 2,001. Nilai signifikansi t kurang dari 5 % (0,000), menandakan bahwa kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti. Bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan baik secara bersama-sama ataupun sebagian pada JNE Cabang Bandung Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik analisa yang digunakan adalah teknik analisa deskriptif dan dengan menggunakan regresi berganda. Sedangkan teknik sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Sampel yang digunakan yaitu pelanggan yang sudah lebih dari dua kali menggunakan jasa JNE Cabang Bandung yaitu sebesar 78 orang.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$. Sebagian hasil uji menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang memiliki sebagian pengaruh dalam kepuasan pelanggan dengan jumlah variabel yang signifikan (nilai p) berjumlah $0.021 < 0.05$.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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. Penelitian yang dilakukan oleh Dena Marlina Afsari dengan Judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih Business Center II Kota Bengkulu)”. Pada Penelitian kali ini, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Al-Fatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu. Sampel yang digunakan sebanyak 83 orang pelanggan HNI-HPAI yang melakukan pembelian berulang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode accidental sampling. Pengambilan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan skala likert.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana dengan aplikasi SPSS 16. Hasil penelitian berdasarkan (uji t) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil uji Koefisien Determinasi diperoleh R Square sebesar 0,485. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel dependen kepuasan pelanggan sebesar 48,5% dipengaruhi variabel independen kualitas pelayanan, sedangkan 51,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori ini berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di identifikasikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

sebagai masalah yang penting.

Berdasarkan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Penelitian terdiri variabel bebas (X) adalah Kualitas Pelayanan sedangkan variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Konsumen. Model kerangka pemikiran dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 1. 1
Kerangka Berpikir



E. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam Penelitian ini variabel yang diteliti dan definisi Operasionalnya dapat dilihat dibawah berikut ini:

Tabel 2. 1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
1.	Service Quality (Kualitas Pelayanan) (X)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut tentu untuk memenuhi keinginan konsumen.	1. Komunikasi (Tjiptono, 2014) 2.Keindahan(Wijaya, 2018) 3. Jujur (Johan Arifin, 2009) 4. Bertanggung Jawab dan terpercaya (Johan Arifin,	Likert

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

<p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p> <p>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:</p> <p>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.</p> <p>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.</p> <p>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.</p>	<p>Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen) (Y)</p>	<p>Perasaan Senang atau Kecewa yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas.</p>	<p>2009)</p> <p>5. Menepati janji (Johan Arifin, 2009)</p> <p>6. Melayani dengan ramah (Johan Arifin, 2009)</p> <p>1.Harga (Irawan, 2004)</p> <p>2. Kemudahan (Irawan, 2004)</p> <p>3. Re-purchase (Kottler, 2009)</p> <p>5. Menciptakan word-of-mouth (Kottler, 2009)</p> <p>5. Menciptakan Citra Merek (Kottler, 2009)</p>	<p>Likert</p>
--	--	---	--	---------------

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap tujuan penelitian yang diturunkan dari kerangka pemikiran yang telah dibuat. Hipotesis merupakan pernyataan tentative tentang hubungan antara beberapa dua variabel atau lebih.⁴⁶ Pada penelitian kuantitatif, hipotesis lazim dituliskan dalam sub-sub tersendiri yaitu ada di bab 2. Hipotesis merupakan dugaan sementara dari jawaban rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya pada bab 1, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan Terhadap Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa

⁴⁶ V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, (Yogyakarta: Pustaka baru press, 2014), h. 62

Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan.
Ha: Pengaruh Yang Positif Dan Signifikan Terhadap Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan Penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana, dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya.⁴⁷ Definisi lain menyebutkan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, serta penampilan dari hasilnya.⁴⁸ Menurut Sugiyono metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi satu sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁴⁹

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

1. Waktu Penelitian

Untuk penelitian dengan Judul Pengaruh Kualitas Pelayanan

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandunng: Alfabeta, 2015), h. 8.

⁴⁸ Dr. Sandu Siyoto, SKM., M.Kes, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 17

⁴⁹ Sugiyono, *op. cit*, h. 8

Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Waktu penelitian 05 April 2023 sampai selesai.

2. Lokasi Penelitian

Untuk penelitian dengan judul Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Yang berlokasi di J&T Express Cabang Teluk Kuantan FHC3+FP2, terletak di Jl. Proklamasi, Sungai Jering, Kec. Kuantan Tengah, Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566.

3. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah seseorang atau sesuatu yang mengenaunya ingin diperoleh keterangan atau orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa pengiriman barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah apa yang menjadi sasaran penelitian. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari Subyek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Jadi, populasi merupakan keseluruhan objek maupun subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan sebanyak 2840 orang diambil 6 (Bulan) dari bulan Juli-Desember 2022.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik tertentu yang dimiliki oleh populasi tertentu.⁵⁰

Pada penelitian ini jumlah masyarakat yang menggunakan jasa pengiriman barang J&T tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan, dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

⁵⁰Sugiyono, *op. cit.*, h. 57

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Error atau Presentasi kelonggoran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan (10%).

