



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

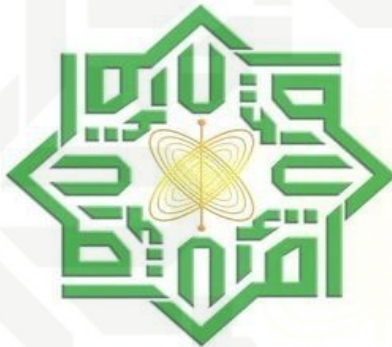
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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.

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT KONSUMEN KHADIJA BEAUTY SPA DURI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi kewajiban dan syarat
guna meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Fakultas Syariah dan Hukum



UIN SUSKA RIAU

Oleh:

HANDINI PRADILA

NIM. 12120525000

PROGRAM STUDI S1 EKONOMI SYARI'AH

FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1447 H/2025



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah**”,
yang ditulis oleh:

Nama : Handini Pradila
NIM : 12120525000
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, 29 Oktober 2025

Pembimbing 1


Dr. Jenita, SE., MM
NIP. 196501262014112001

Pembimbing 2


Dr. Darmawan Tia Indraajaya, M.Ag
NIP. 197209012005011005

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Sultan Syarif Kasim 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.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT KONSUMEN KHADIJA BEAUTY SPA DURI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

NAMA : Handini Pradila
 NIM : 12120525000
 PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 18 Desember 2025
 Waktu : 13.00 WIB s/d selesai
 Tempat : Ruang Munaqasyah

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

Pekanbaru, 18 Desember 2025
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua
Dr. Zuraidah, S.Ag, M.Ag
 197108131996032001

Sekretaris
Desi Devrika Devra, S.HI, M.Si
 197312271994022001

Penguji I
H. Syamsudin Muir, Lc, MA
 197009042014111004

Penguji II
Aldhol Rinaldi, SE, M.Ec
 197906042014111001

Mengetahui
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. H. Maghfirah, M.A
 NIP. 197410252003121002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Handini Pradila
NIM : 12120525000
Tempat/ Tgl. Lahir : Duri, 25 Mei 2003
Fakultas : Fakultas Syari'ah dan Hukum
Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul Skripsi :
"Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah."

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 skripsi 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 perundang-undangan.

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

Pekanbaru, 10 November 2025

Yang membuat pernyataan



Handini Pradila

NIM : 12120525000

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

Handini Pradila, (2025): Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kebutuhan muslimah terhadap layanan kecantikan yang tidak hanya berkualitas secara teknis, tetapi juga sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kehadiran Khadija Beauty SPA Duri sebagai salah satu SPA muslimah di Kabupaten Bengkalis menjadi fenomena menarik, karena mengusung konsep pelayanan Islami yang menekankan nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, kesopanan, dan penggunaan produk halal.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Menganalisis pengaruh persepsi kualitas pelayanan Islami terhadap minat konsumen Khadija Beauty SPA Duri, dan (2) Meninjau hasil penelitian tersebut dalam perspektif ekonomi syariah.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yaitu mengkaji hubungan antara variabel independen (persepsi kualitas pelayanan Islami) dan variabel dependen (minat konsumen). Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik purposive sampling terhadap 91 responden konsumen muslimah Khadija Beauty SPA Duri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai t hitung $7,307 > t$ tabel $1,986$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, serta persamaan regresi $Y = 15,949 + 0,394X$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar $0,375$ menunjukkan bahwa $37,5\%$ variasi minat konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan Islami, sedangkan $62,5\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Dalam perspektif ekonomi syariah berbasis Model CARTER, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan kualitas pelayanan Islami yang mencakup kepatuhan (*Compliance*), jaminan kejujuran dan amanah (*Assurance*), konsistensi pelayanan yang dapat dipercaya (*Reliability*), kesesuaian fasilitas serta lingkungan layanan yang mencerminkan nilai etika Islami (*Tangibles*), kepedulian pihak penyedia jasa terhadap kebutuhan konsumen secara empatik (*Empathy*), serta ketanggapan dalam memberikan pelayanan yang tidak memberatkan dan tetap berada dalam koridor halal (*Responsiveness*), mampu membentuk rasa percaya, kenyamanan, dan kepuasan baik secara material maupun spiritual bagi konsumen. Dengan demikian, peningkatan kualitas pelayanan Islami berdasarkan dimensi CARTER tidak hanya meningkatkan minat konsumen, tetapi juga mencerminkan penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas usaha jasa modern yang berlandaskan tanggung jawab, keberkahan, dan etika bermuamalah.

Kata Kunci: *Persepsi Kualitas Pelayanan Islami, Minat Konsumen, Ekonomi Syariah, Model CARTER, Khadija Beauty Spa Duri*



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillahirabbil 'alamin, segala puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT KONSUMEN KHADIJA BEAUTY SPA DURI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARI'AH”**. Shalawat dan Salam senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW dengan mengucapkan *Allahumma Shalli 'ala Muhammad Wa'ala ali Muhammad* yang telah membawa manusia dari alam jahiliyah kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat sekarang ini. Dalam pengerjaan skripsi ini telah di susun agar menjadi sempurna. Namun, penulis menyadari bahwa 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.

Untuk itu pada kesempatan yang baik ini, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Teristimewa untuk cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Metrizar dan pintu surgaku Ibunda Rosna Leni. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan. Beliau memang tidak sempat merasakan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pendidikan bangku perkuliahan, namun mereka mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian dan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai meraih gelar sarjana. Terkhusus Untuk Abang Kandung Irsyad Wahyudi Terimakasih telah menjadi sosok panutan yang tetap hadir sebagai tempat bertanya memberikan arahan yang baik untuk adiknya serta selalu mendukung proses ini. Kakak ipar Geovany Alfaretha Terimakasih atas ketulusan yang selalu terpancar dalam setiap sapaan, do'a dan dukungan yang diberikan. Keponakan Khalisa Aiza Rizqiana Alfaretha, Terimakasih sayang karena telah hadir sebagai penyemangat yang begitu manis dalam perjalanan ini. Kebersamaan kalian adalah anugerah yang menguatkan dalam diam. Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan serta kasih sayang kalian dengan keberkahan yang tak berujung.