Diketahui jumlah populasi sebanyak 480 orang (Bulan), maka perhitungan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2840}{1 + (2840 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{2480}{1 + 28,4}$$

$$n = \frac{2840}{29,4}$$

$n = 96,59$ dibulatkan menjadi 97 sampel

Maka berdasarkan hasil diatas sampel yang di ambil untuk penelitian ini adalah sebanyak 97 responden. Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu *Non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari sumber data dengan pertimbangan tertentu, misalkan orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan penelitian menjalajahi objek/situasi yang diteliti.⁵¹

⁵¹ *Ibid*, h. 68

Menurut situs statistika, pemilihan sekelompok subjek dalam *purposive sampling* didasarkan atas kriteria tertentu yang dipandang mempunyai keterkaitan yang erat dengan kriteria populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Adapun karakteristik responden yaitu:

- b. Konsumen atau pelanggan yang menggunakan J&T Express Cabang Taluk Kuantan dan pernah datang ke kantor pusat.
- c. Minimal sudah melakukan 2 kali transaksi pengiriman di J&T Express Taluk Kuantan.
- d. Minimal Usia konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan di atas 15 Tahun ke atas.
- e. Jenis Kelamin
- f. Jenis pekerjaan
- g. Pendidikan

5. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber yaitu:

1. Data primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari para informen di lokasi penelitian melalui pengamatan langsung maupun hasil penelitian. Data diperoleh langsung dari sumber utama, melalui proses wawancara, kuensioner dari para sumber langsung dari pegawai J&T Express, pelanggan yang menggunakan perusahaan pengiriman barang j&t express cabang Teluk Kuantan, dan jawaban atas hal lain yang berhubungan 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.



masalah yang diteliti.

2. Data sekunder

Adalah data yang mendukung data primer yang diperoleh dari literatur, dokumentasi serta laporan yang berhubungan dengan masalah yang diteliti. Data ini diperoleh dari berbagai buku, penelitian sebelumnya, dokumen, internet, dan media cetak yang berkaitan dengan penelitian

6. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan salah satu aspek yang berperan dalam kelancaran dan keberhasilan dalam suatu penelitian. dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Digunakan untuk mengumpulkan data awal yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan skripsi, dengan melakukan pengamatan terhadap para konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan⁵².

2. Metode kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau

⁵² V. Wiratma Sujarweni, *Ibid*, h. 73

tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.⁵³

Kuesioner yang digunakan bersifat tertutup, yaitu mengajukan Pertanyaan langsung kepada responden mengenai variabel -variabel yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam pengukurannya, setiap responden diminta pendapatnya mengenai suatu pertanyaan, dengan skala penilaian sebagai berikut:

Tabel 3. 1

Penilaian Skala Likert

Jenis Jawaban	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (Ts)	2
Sangat Tidak Setuju (Sts)	1

Berdasarkan skor di atas diambil total skor dari masing-masing individu adalah penjumlahan dari skor masing-masing item dari individu tertentu. selanjutnya dianalisis untuk mengetahui item-item yang sangat nyata batasan antara skor tinggi dan rendah dalam skala total. item-item yang tidak menunjukkan beda yang nyata, apakah masuk dalam skor tinggi atau renda juga dibuang untuk mempertahankan konsistensi internal dari pertanyaan.

3. Dokumentasi

Menurut Istiyanto (2009: 38), dokumen adalah data yang

⁵³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*, (Jakarta: PT. Renuka Cipta, 2006), h. 158.

berhubungan dengan variabel, data tersebut dapat berupa catatan, buku, transkrip, majalah, surat kabar, dll. Dalam penelitian ini digunakan data pembantu berupa tampilan internet, buku, jurnal, skripsi dalam penelitian ini. Data tersebut memiliki keterkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen serta dirancang untuk mendapatkan landasan teori dan dapat digunakan sebagai data pendukung penelitian ini.

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengolahan data dengan tujuan untuk menentukan informasi yang berguna yang dapat dijadikan dasar dalam mengambil keputusan untuk solusi suatu permasalahan.⁵⁴ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis deskriptif mengemukakan data yang masuk dengan cara dikelompokkan dalam bentuk tabel, kemudian diberi penjelasan sesuai dengan metode deskriptif.

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrument pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu instrument atau item-item

⁵⁴ Dita Kurniasari, "Analisis data", artikel diakses pada 09 Oktober 2022, <https://www.dqlab.id/analisis-data-adalah-mengenal-pengertian-jenis-dan-prosedur-analisis-data>.

dalam mengukur apa yang ingin diukur. Item kuesioner yang tidak valid berarti dapat mengukur apa yang ingin diukur sehingga hasil yang didapat tidak akan dipercaya, sehingga item yang tidak valid harus dibuang atau diperbaiki. Metode pengambilan keputusan untuk uji validitas sebagai berikut:⁵⁵

1) Berdasarkan Signifikasi

- a) Jika nilai signifikasi $> 0,05$ maka item dinyatakan tidak valid
 - b) Jika nilai signifikasi $< 0,05$ maka item dinyatakan valid
- Berdasarkan nilai korelasi

2) Berdasarkan nilai kolerasi

- a) Jika nilai r hitung $< r$ tabel, maka item dinyatakan tidak valid
- b) Jika nilai r hitung $> r$ tabel, maka item dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Realibilitas berasal dari kata *realibility* yang berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran memiliki keterpercayaan, keterandalan, konsistensi, kestabilan yang dapat dipercaya. Uji realibilitas digunakan untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten atau tidak jika pengukuran diulang. Instrument kuesioner yang tidak reliabel maka tidak konsisten

⁵⁵ Duwi Priyatno, *Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan spss*, (Yogyakarta: Gava Media, 2016), h. 143-150

untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji realibilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode Cronbach Alpha. Metode pengambilan keputusan untuk uji realibilitas menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), realibilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima baik.⁵⁶

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis parametrik seperti korelasi Pearson mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Uji normalitas yang banyak digunakan yaitu dengan metode Uji Liliefors dengan Kolmogorov-Smirnov. Metode pengambilan keputusan untuk uji normalitas yaitu jika signifikansi (Asympg.sig) > 0,05 maka data berdistribusi normal dan jika Signifikansi (Asympg.sig) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.⁵⁷

3. Uji Hipotesis Penelitian

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2016) analisis regresi dilakukan bila hubungan dua variabel berupa hubungan kausal atau fungsional.

⁵⁶ *Ibid.*, h. 154-158

⁵⁷ *Ibid.*, h. 97-105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 menganalisis hubungan variabel X dan Y pada penelitian ini dimana tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan J&T Express Cabang Taluk Kuantan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independen (variabel bebas)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

b. Uji t

Menurut Wiratma (2015:10) uji t adalah pengujian koefisien regresi persial indivisual yang digunakan untuk mengetahui apakah variable independen (X) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Langkah-lagkah menggnakan uji t, yaitu:

1) Menentukan a

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$

2) Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

- a) Jika *probability value* (*sig*) < 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima.

b) Jika *probability value (sig)* > 0,05 maka H_0 diterima atau H_a ditolak.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Untuk mengukur sejauh mana kemampuan variabel independen menjadi predictor variabel. Nilai koefisien determinasi adalah angka 0 atau 1. Semakin tinggi koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen masih terbatas, semakin nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Terdapat dua jenis koefisien determinasi, yaitu r koefisien determinasi biasa dan koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R Square*). Pada regresi linier berganda, penggunaan koefisien determinasi yang telah disesuaikan lebih baik dalam melihat seberapa baik model dibandingkan koefisien determinasi.⁵⁸

⁵⁸ Dwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS*, (Yogyakarta: Media Kom, 2018), h. 36

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Jadi pengaruh service quality terhadap customer satisfaction j&t express teluk kuantan yaitu berpengaruh positif dan signifikan dengan nilai koefisiennya lebih besar dari signifikan 0,05 terhadap kepuasan konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan. Artinya bahwa service quality J&T Express Cabang Teluk Kuantan dilakukan dengan baik, sehingga menciptakan customer satisfaction kepuasan konsumen. Diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 8,349 + 0,539 X$. Pembuktian hasil uji t dengan nilai $t_{hitung} 7,903 > t_{tabel} 1,988$, dengan nilai signifikan $0,00 < 0,05$. maka H_0 ditolak, H_a diterima. Besar pengaruh variabel service quality terhadap customer satisfaction J&T Express Cabang Taluk Kuantan dapat dilihat dari hasil uji Koefisien Determinasi bahwa koefisien korelasi (R) memiliki hubungan antara hubungan service quality (X) dan customer satisfaction (Y) yang tinggi sebesar 0,630. Dan nilai Koefisien Determinasi (R²) sebesar 0,397 yang berarti bahwa 39,7% yang menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi variabel kualitas pelayanan. Sisanya sebesar 61,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa service quality dirasakan

mempunyai pengaruh yang tinggi terhadap customer satisfaction pada J&T Express.

2. Jadi Tinjauan Perspektif Ekonomi Syariah Terhadap Pengaruh service quality Terhadap customer satisfaction J&T Express Teluk Kuantan yaitu service quality bagi konsumen J&T Express Cabang Teluk Kuantan telah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam. Hal ini dikarenakan sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syaria`h guna mewujudkan rasa keadilan serta tanggung jawab dalam melayani konsumen dan sekaligus membutuhkan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariat Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah. Dengan adanya service quality (kualitas pelayanan) dalam perspektif Islam tidak bisa lepas, karena untuk melayani dengan baik seorang karyawan harus memiliki sifat jujur, bertanggung jawab, dapat di percaya, tidak menipu, melayani dengan khitmah dan juga tidak melupakan akhirat.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dari hasil analisis yang diperoleh, maka dapat disampaikan saran-saran sebagai berikut:

1. Sehubungan telah dilakukannya penelitian tentang pengaruh service quality (kualitas pelayanan) terhadap customer satisfaction (kepuasan konsumen) J&T Express, maka sekiranya dapat dijadikan acuan dalam

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.



pengambilan keputusan dan sebagai bahan evaluasi perusahaan untuk menjadikan J&T Express Cabang Teluk Kuantan menjadi lebih baik kedepannya kepada pelanggannya dan pengiriman barang sebaiknya selalu tepat waktu agar para pelanggan dapat puas dan tetap setia, percaya kepada J&T Express Cabang Teluk Kuantan.