2. Ibuk Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.SI, AK, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Prof. H. Raihani, M.Ed.,Ph.D, selaku rektor I, Bapak Dr. Alex Wenda, ST., M.Eng, selaku wakil rektor II, dan Bapak Dr. Harris Simaremare, M.T, selaku wakil rektor III, yang berjasa memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau.
3. Bapak Dr. H. Maghfirah, M.A selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Bapak Dr. Muhammad Darwis, S.HI, MH selaku Wakil Dekan I, ibu Dr. Nurnasrina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II dan Bapak Dr. M. Alpi Syahri, SH., MH



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

selaku Wakil Dekan III yang bersedia mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi.

4. Bapak Syamsurizal, SE, M.Sc, Ak selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak Zilal Afwa Ajidin, SE, MA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah UIN SUSKA RIAU.
5. Bapak Dr. H. Helmi Basri, Lc, MA selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing, mengarahkan dan memberikan nasehat kepada penulis selama menempuh perkuliahan.
6. Ibuk Dr.Jenita,.MM selaku dosen Pembimbing I Skripsi, dan Bapak Dr.Darmawan Tia Indrajaya M.Ag Selaku dosen Pembimbing II skripsi, penulis ucapkan terimakasih atas segala bimbingan dan arahan serta meluangkan waktunya untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama duduk dibangku perkuliahan. Segenap karyawan dan tata usaha Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu penulis dalam segala hal dan urusan di kampus.
8. Kepada pemilik usaha Khadija Beauty SPA Duri dan seluruh karyawan yang sudah bersedia memberi izin, bantuan, dan bekerja sama selama penelitian berlangsung. Serta seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.



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.

9. Pihak perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau selaku pihak yang telah menyediakan referensi berupa buku, jurnal dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini.

10. Terimakasih kepada Yulia irnanda Sari, Maroli Siregar, SE, Oktavia Mila Darnita, SE selaku sahabat dan teman-teman seperjuangan kelas A Ekonomi Syari'ah angkatan 2021 yang telah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dengan pahala yang berlipat ganda.

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 Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pekanbaru, 1 Januari 2026
Penulis,

HANDINI PRADILA
NIM. 12120525000



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Batasan Penelitian	9
C. Rumusan Masalah Penelitian	9
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
E. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. Kerangka Teori.....	13
1. Persepsi	13
2. Kualitas Pelayanan	17
3. Pelayanan Islami	23
4. Minat Konsumen	34
5. Ekonomi Syariah.....	42
B. Penelitian Terdahulu	44
C. Kerangka Pemikiran.....	46
D. Hipotesis.....	49
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Desain Penelitian.....	51
B. Lokasi Penelitian	52
C. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	53
D. Subjek Dan Objek Penelitian	56
1. Subjek Penelitian.....	56
2. Objek Penelitian	57
E. Populasi Dan Sampel Penelitian	57
F. Sumber Data.....	61

BAB IV

G. Teknik Pengumpulan Data	62
H. Teknik Pengolahan Data	64
1. Uji Deskriptif.....	65
2. Uji Instrumen Penelitian.....	65
3. Uji Reliabilitas.....	66
4. Uji Asumsi Klasik	66
I. Teknik Analisis Data	68
1. Regresi Linear Sederhana.....	68
2. Uji Hipotesis.....	69
J. Teknik Penulisan	70
K. Definisi Operasional Variabel Dan Indikator.....	71
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	73
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	73
B. Hasil Penelitian	87
1. Karakteristik Responden	87
2. Uji Deskriptif.....	91
3. Uji Instrumen Penelitian.....	92
4. Uji Asumsi Klasik	95
5. Uji Regresi Linear Sederhana.....	99
6. Uji t.....	100
7. Uji R ²	101
C. Pembahasan.....	103
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri	103
2. Kualitas Pelayanan dan Minat Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	111
A. Kesimpulan.....	111
B. Saran.....	112
DAFTAR PUSTAKA	114
LAMPIRAN	

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 2.1 Penelitian Terdahulu	44
Tabel 3.1 Skala Penilaian	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel Dan Indikator	71
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	87
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	89
Tabel 4.3 Uji Deskriptif	91
Tabel 4.4 Uji Validitas	93
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas	94
Tabel 4.6 Uji Kolmogrov-Smirnov	97
Tabel 4.7 Uji Regresi Linear Sederhana	99
Tabel 4.8 Uji T	101
Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	102

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	46
Gambar 4.1 Grafik Histogram.....	95
Gambar 4.2 Normal Probability Plot	96
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas	98



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri jasa kecantikan di Indonesia dalam dua dekade terakhir mengalami peningkatan yang sangat pesat. Sektor skincare dan layanan personal care misalnya, dilaporkan mengalami pertumbuhan dan nilai pasar yang cukup besar, yang mencerminkan besarnya peluang usaha di bidang jasa kecantikan.¹ Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha salon, spa, dan klinik kecantikan yang hadir di berbagai daerah, tidak hanya di kota besar tetapi juga di kota menengah hingga kecil. Fenomena ini mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat, terutama kaum perempuan, terhadap pentingnya perawatan tubuh, kesehatan, dan penampilan. Kebutuhan perawatan kini tidak lagi dianggap sekunder, melainkan sudah menjadi kebutuhan primer karena terkait dengan kepercayaan diri, interaksi sosial, dan profesionalisme kerja. Tren ini juga membuka peluang bagi munculnya segmen konsumen dengan kebutuhan khusus, salah satunya adalah konsumen muslimah.

Seiring dengan hal tersebut, muncul kebutuhan khusus dari konsumen muslimah yang tidak hanya menginginkan layanan kecantikan berkualitas, tetapi juga sesuai dengan prinsip syariah. Mereka lebih selektif dalam memilih jasa dan produk, dengan mempertimbangkan aspek keislaman seperti penggunaan produk halal, penampilan pegawai yang sopan, fasilitas yang nyaman serta sikap ramah dan jujur dalam pelayanan. Dengan demikian,

¹Laporan/berita tentang pasar kecantikan: “Pendapatan Industri Kecantikan dan Perawatan Pribadi Indonesia Capai US\$8,09 Miliar”, Kontan, 22 Juli 2023. Tautan: <https://industri.kontan.co.id/news/pendapatan-industri-kecantikan-indonesia-capai-us809-miliar>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Konsumen muslimah menuntut kualitas pelayanan yang tidak hanya profesional, tetapi juga Islami. Perkembangan tersebut tidak hanya menunjukkan peningkatan permintaan, tetapi juga mencerminkan keragaman kebutuhan konsumen, khususnya konsumen muslimah yang memiliki preferensi berbeda dari pasar umum.

Bersamaan dengan pertumbuhan pasar, muncul kecenderungan segmen konsumen muslimah yang menuntut layanan kecantikan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kebutuhan tersebut meliputi aspek kehalalan produk, privasi (misalnya ruang terpisah dan tenaga terapis wanita), serta sikap pelayanan yang menjaga kesopanan dan etika Islami. Studi-studi lapangan di beberapa kota menunjukkan bahwa praktik spa/salon yang mengadopsi standar halal seperti pemisahan ruang perawatan berdasarkan gender, penggunaan produk bersertifikat halal, dan fasilitas pendukung ibadah semakin banyak ditemui dan menjadi salah satu pertimbangan konsumen muslimah dalam memilih layanan kecantikan.² Dengan kata lain, kualitas pelayanan yang profesional perlu dipadukan dengan kualitas pelayanan Islami agar mampu menjawab kebutuhan tersebut.

Kualitas pelayanan Islami sendiri pada dasarnya merupakan pengembangan dari teori kualitas pelayanan (*service quality*) yang banyak digunakan dalam literatur pemasaran. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan mencakup lima dimensi utama, yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati

² Prilly A Rizqa dkk, "Implementasi Konsep Pariwisata SPA Halal pada Salon dan SPA di Kota Padang, TAMASYA" dalam *Jurnal Pariwisata Indonesia* Vol.1 No.3 h.4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

(*empathy*).³ Dalam perspektif Islam, dimensi-dimensi tersebut perlu ditambahkan dengan nilai-nilai Islami, seperti kejujuran (*shidq*), amanah, keadilan, kesopanan (*haya*'), serta kepatuhan terhadap hukum halal dan haram. Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami bukan hanya menekankan pada kepuasan lahiriah, tetapi juga pada ketenangan batin konsumen karena merasa dilayani sesuai ajaran agama, trend pasar juga mendukung lahirnya kebutuhan ini. Model CARTER hadir sebagai pengembangan dari ServQual, dengan menambahkan aspek compliance atau kepatuhan syariah. Model ini relevan untuk menilai kualitas layanan jasa Islami, termasuk layanan SPA muslimah.

Provinsi Riau adalah daerah dengan mayoritas penduduk muslim. Berdasarkan data dari Kementerian Agama, pada tahun 2023 penduduk Riau yang beragama Islam mencapai 5.973.722 jiwa dari total sekitar 6.861.237 jiwa penduduk provinsi ini, atau sekitar 87%.⁴ Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen di Riau berpotensi besar untuk memilih layanan SPA Islami disbanding SPA konvensional.

Namun demikian, meskipun ada potensi pasar yang besar banyak SPA atau layanan kecantikan yang belum sepenuhnya menerapkan standar pelayanan Islami sehingga mungkin tidak memenuhi ekspektasi konsumen muslim. Misalnya aspek privasi, gender konselor / therapist, penggunaan produk halal, suasana yang menenangkan dari perspektif Islam, dan sebagainya.

³ Fahrur Rosi dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Mutawazin" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 4, No. 2, (2023), h. 72-79.

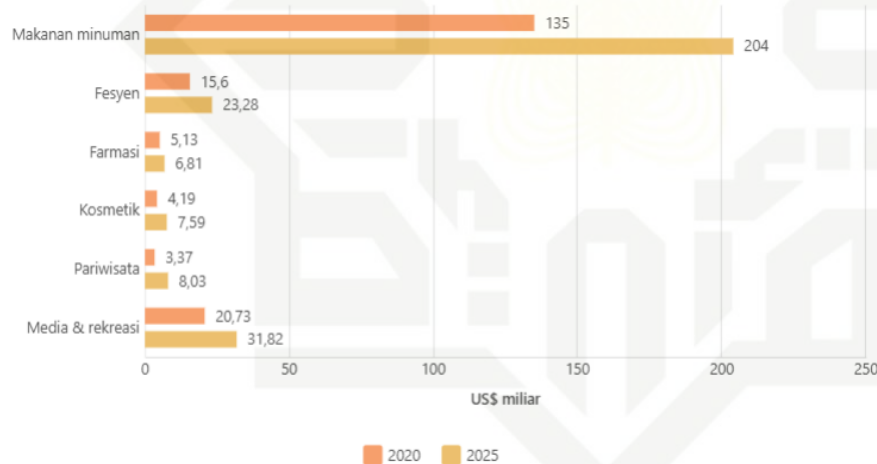
⁴ Jumlah Penduduk Menurut Agama di Riau," Kementerian Agama (Satu Data Kemenag), dataset "jumlah penduduk menurut agama", Data Tahun 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Konsumsi produk dan layanan halal domestik diperkirakan akan tumbuh dari sekitar US\$ 184 miliar pada tahun 2020 menjadi US\$ 281,6 miliar pada tahun 2025, meningkat sekitar 14,96 %. Angka ini mencerminkan potensi besar pasar halal di negeri dengan populasi muslim terbesar di dunia. Rata-rata pertumbuhan sekitar 14,96% dalam periode lima tahun ini mencerminkan adanya peluang besar dalam industri halal di Indonesia, negara dengan populasi muslim terbesar di dunia. Pertumbuhan ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk dan jasa yang sesuai nilai-nilai Islam terus meningkat, termasuk di sektor jasa kecantikan Islami.⁵

Gambar 1.1
Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor Tahun 2020 dan 2025



Sumber: Databoks Katadata.co.id (2022), diolah dari Global Islamic Economic Report 2020/2021, DinarStandard.