2. Islam sangat memperhatikan sebuah service (pelayanan) yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Hal ini sesuai dengan dengan firman Allah dalam surat Al-Baqarah (2): 267. Jadi untuk itu J&T Express harus mempertahankan nilai-nilai keislaman dalam meyalani konsumen. Berdagang dalam Islam bukan hanya tentang untung dan rugi di dunia tetapi bagaimana Allah rida terhadapnya di dunia dan akhirat. Dan bagaimana seseorang pedagang harus bisa memberikan kualitas yang terbaik untuk konsumennya. Baik itu dalam bentuk produk yang diberikan atau pun bagaimana cara pelayanan yang diberikan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali, 2012.
- Adam, Muhammad, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Adhari, Lendy Zelviean, *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust, Pasuruan*: Qiara Media, 2021.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu pendekatan praktek*, Jakarta: PT. Renika Cipta, 2006.
- Basuki, Agus Tri, “*Analisis Regresi dalam Penelitian & Bisnis*”, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta, Deepublish, 2019.
- Freddy, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013.
- Gamal. Mirza, *Aktifitas Ekonomi Syariah, Pekanbaru*: UNRI Press, 2004.
- Gaspersz, V, *Metode Analisis Untuk Peningkatan Kualitas*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2016.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management Thirteenth Edition, alih bahasa Bob Sabran*, Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas, Jilid I, Jakarta: Erlangga, 2009.
- Kotler, P. dan Keller, K. L, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke tiga belas, Jakarta: Airlangga, 2010.
- Lupiyoadi, Rahmat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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
- Star Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Moenir, A. S, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Pasaribu, Chairuman, Suwardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Pertiwi, Dewi, *Pemasaran Jasa Pariwisata (Dilengkapi Dengan model Penelitian Pariwisata Gedung Heritage Di Bandung Raya)*, Yogyakarta: Deepublish Publisher, 2021.
- Philip, Kotler dan Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Indeks, 2009.
- Rivai, Veithzal, *Islamic Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012.
- Priyatno, Duwi, *Belajar alat analisis data dan cara pengolahannya dengan spss*, Yogyakarta: Gava Media, 2016.
- Putra, Teddy Minahasa. 2019. *Pelayanan Publik dan Ketahanan Nasional*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Setiyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, Dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneural Marketing, Dan E-Marketing*, Yogyakarta: Andi, 2015.
- Simamora, Bilson, *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Siyoto, Sandu, SKM., M.Kes, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Sudaryono, *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Kencana, 2022.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik – Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga e-Marketing*, Ed.III, Yogyakarta, ANDI, 2017
- Tjiptono, Fandy, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014.
- Rahayu, Sri, *Kepuasan & Loyalitas Peanggan*, Palembang: CV. Anugrah Jaya, 2019.
- Sulistiyowati, Wiwik, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya*. Sidoarjo: UMSIDA Press. 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, 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.



Sumar`in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

V. Wiratma Sujarweni, *Metodologi Penelitian*, Cet. 1, Yogyakarta: Pustaka baru press, 2014.

B. Jurnal/Kamus/Makalah

Ahmad Syafiq, “Penerapan Etika Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam”, *Jurnal El-Fiqih*, Vol. 5, No. 1, (2019).

Alma Dwi Rahmawati, “Tinjauan Fiqh Muamalah Terhadap Akad PengirimanBarang”, *Al Istiqhod Jurnal Ekonomi Syariah* : IAIN Ponorogo, (2020).

Amsal Bernadus Paa, Philipus Sinay, dan Hendry J. Jantje, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Pengiriman Paket terhadap Kepuasan Konsumen pada Pt. Pos Indonesia”, *Innovative education Journal*, Vol. 4, No. 3, November (2022).

Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”, *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Vol.17 No.2, (2010).

Nurhadi “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2, 2018.

Tasia Aprilia dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Drop Point Takkalala di Kecamatan Lilirilau Kabupaten Soppeng”, *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol. 2, No. 1, Januari (2023).

Ratu Syifa Nabila Khansa, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen, *Jurnal STEI Ekonomi*, Vol. 20, No. 20, (2020), h. 2.

Rizki Pratama dan Sri Herianingrum, Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Surabaya, *JESTT*, Vol. 1, No. 9, (2014).

C. Skripsi

Netty Ulidarma, “Tingkat Kepuasan pengguna terhadap fasilitas layanan Sirkulasi Perpustakaan Akper Kesdam 1/ Bukit Barisan Medan”, Skripsi, Medan: Fakultas Sastra.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Rezki Febriani, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian Fajar Di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam).”* Makassar: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.

D. Link

Dita Kurniasari, “Analisis data”, diakses 09 Oktober 2022, pukul 23:45, diakses dari <https://www.dqlab.id/analisis-data-adalah-mengenal-pengertian-jenis-dan-prosedur-analisis-data>.

Hanik, Teori kepuasan konsumen dalam perspektif Islam, diakses 08 Nov 2016, <http://memoryhanik.blogspot.com/2016/11/teori-kepuasan-konsumen-dalam.html?m=1>

KBBI daring, Pelayanan, <https://kbbi.web.id/pelayanan.html>, Diakses pada 30 Juni 2022

Visi, Misi dan Motto Perusahaan J&T Express, diakses pada tanggal 01 Februari 2019, pukul 10.30 WIB. <https://www.jet.co.id/>,

J&T Express Teluk Kuantan, <https://ulasantempat.com/riau/jt-express-teluk-kuantan-973023> , Diakses pada Januari 2019.