Dari grafik tersebut terlihat bahwa konsumsi produk halal di Indonesia meningkat signifikan di berbagai sektor pada tahun 2025 dibandingkan tahun 2020. Sektor makanan dan minuman menjadi penyumbang terbesar dengan

⁵ Bank Indonesia, BI: *Konsumsi produk halal RI bakal tumbuh mencapai 281,6 miliar dollar AS pada tahun 2025*. Antara News / Kompas, 14 Maret 2022.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

nilai US\$ 204 miliar , diikuti oleh sektor fesyen (US\$ 23,28 miliar), media dan rekreasi (US\$ 31,82 miliar), serta sektor kosmetik (US\$ 7,59 miliar) yang menunjukkan tren pertumbuhan yang cukup tinggi.⁶

Pertumbuhan pada sektor kosmetik halal ini menggambarkan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga menjadi peluang besar bagi pelaku usaha seperti Khadija Beauty SPA Duri dalam mengembangkan layanan kecantikan berbasis nilai-nilai Islam.

Kesadaran konsumen muslim akan aspek kehalalan selain menjadi pertimbangan utama dalam produk makanan dan minuman, juga mulai merambah ke produk non- makanan dan layanan. Berdasarkan survei Populix tahun 2023, dari 1.014 responden muslim berusia 17-55 tahun di Indonesia, sekitar **75%** menyatakan mereka merasa aman dengan produk apabila terdapat logo halal, dan **63%** menyatakan bahwa logo halal memberi jaminan mutu produk. Survei ini juga menemukan bahwa aspek seperti memiliki logo halal (83%), informasi kandungan produk jelas (80%), dan bahwa produk mampu memenuhi kebutuhan (75%) menjadi faktor pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk.⁷ Fakta ini memperlihatkan bahwa aspek syariah tidak lagi sekadar tambahan, tetapi sudah menjadi faktor penting dalam membentuk minat konsumen.

⁶ Katadata. (2022, 15 Maret). *Nilai Konsumsi Produk Halal Indonesia per Sektor (2020 & 2025)*. kotak data. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id>

⁷ Survei Populix: Logo Halal Jadi Pertimbangan Penting Konsumen Muslim di Indonesia, Terlebih Saat Ramadan. Tempo.co, 18 April 2023.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Di sisi lain, minat konsumen merupakan faktor penting yang menentukan keberlanjutan sebuah usaha jasa. Minat konsumen dapat diartikan sebagai kecenderungan hati atau dorongan psikologis seseorang untuk memilih suatu produk atau jasa yang dianggap sesuai dengan kebutuhannya. Ferdinand (2014) menyebutkan bahwa minat beli terdiri dari beberapa indikator, seperti minat transaksional (keinginan untuk membeli), minat referensial (kecenderungan merekomendasikan kepada orang lain), minat preferensial (menjadikan produk sebagai pilihan utama), dan minat eksploratif (keinginan mencari informasi lebih lanjut).⁸ Jika konsumen merasa puas terhadap kualitas pelayanan Islami, maka besar kemungkinan minat mereka untuk menggunakan kembali jasa tersebut akan meningkat.

Beberapa penelitian telah menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan minat konsumen. Dinaratu & Muttaqin (2022), misalnya, menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat mahasiswa untuk menjadi nasabah bank syariah. Penelitian lain yang dilakukan oleh Masturah dkk. (2022) di Banda Aceh juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami pada salon muslimah berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, meskipun terdapat beberapa dimensi yang tidak signifikan. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara pelayanan Islami dan minat atau kepuasan konsumen bersifat kontekstual, sehingga penting untuk diteliti di berbagai sektor, termasuk spa muslimah.

⁸ A. T. Ferdinand, *Teori perilaku & minat konsumen Metode Penelitian Manajemen* (UNDIP 2020), dan P. Kotler & K. L. Keller, *Marketing Management* h.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 milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifuddin Kasim Riau

Penelitian dari Mutawazin yaitu Jurnal Ekonomi Syariah juga membuktikan bahwa kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.⁹ Kepuasan ini dalam banyak penelitian seringkali menjadi mediator atau indikator awal dari minat konsumen. Dengan kata lain, apabila konsumen puas dengan pelayanan yang Islami, kemungkinan besar minat mereka untuk menggunakan kembali layanan, merekomendasikan kepada orang lain, atau menjadi konsumen tetap akan meningkat.

Dari perspektif ekonomi syari'ah, pelayanan bukan sekadar transaksi komersial. Ekonomi syariah menuntut bahwa setiap aspek pelayanan harus memenuhi prinsip keadilan, amanah, halal, dan maslahat (kemaslahatan umum). Salah satu jurnal yang menjelaskan definisi, konsep, dan manfaat ekonomi syariah menyebut bahwa sistem ekonomi syariah harus dijalankan berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam seperti tidak ada riba, tidak ada unsur penipuan atau gharar, dan memperhatikan kesejahteraan umat. Maka, layanan SPA yang mengklaim Islami harus dapat menunjukkan bahwa kualitasnya sesuai syariah tidak hanya secara formal.¹⁰

Khadija Beauty SPA Duri merupakan salah satu usaha jasa spa yang menawarkan konsep Islami kepada konsumennya. Konsep Islami ini dapat dilihat dari suasana yang dibangun, penggunaan produk halal, hingga pelayanan yang sesuai dengan syariah. SPA ini menekankan aspek privasi bagi

⁹ Fahrur Rosi dkk, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Mutawazin" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol.4 No.2 h.18

¹⁰ Andre Syah Nandra dkk, "Ekonomi Syariah: Definisi, Konsep dan Manfaat" dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah*, STAIN Bengkalis Vol.3 No.2 h.7

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Konsumen muslimah serta penggunaan produk-produk kecantikan halal. Kehadiran Khadija Beauty SPA mencerminkan adanya kebutuhan nyata masyarakat muslimah di Duri akan layanan SPA yang tidak hanya memperhatikan kualitas pelayanan secara umum, tetapi juga menekankan dimensi spiritual dan kesesuaian syariah. SPA ini diharapkan dapat menjadi solusi bagi muslimah di wilayah Duri yang ingin tetap melakukan perawatan tubuh tanpa khawatir melanggar aturan agama.

Namun demikian, hingga saat ini belum ada penelitian yang mengkaji bagaimana kualitas pelayanan Islami yang diterapkan di Khadija Beauty SPA Duri benar-benar berpengaruh terhadap minat konsumen. Meskipun fenomena SPA muslimah semakin berkembang, penelitian mengenai kualitas pelayanan Islami pada sektor ini masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak menyoroti aspek kualitas pelayanan Islami pada sektor perbankan syariah, lembaga keuangan, maupun pada produk halal seperti kosmetik dan makanan. Penelitian yang secara spesifik menghubungkan kualitas pelayanan Islami dengan minat konsumen pada SPA muslimah, khususnya di daerah, masih jarang ditemukan.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri dalam Perspektif Ekonomi Syariah.”***

B. Batasan Masalah

1. Batasan Lokasi

Penelitian ini dilakukan di Khadija Beaty SPA Duri, yaitu salah satu usaha jasa perawatan kecantikan yang berlokasi di Kota Duri, Riau sehingga hasil penelitian hanya merepresentasikan preferensi dan minat masyarakat di daerah tersebut.

2. Batasan Responden

Responden penelitian ini adalah konsumen Khadija Beaty SPA Duri yang pernah menggunakan layanan minimal satu kali. Hal ini dimaksudkan agar responden benar-benar memiliki pengalaman langsung dengan pelayanan yang diberikan.

3. Batasan Variabel

- a. Variabel Independen: Kualitas Pelayanan Islami
- b. Variabel dependen: Minat Konsumen

4. Batasan Perspektif

Penelitian ini menggunakan perspektif ekonomi syariah sebagai dasar menilai kualitas pelayanan islami dan minat konsumen berdasarkan prinsip-prinsip syari'ah seperti keadilan, kejujuran, amanah, serta maqasid al-syari'ah.

C. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat penulis jelaskan rumusan masalah sebagai berikut.

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.

1. Bagaimana Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Pada Khadija Beauty SPA Duri?
2. Bagaimana Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri Dalam Memilih Layanan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Islami?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian:
 - a) Menjelaskan Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Pada Khadija Beauty SPA Duri.
 - b) Menjelaskan Tinjauan Ekonomi Syariah Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri Dalam Memilih Layanan Berdasarkan Kualitas Pelayanan Islami.
2. Manfaat Penelitian
 - a) Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pemahaman dan wawasan yang mendalam kepada penulis mengenai pentingnya kualitas pelayanan islami dalam meningkatkan minat konsumen dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi pada program yang penulis tempuh.
 - b) Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi kalangan akademis terkait dengan pengaruh pelayanan islami terhadap minat konsumen dalam perspektif ekonomi syari'ah.

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

Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak seperti memberikan masukan bagi pengelola Khadija Beauty SPA Duri dalam meningkatkan kualitas pelayanan sesuai prinsip-prinsip syari'ah. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk memahami minat dan kebutuhan konsumen sehingga dapat meningkatkan loyalitas dan daya saing usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi pelaku usaha jasa lain untuk menerapkan pelayanan berbasis nilai islami dalam rangka memperoleh keberkahan dan kepuasan konsumen.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah urutan yang jelas dan rinci mengenai bagaimana suatu penelitian dilakukan, termasuk langkah-langkah yang diperlukan untuk memahami penelitian tersebut yaitu :

- | | |
|---------|--|
| Bab I | Pendahuluan berisi beberapa bagian yakni latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian ,tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan |
| Bab II | Kerangka teori/landasan teori terdiri dari beberapa subbab di antaranya ialah pustaka/ literature review, kerangka teori/landasan teori, hipotesis, serta kerangka berpikir |
| Bab III | Metode penelitian, menyampaikan beberapa sub bab antra lain yakni: desain penelitian, lokasi penelitian, waktu pelaksanaan penelitian , objek penelitian, populasi penelitian dan sampel , sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional variable, instrument penelitian, dan teknik analisis data. |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Bab IV Analisis data dan pembahasan, menjabarkan tentang gambaran umum subjek penelitian serta hasil penelitian dan pembahasan.

Bab V Penutup, memaparkan kesimpulan perihal hasil penelitian serta mengenai saran yang diberikan hasil penelitian bagi pihak pihak yang berkaitan.



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

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teoritis

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi merupakan salah satu aspek psikologis yang memiliki peranan penting dalam diri manusia ketika merespon berbagai fenomena dan rangsangan yang muncul di lingkungannya. Konsep persepsi memiliki cakupan yang luas karena melibatkan faktor internal maupun eksternal individu. Para ahli memberikan definisi yang beragam mengenai persepsi, namun pada dasarnya memiliki substansi makna yang sama. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, persepsi diartikan sebagai tanggapan atau penerimaan langsung terhadap suatu objek melalui proses pengenalan yang diperoleh dari panca indera.

Konsep persepsi yang dikemukakan Rakhmat menyatakan bahwa, Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan yang diperoleh dengan mengumpulkan informasi dan penafsiran pesan. Selanjutnya persepsi merupakan proses pengorganisasian dan interpretasi seseorang terhadap apa yang diterimanya untuk memberi arti terhadap lingkungannya.