LAMPIRAN

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
Shale Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ISTRUMEN KUISIONER PENELITIAN

PENGARUH SERVICE QUALITY TERHADAP CUSTOMER SATISFACTION PADA JASA PENGIMAN BARANG J&T EXPRESS CABANG TELUK KUANTAN DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat

Sehubung dengan penyusunan skripsi saya dengan judul yang telah dicantumkan di atas, maka dengan hormat saya:

NAMA : MEITA ANGGRAINI

NIM : 11920521079

Memohon dengan kesediaan untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan ini secara jujur dan benar. Daftar pernyataan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian saya lakukan dalam rangka menyelesaikan Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Atas ketersediaannya dan partisipasi dari teman-teman dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Meita Anggraini

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

A. Data Responden

Petunjuk pengisian isilah karakteristik responden dibawah ini dan berikan tanda cheecklist (✓) pada pilihan yang paling tepat bagi anda terkait dengan pernyataan berikut. Identitas responden dirahasiakan dan hanya diketahui peneliti.

1. Nama:
2. Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan
3. Usia
 Dibawah 17 Tahun 17-25 Tahun
 25-30 Tahun 30 Ke atas
4. Pendidikan Terakhir
 SD/Sederajat SMP/ Sederajat
 SMA/ Sederajat S1/S2/S3
 Lainnya....
5. Pekerjaan
 Pelajar/ Mahasiswa
 Pegawai Negeri/ TNI-POLRI
 Pegawai Swasta
 Buruh
 Lainnya...
6. Berapa kali anda menggunakan jasa pengiriman J&T Express Cabang Taluk Kuantan:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

- 1-3 Kali 4-5 Kali
- Lebih dari 5 kali

B. Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Petunjuk Pengisian: Berilah tanda (√) pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat pada lembar kuesioner dibawah ini. Dengan keterangan jawaban sebagai berikut:

- a. Sangat Setuju (SS) : skor/bobot 5
- b. Setuju (S) : skor/bobot 4
- c. Netral (N) : skor/bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) : skor/bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) : skor/bobot 1

1) Service Quality (Kualitas Pelayanan)

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya Merasa Karyawan J&T Express Cabang Taluk Kuantan memiliki kemampuan dalam berkomunikasi dengan menggunakan bahasa yang baik dan sopan kepada pelanggannya.					
2.	Karyawan J&T Express Cabang Taluk Kuantan dalam berpakaian selalu sopan, rapi dan bagus sesuai dengan peraturan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.	J&T Express Cabang Taluk Kuantan dalam takaran timbangan ongkir sudah sesuai dan jujur.					
4.	J&T Express Taluk Kuantan bertanggung jawab menjaga keamanan barang yang akan dikirim.					
5.	Saya merasa J&T Express Cabang Taluk Kuantan telah menepati janji yang diberikan apabila ada kehilangan dan kerusakan barang dalam pelayanan.					
6.	Karyawan J&T Express harus bersikap ramah terhadap semua pelanggan tanpa membedakan satu sama yang lain.					

2) Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen)

No	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa variasi harga paket yang diberikan sudah sesuai dengan pelayanan yang diberikan J&T Express Cabang Taluk Kuantan					
2.	Saya merasa J&T Express Cabang Taluk Kuantan telah memberikan kemudahan pelanggan dalam pembayaran paket.					

3.	Saya merasa puas dan kembali menggunakan jasa pengiriman J&T Express Taluk Kuantan					
4.	Saya akan merekomendasikan J&T Express Cabang Taluk Kuantan kepada orang lain					
5.	Saya tidak akan beralih ke jasa pengiriman barang lain.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

Output IBM SPSS 22 Uji Kualitas Data

Uji Validitas Variabel Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Correlations

		X.1	X.2	X.3	X.4	X.5	X.6	Total_X
X.1	Pearson Correlation	1	.523**	.493**	.175	.475**	.195	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.087	.000	.056	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X.2	Pearson Correlation	.523**	1	.539**	.135	.518**	.123	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.187	.000	.231	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X.3	Pearson Correlation	.493**	.539**	1	.124	.569**	.068	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.226	.000	.505	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X.4	Pearson Correlation	.175	.135	.124	1	.031	.079	.517**
	Sig. (2-tailed)	.087	.187	.226		.760	.441	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X.5	Pearson Correlation	.475**	.518**	.569**	.031	1	.195	.667**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.760		.056	.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
X.6	Pearson Correlation	.195	.123	.068	.079	.195	1	.502**
	Sig. (2-tailed)	.056	.231	.505	.441	.056		.000
	N	97	97	97	97	97	97	97
Total_X	Pearson Correlation	.707**	.678**	.685**	.517**	.667**	.502**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97	97

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 Validitas Variabel Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.385**	.414**	.380**	.458**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.2	Pearson Correlation	.385**	1	.426**	.391**	.500**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.3	Pearson Correlation	.414**	.426**	1	.615**	.446**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.4	Pearson Correlation	.380**	.391**	.615**	1	.587**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y.5	Pearson Correlation	.458**	.500**	.446**	.587**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total_Y	Pearson Correlation	.730**	.710**	.755**	.773**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk keperluan 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.

Output IBM SPSS 22 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Service Quality (Kualitas Pelayanan)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.629	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X. 1	20.64	5.358	.559	.523
X. 2	20.45	5.625	.539	.540
X. 3	20.62	5.238	.502	.532
X. 4	21.40	5.535	.155	.701
X. 5	20.57	5.540	.512	.541
X. 6	21.22	5.713	.184	.668

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.