Menurut P. Robbins dan Timothy, dalam buku *Perilaku Organisasi*, pengertian persepsi adalah proses di mana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

memberikan arti bagi lingkungan mereka. Namun, apa yang diterima seseorang pada dasarnya bisa berbeda dari realitas objektif. Oleh karena itu, setiap individu mempunyai stimulus yang saling berbeda meskipun objeknya sama, Cara pandang melihat situasi ini cenderung lebih penting daripada situasi itu sendiri.¹¹

Sugihartono menjelaskan bahwa persepsi merupakan kemampuan otak dalam mengolah dan menerjemahkan stimulus yang diterima oleh alat indera manusia. Dengan demikian, perbedaan pengalaman, cara pandang, serta kondisi psikologis individu dapat menyebabkan setiap orang memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama, baik dalam bentuk persepsi positif maupun negatif, yang pada akhirnya akan mempengaruhi sikap dan tindakan yang tampak dalam perilaku manusia.

Sementara itu, Walgito (2008) menyatakan bahwa persepsi adalah proses pengorganisasian dan penafsiran stimulus sehingga menjadi sesuatu yang bermakna bagi individu, serta merupakan aktivitas yang menyatu dalam diri manusia. Respons yang muncul sebagai hasil persepsi dapat berbeda-beda, bergantung pada fokus perhatian dan pengalaman individu. Oleh karena itu, perbedaan perasaan, kemampuan berpikir, serta latar belakang pengalaman menyebabkan hasil persepsi tidak selalu sama antara satu individu dengan individu lainnya. Dengan kata lain, seseorang dapat memaknai

¹¹ Fitri Jayanti, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Layanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo" dalam *Jurnal Kompetensi* Vol 12, No 2, Oktober 2022 h.210

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

objek atau pengalaman layanan dengan cara yang berbeda, termasuk dalam menilai kualitas pelayanan islami yang diterimanya, yang kemudian dapat mempengaruhi minatnya untuk menggunakan suatu jasa.

b. Proses Persepsi

Menurut Miftah Toha (2008), persepsi terbentuk melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah munculnya stimulus atau rangsangan dari lingkungan yang diterima oleh seseorang. Setelah itu, masuk ke tahap registrasi, yaitu proses ketika rangsangan tersebut diterima melalui alat indera seperti mata dan telinga, kemudian dicatat oleh otak sebagai informasi. Tahap berikutnya adalah interpretasi, yaitu proses berpikir untuk memberi makna atau penafsiran terhadap stimulus yang diterima. Proses interpretasi ini dipengaruhi oleh motivasi, pengalaman, dan kepribadian seseorang.

Sejalan dengan hal tersebut, proses persepsi juga digambarkan melalui beberapa langkah, yaitu:¹²

- 1) Tahap masukan, Pada tahap ini, konsumen mulai menangkap berbagai bentuk informasi mengenai suatu objek, misalnya pelayanan yang diberikan oleh sebuah lembaga jasa. Stimulus tersebut dapat berupa cara karyawan menyapa, suasana ruangan, sikap ramah, nilai keislaman yang ditampilkan, maupun proses pelayanan yang diterima. Dalam konteks

¹² Ibid hlm.214

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

penelitian ini, tahap masukan terjadi ketika konsumen mengalami secara langsung pelayanan Islami di Khadija Beauty SPA, kemudian informasi tersebut masuk ke dalam sistem kognitifnya sebagai bahan pembentukan persepsi awal. Artinya, persepsi tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi melalui proses penerimaan stimulus yang kemudian diproses oleh individu.

- 2) Tahap selektivitas, yaitu individu tidak serta-merta memperhatikan seluruh stimulus yang diterima, melainkan hanya memilih rangsangan yang dianggap paling penting, relevan, atau bermakna bagi dirinya. Proses ini dipengaruhi oleh kebutuhan, pengalaman sebelumnya, motivasi pribadi, serta harapan yang dimiliki seseorang terhadap objek yang dipersepsikan.
- 3) Tahap penutupan, proses ketika individu berupaya melengkapi informasi yang belum jelas atau belum lengkap dengan cara menggunakan pengalaman, pengetahuan, dan asumsi yang dimilikinya. Pada fase ini, otak menyusun kembali potongan-potongan informasi menjadi suatu gambaran yang utuh sehingga dapat dipahami secara menyeluruh.
- 4) Tahap konteks, yaitu persepsi dipahami dalam situasi tertentu yang dipengaruhi oleh kondisi fisik, emosional, dan lingkungan sosial.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan (*customer service*) pada dasarnya merupakan segala bentuk aktivitas yang ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut R.A. Supriyono, pelayanan adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menimbulkan kesan tertentu bagi mereka. Pelayanan yang baik akan membuat konsumen merasa puas, sehingga pelayanan menjadi aspek penting dalam menarik minat konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sementara itu, definisi lain menjelaskan bahwa pelayanan atau service adalah setiap bentuk aktivitas atau manfaat yang diberikan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud, tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan, dan proses produksinya dapat terkait atau tidak terkait dengan suatu produk fisik.¹³

Menurut Kotler, pelayanan adalah setiap tindakan atau aktivitas yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang sifatnya tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan. Sementara itu, Fandy Tjiptono menjelaskan bahwa pelayanan dapat dipahami sebagai suatu sistem yang terdiri dari dua bagian utama, yaitu service operations yang bekerja di balik layar dan biasanya tidak terlihat oleh pelanggan (*back office*), serta *service delivery* yang tampak langsung

¹³ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Jawa Timur: Unitomo Press, 2019), h.57

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

dan dirasakan oleh pelanggan (*front office*). Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa di dalam pelayanan selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pihak produsen, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Pelayanan bukan suatu barang, melainkan suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.¹⁴

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Istilah kualitas pada dasarnya tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan karakteristik dan spesifikasinya. Banyak pakar dari berbagai perspektif mencoba menjelaskan mengenai kualitas. Goetsch dan Davis, menjelaskan kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.¹⁵

Berdasarkan perspektif ini, kualitas tidak hanya menekankan pada aspek hasil akhir yang diterima oleh pelanggan, melainkan juga mencakup keseluruhan proses yang berlangsung dalam aktivitas pelayanan, termasuk kualitas sumber daya manusia, sistem dan prosedur kerja, serta lingkungan fisik maupun nonfisik yang mendukung terciptanya pelayanan yang optimal. Kualitas pelayanan

¹⁴ Ricka Handayani, *Manajemen Pelayanan Dalam Perspektif Islam* (Bogor: BYPASS, 2023) h.123

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi, 2014) h.59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menjadi faktor penting karena berhubungan erat dengan tingkat kepuasan pelanggan, di mana pelayanan yang berkualitas mampu memenuhi harapan, kebutuhan, serta keinginan pelanggan secara konsisten. Kepuasan yang dirasakan pelanggan tersebut kemudian membentuk persepsi positif terhadap perusahaan atau tempat usaha. Selain itu, kualitas juga berperan sebagai pendorong utama bagi pelanggan untuk menjalin hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan, karena pelanggan cenderung mempertahankan loyalitasnya kepada perusahaan yang mampu memberikan pelayanan secara profesional, nyaman, dan dapat dipercaya. Dalam jangka panjang, hubungan yang terjalin ini tidak hanya menguntungkan pelanggan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam menjaga keberlangsungan dan daya saing usaha.¹⁶

Kata “*kualitas*” mengandung berbagai definisi dan makna karena setiap individu dapat mengartikannya secara berbeda-beda sesuai dengan sudut pandang dan pengalaman masing-masing. Kualitas dapat dimaknai sebagai tingkat kesesuaian suatu produk atau jasa dengan persyaratan atau tuntutan yang telah ditetapkan, serta sebagai kecocokan produk atau jasa tersebut untuk digunakan sebagaimana mestinya. Selain itu, kualitas juga berkaitan dengan upaya perbaikan yang dilakukan secara berkelanjutan guna meningkatkan nilai dan kinerja, serta kondisi bebas dari kerusakan, kesalahan, atau cacat.

¹⁶ Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami & Kepuasan Konsumen* (Teori dan Praktik), (Mataram: Sanabil, 2021) h.16

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Dalam konteks pelayanan, kualitas mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten, sekaligus melakukan segala sesuatu yang dapat memberikan kepuasan dan kebahagiaan bagi pelanggan. (Tjiptono, 2004).

Feigenbaum (Nasution, 2004), menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full costumer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen.¹⁷

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi harapan, keinginan dan kebutuhan. Hal ini sesuai dengan teori “*Quality*” yang dikemukakan oleh Marcel (2003) bahwa keberhasilan suatu tindakan jasa ditentukan oleh kualitas. Kualitas merupakan apresiasi tertinggi dari tindakan pelayanan.

Menurut Tjiptono dan Chandra bahwa komponen jasa atau layanan memainkan peran strategis dalam setiap bisnis. Pembelian sebuah barang sering dibarengi dengan unsur jasa/layanan. Demikian pula sebaliknya, suatu jasa sering diperluas dengan cara memasukan atau

¹⁷ Rouynaldus A.K Agung, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere” dalam *Jurnal Penelitian Mahasiswa* Vol 3 No.1 Mei 2023 h.23

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menambahkan produk fisik pada penawaran jasa tersebut. Umumnya pelayanan lebih bersifat intangibles, tidak dapat dilihat dan diraba sehingga pengguna hanya bisa dirasakan melalui pengalaman langsung. Namun pelayanan mencakup hal – hal yang tangibles, yang bisa dilihat dan diraba, berupa dimensi fisik dari pelayanan itu sendiri. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih sukses ketika dilihat dari faktor pelayanan pelanggan, oleh karena itu pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman sebagaimana dikutip oleh Lupiyoadi (2001) menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan (*Service Quality* atau *ServQual*) merupakan konsep yang dapat diukur melalui beberapa dimensi utama. Dimensi-dimensi ini digunakan sebagai indikator untuk menilai sejauh mana suatu perusahaan atau penyedia jasa mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kebutuhan pelanggan. Berdasarkan kesimpulan tersebut, terdapat lima dimensi *ServQual* yang dijadikan indikator dalam pengukuran kualitas pelayanan, yaitu sebagai berikut:

- 1) *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Seluruh unsur tersebut merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa dan berperan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

penting dalam membentuk kesan awal, persepsi kualitas, serta tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

- 2) *Reliability*, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) *Responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Ketanggapan yang baik akan menciptakan rasa dihargai dan diperhatikan oleh pelanggan. Sebaliknya, membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya alasan yang jelas atau tanpa penjelasan yang memadai dapat menimbulkan ketidaknyamanan, kekecewaan, serta membentuk persepsi negatif terhadap kualitas pelayanan secara keseluruhan.
- 4) *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*). Seluruh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

komponen tersebut berperan penting dalam menciptakan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya memperkuat persepsi positif terhadap kualitas pelayanan perusahaan.