Uji Reliabilitas Variabel Customer Satisfaction (Kepuasan Konsumen)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	97	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y. 1	17.55	3.459	.521	.795
Y. 2	17.42	3.809	.545	.780
Y. 3	17.41	3.724	.613	.760
Y. 4	17.43	3.686	.641	.753
Y. 5	17.44	3.458	.654	.745

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Output IBM SPSS 22 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

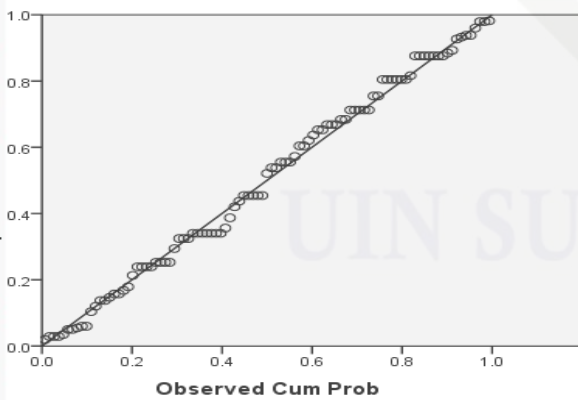
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
Normal Parameters ^{a, b}	N	97
	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80549151
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.053
	Kolmogorov-Smirnov Z	.617
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.841

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors significance correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

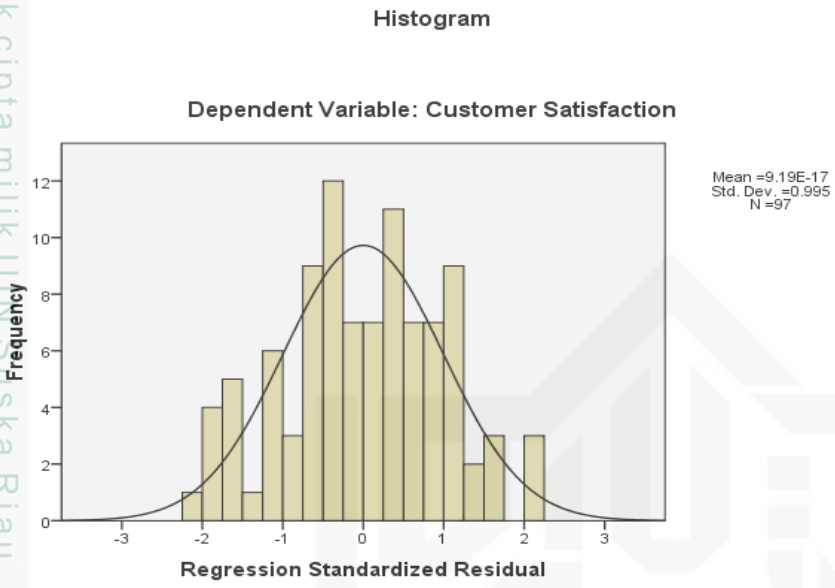
Dependent Variable: Customer Satisfaction



- 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.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

Output IBM SPSS 22 Analisis Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Service Quality ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.630 ^a	.397	.390	1.81497

- a. Predictors: (Constant), Service Quality

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	205.719	1	205.719	62.451	.000 ^a
	Residual	312.941	95	3.294		
	Total	518.660	96			

- a. Predictors: (Constant), Service Quality
- b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.349	1.714		4.872	.000
	Service Quality	.539	.068	.630	7.903	.000

- a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Output IBM SPSS 22 Uji Hipotesis

Uji t (Persial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.349	1.714		4.872	.000
	Service Quality	.539	.068	.630	7.903	.000

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Foto1	.630 ^a	.397	.390	1.81497

a. Predictors: (Constant), Service Quality

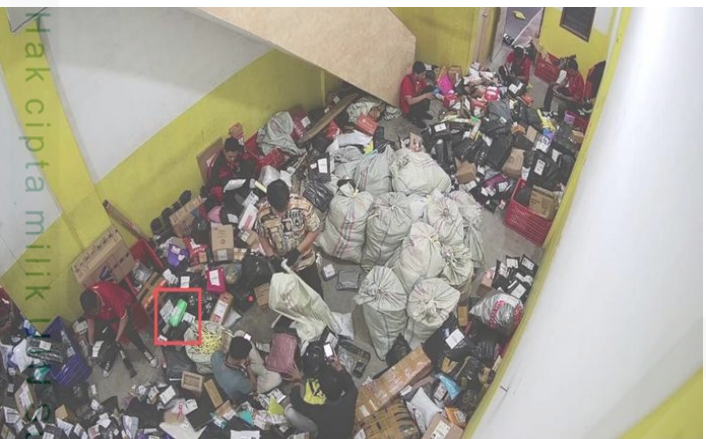
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. 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.

Foto Kegiatan Penelitian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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

ska Riau

teknik Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
Dilarang menyalin sebagian atau seluruhnya tanpa mendapatkan ijin dari penerbit

Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasir II

TABULASI DATA

NO	Service Quality (KUALITAS PELAYANAN)						TOTAL	Customer Satisfaction (KEPUASAN KONSUMEN)					TOTAL
	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6		Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	
1	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	4	5	24
2	3	5	4	4	3	3	22	4	5	5	5	4	23
3	4	4	4	3	4	4	23	3	5	4	4	4	20
4	4	4	4	3	4	4	23	4	5	4	4	4	21
5	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	20
6	4	5	4	3	4	4	24	3	3	4	4	4	18
7	4	4	3	3	4	3	21	3	4	4	4	3	18
8	4	4	3	3	4	3	21	3	5	4	4	4	20
9	4	5	3	3	4	3	22	3	4	4	4	4	19
10	4	4	4	3	4	3	22	3	4	4	4	4	19
11	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20
12	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	5	5	22
13	3	5	3	4	4	3	22	4	5	3	4	5	21
14	4	5	5	4	5	5	28	5	5	4	5	5	24
15	4	5	5	3	5	4	27	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	3	3	5	23	4	4	4	3	2	17
17	5	5	5	3	5	4	27	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	3	5	3	26	5	5	5	5	5	25
19	4	4	4	3	4	3	22	3	4	4	4	4	19
20	3	4	4	3	3	3	20	5	4	3	4	4	20
21	4	4	5	5	4	3	25	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
23	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	20
24	3	3	4	4	5	4	23	3	3	4	5	4	19
25	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	5	5	25
26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	3	4	5	25	5	4	5	4	4	22
28	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	3	5	5	28	5	5	5	5	5	25
30	4	5	5	3	5	2	24	5	5	5	5	5	25
31	5	5	5	3	5	2	25	5	5	5	5	5	25
32	5	5	5	2	5	2	24	5	5	5	5	5	25
33	5	5	5	2	5	4	26	5	5	4	4	5	22
34	4	5	5	2	5	4	25	5	5	4	4	4	22
35	4	4	4	2	4	5	23	4	4	4	4	4	20
36	4	5	4	2	4	5	24	4	5	5	4	4	22
37	5	5	5	2	5	4	26	5	4	5	4	5	23
38	4	4	4	2	4	4	22	4	4	5	5	5	23
39	4	4	5	2	4	3	22	4	4	4	4	4	20
40	3	5	5	2	5	3	23	4	4	5	5	5	23
41	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	20
42	5	5	5	3	5	4	27	5	5	5	5	5	25
43	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	4	4	21
44	4	4	4	4	5	4	25	4	5	3	3	4	19
45	4	5	5	4	5	3	26	4	5	5	5	5	24
46	5	5	5	4	5	3	27	5	5	5	5	5	25
47	5	5	5	5	5	2	27	5	5	5	5	5	25
48	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	20
50	5	5	5	5	4	3	27	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	5	4	2	23	4	4	5	4	4	21
52	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	20
53	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
55	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	24
56	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	5	22
57	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
59	5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	5	5	23
62	5	5	5	5	5	4	29	4	4	5	4	4	21
63	4	5	4	5	4	3	25	5	4	4	4	4	21
64	4	4	5	4	4	3	24	4	4	5	5	4	22
65	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	25
66	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	25
67	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	21
68	3	5	3	4	5	4	24	5	3	4	4	4	20
69	4	4	2	4	3	4	21	2	5	4	3	5	19
70	4	4	4	4	4	2	22	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	4	4	3	23	5	4	4	5	4	22
72	3	3	4	4	4	4	22	3	4	5	4	3	19
73	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	20
75	4	5	5	3	5	5	27	4	5	4	5	5	23
76	5	5	5	3	5	4	27	5	5	5	5	5	25
77	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	4	4	20
78	4	5	4	2	5	3	23	3	4	4	5	4	20
79	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	21
80	5	5	3	3	4	5	25	5	4	4	4	4	21
81	5	4	3	3	4	3	22	4	5	5	5	5	24
82	4	3	3	4	4	4	22	5	3	4	4	5	21
83	4	4	4	1	5	5	23	4	4	4	4	5	21
84	4	4	4	2	5	5	24	3	4	4	4	4	19
85	5	5	5	2	5	5	27	5	5	5	5	5	25
86	5	4	5	2	5	4	25	3	3	5	5	3	19
87	4	5	5	2	5	3	24	4	5	5	5	5	24
88	4	4	4	2	4	2	20	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	2	3	2	22	5	5	5	3	3	21
90	4	4	3	3	4	2	20	3	4	3	4	3	17
91	5	5	5	5	5	3	28	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	4	4	4	27	5	4	4	4	4	21
93	5	5	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	20
94	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	25
95	5	5	5	4	5	5	29	4	4	5	4	5	22
96	4	5	5	5	4	5	28	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	4	5	29	4	5	4	5	4	22

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

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.



© Hak cipta dimiliki UIN Suska Riau
Sultan Syarif Kasim Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Skrripsi dengan judul **“Pengaruh Service Quality terhadap Customer Satisfaction pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah**

”, yang ditulis oleh:

Nama : MEITA ANGGRAINI
 NIM : 11920521079
 Program Studi : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 26 Juni 2023
 Waktu : 08.00 WIB
 Tempat : Gedung Dekanat FASIH

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

Pekanbaru, 7 Juli 2023

TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Jenita, SE., MM

Sekretaris
Syamsurizal, SE, M.Sc.Ak

Penguji I
Wali Saputra, SE.Ak., MA

Penguji II
Musnawati, SE.,M.Ak

Mengetahui:
 Kabag T.U
 Fakultas Syariah dan Hukum

Azmiati, S.Ag., M.Si
 NIP. 19721210 200003 2 003



Journal of Sharia and Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Pekanbaru-Riau
 Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052
<https://jom.uin-suska.ac.id/index.php/jurnalfsh>
 CP: 081268093970, 081371771449, 085225840274

Journal of Sharia and Law

SURAT KETERANGAN

Pengelola *Journal of Sharia and Law*, dengan ini menerangkan bahwa,

Nama Author : Meita Anggraini
 Email : meitaanggraini@gmail.com
 Judul Artikel : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Pembimbing :

Telah submit dan telah diterima (*accepted*) oleh pihak jurnal untuk diterbitkan pada *Journal of Sharia and Law* Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat ini kami buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pekanbaru, 15 Juni 2023
 An. Pimpinan Redaksi

Haniyah Lubis, S.e., M.P., Sy
 NIP. 198311072019032004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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 mass

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

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

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

كلية الشريعة والقانون

FACULTY OF SHARI'AH AND LAW

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

Nomor : Un.04/F.I/PP.00.9/3486/2023
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 05 April 2023

Kepada Yth.
Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Provinsi Riau

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

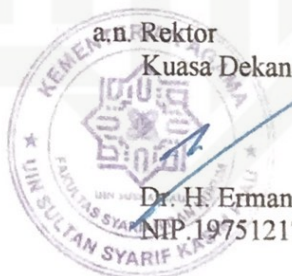
Disampaikan bahwa salah seorang mahasiswa Fakultas Syari'ah dan Hukum Universitas Sultan Syarif Kasim Riau :

Nama : MEITA ANGGRAINI
NIM : 11920521079
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : VIII (Delapan)
Lokasi : J&T Express Cabang Taluk Kuantan FHC3+FP2,
Jl. Proklamasi, Sungai Jering, Kec. Kuantan Tengah,
Kabupaten Kuantan Singingi, Riau 29566.

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah

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

Demikian disampaikan, terima kasih.



a.n. Rektor
Kuasa Dekan

Dr. H. Erman, M. Ag
NIP. 19751217 200112 1 003

Tembusan :
Rektor UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

**J&T EXPRESS TALUK KUANTAN**

Jl. Proklamasi, Sungai Jering, Kec. Kuantan Tengah, Kab Kuantan Singingi, Riau
29566, Telephone +627602520144

SURAT KETERANGAN

Sehubungan dengan surat dari Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, Nomor: 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISSET/55850, hal izin mengadakan penelitian tertanggal 05 April 2023, maka koordinator PT. J&T Express Cabang Taluk Kuantan dengan ini menerangkan nama mahasiswa di bawah ini:

Nama	: Meita Anggraini
NIM	: 11920521079
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Jenjang	: S1
Alamat	: Desa Seberang Pantai, Kec Kuantan Mudik, Kab Kuantan Singingi

Benar telah mengadakan Penelitian di PT. J&T Express Cabang Taluk Kuantan pada tanggal 5 April 2023 guna melengkapi data penyusunan Skripsi yang berjudul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Taluk Kuantan Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah”**.

Demikian Surat Keterangan di perbuat untuk dipergunakan seperlunya.

Taluk Kuantan, 29 April 2023

Hormat Kami,

NOVRI S. Pi

**Koordinator PT. J&T Express
Cabang Taluk Kuantan**



REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPSTP/NON IZIN-RISET/55850
 TENTANG



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

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F.1/PP.00.9/3486/2023 Tanggal 5 April 2023**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

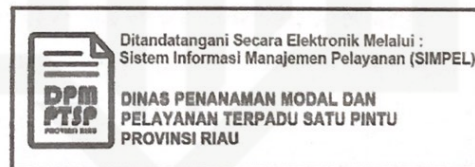
- | | |
|----------------------|--|
| 1. Nama | : MEITA ANGGRAINI |
| 2. NIM / KTP | : 11920521079 |
| 3. Program Studi | : EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA PENGIRIMAN BARANG J&T EXPRESS CABANG TALUK KUANTAN DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : J&T EXPRESS CABANG TALUK KUANTAN FHC3+FP2, JL. PROKLAMASI, SUNGAI JERING, KEC. KUANTAN TENGAH, KABUPATEN KUANTAN SINGINGI, RIAU 29566. |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 26 April 2023



Tembusan :
Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Bupati Kuantan Singingi
3. Up. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Telukkuantan
4. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

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

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh 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.

**BIOGRAFI PENULIS**

Nama lengkap penulis adalah Meita Anggraini. Lahir di Lubuk Jambi pada tanggal 29 Mei 2001, merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Sukardiman dan Ibu Heldawati. Kakak Nindy Yulia Ningsih Penulis bertempat tinggal di Kampung Seberang Pantai, Kecamatan Kuantan Mudik, Kabupaten Kuantan Singingi, Provinsi Riau. Adapun jenjang pendidikan yang selama ini penulis tempuh yakni Sekolah Dasar di SDN 018 Rantau Sialang Kecamatan Kuantan Mudik, kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama di MTs. T Koto Lubuk, lalu melanjutkan ke jenjang Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Kuantan Mudik

Pada tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum. Selama masa Perkuliahan, penulis melaksanakan program Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Kantor BPJS Ketenagakerjaan Cabang Pekanbaru Panam. Selain itu penulis mengikuti program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pebaun Hulu, Kecamatan Kuantan Mudik Kabupaten Kuantan Singingi.

Penulis melakukan seminar proposal pada tanggal 14 Desember 2022 dan melaksanakan ujian munaqasyah pada tanggal 26 Juni 2023 dengan judul skripsi **“Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Pada Jasa Pengiriman Barang J&T Express Cabang Teluk Kuantan Ditinjau Menurut ‘Perspektif Ekonomi Syariah’**” dan dinyatakan Lulus dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E).