- 5) *Empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.¹⁸

3. Pelayanan Islami

Dalam konteks pandangan Islam, kualitas pelayanan merujuk pada evaluasi yang dilakukan oleh pelanggan kepada perusahaan berkaitan dengan pelayanan jasa yang telah diberikan. Kualitas ini didasarkan pada aspek kognitif, di mana setiap kegiatan pelayanan didasarkan pada ketaatan terhadap syariat Islam dan nilai-nilai moral (Othman dan Owen, 2001). Terdapat beberapa nilai islami tentang pelayanan yang wajib dilakukan ketika memberikan pelayanan yaitu:

- a. *Shiddiq*

Shiddiq berarti bersikap jujur dalam perkataan, tindakan, serta informasi yang disampaikan kepada konsumen. Dalam praktik pelayanan, nilai ini diwujudkan melalui keterbukaan informasi, tidak melebih-lebihkan kualitas produk atau jasa, tidak menyembunyikan

¹⁸ *Ibid*, h.24

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kekurangan, dan tidak melakukan penipuan dalam transaksi. Pelayanan yang berlandaskan shiddiq akan menumbuhkan rasa percaya (trust) dan membangun hubungan jangka panjang antara penyedia jasa dan konsumen. Dengan demikian, kejujuran bukan sekadar sikap moral personal, tetapi merupakan bagian dari tanggung jawab profesional dalam menjaga integritas pelayanan Islami.

b. *Amanah*

Amanah berarti dapat dipercaya dan melaksanakan tugas pelayanan sesuai prosedur, janji, serta kesepakatan yang telah ditetapkan. Nilai amanah tercermin dari ketepatan waktu pelayanan, ketelitian dalam bekerja, kesungguhan dalam membantu konsumen, serta komitmen untuk tidak merugikan pihak lain. Dalam konteks kelembagaan, amanah juga bermakna menjaga kepercayaan publik terhadap lembaga jasa, sehingga setiap petugas pelayanan wajib menjalankan tugasnya secara profesional dan penuh tanggung jawab. Dengan demikian, penerapan amanah dalam pelayanan Islami menjadi fondasi penting dalam membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara perusahaan dan pelanggan.

c. *Tabligh*

Tabligh dimaknai sebagai kemampuan menyampaikan informasi secara jelas, benar, dan santun. Dalam pelayanan, tabligh diwujudkan melalui komunikasi yang ramah, sopan, serta informatif

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

ketika menjelaskan prosedur layanan, manfaat, maupun keunggulan produk atau jasa. Komunikasi yang baik tidak hanya bertujuan meyakinkan konsumen, tetapi juga memastikan bahwa konsumen memahami informasi secara utuh tanpa adanya unsur manipulasi. Oleh karena itu, tabligh menjadi bagian penting dari pelayanan Islami yang humanis dan edukatif.

d. *Fathanah*

Fathanah berarti memiliki kecerdasan, pengetahuan, dan kompetensi yang memadai dalam melaksanakan tugas pelayanan. Nilai ini menuntut setiap pelaku pelayanan untuk memahami tugas, fungsi, prosedur kerja, serta kebutuhan konsumen secara komprehensif. Karyawan yang fathanah mampu memberikan solusi yang tepat, bekerja secara efektif, dan menghadapi permasalahan pelayanan dengan bijaksana. Dengan demikian, fathanah menjadi indikator profesionalisme dalam pelayanan berbasis nilai Islami.

Pada kenyataannya, tugas seorang karyawan atau pekerja tidaklah semudah membalikkan telapak tangan. Sering kali terjadi benturan antara tekanan eksternal seperti keluhan pengguna jasa dan tekanan internal seperti tuntutan kerja yang berat dan kecilnya gaji. Disitulah perlunya sandaran iman sebagai penguat motivasi kita dalam melayani setiap orang. Allah Swt berfirman dalam surah At-Taubah ayat 105:

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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: *Katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah! Maka, Allah, rasul-Nya, dan orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan kepada (Zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, Dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan”*¹⁹(At-Taubah:105)

Ketika menafsirkan ayat diatas, Hasbi Ash-Shiddieqy membagi tujuan bekerja (beramal) bagi seorang muslim menjadi empat yaitu tujuan dunia, akhirat, diri sendiri dan umat. Setiap pekerjaan tersebut akan mendapatkan balasannya baik di dunia maupun di akhirat. Tujuan pelayanan pendidikan yang paling mulia adalah ketika pelayanan tersebut berorientasi ukhrawi berbasiskan pemberdayaan umat. Selain itu, ayat diatas menunjukan betapa besarnya pengawasan terhadap segala pekerjaan. Ketika menjalankan fungsi pelayanan, dia akan senantiasa diawasi oleh Allah Swt dan orang-orang mukmin disekitarnya. Sehingga pekerjaan tersebut akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah dan orang-orang mukmin sebagai konsekuensi pengawasan tadi. Lebih jauh lagi, segala pekerjaan kita akan ditampilkan dihadapan Allah SWT, Rasulullah, dan orang-orang beriman.²⁰

Muhammad Syafi’i Antonio (2001) menegaskan bahwa prinsip amanah dan kejujuran dalam pelayanan syariah memiliki implikasi besar terhadap kepercayaan konsumen. Kepercayaan yang lahir dari pelayanan Islami inilah yang kemudian menumbuhkan minat konsumen untuk

¹⁹ Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya*. (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur’an, Kementrian Agama RI, 2017) h.203

²⁰ Muhammad Nasib Rifa’L *Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2*, (Jakarta: Gema Insani, 2012), h. 467.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

memilih layanan berbasis syariah.²¹ Jadi, kualitas pelayanan Islami berpengaruh secara signifikan terhadap minat konsumen karena memberikan jaminan kehalalan, kenyamanan spiritual, serta kesesuaian dengan prinsip agama.

Senada dengan hal tersebut, Buchari Alma (2016) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan Islami yang terintegrasi dengan nilai moral berperan penting dalam membentuk sikap dan minat konsumen. Konsumen yang merasakan pelayanan Islami akan memiliki dorongan psikologis dan emosional yang lebih kuat untuk melakukan pembelian. Artinya, kualitas pelayanan Islami secara nyata mempengaruhi minat konsumen karena ia bukan hanya memenuhi kebutuhan lahiriah, tetapi juga kebutuhan batiniah yang berlandaskan syariat.²² Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami dapat dipandang sebagai faktor penentu yang memicu dan memperbesar peluang timbulnya minat konsumen Muslim.

Rafik I. Beekun (1997) dalam teori *Islamic Business Ethics* juga menguatkan gagasan ini dengan menekankan bahwa penerapan etika bisnis Islami dalam layanan secara langsung berdampak pada loyalitas dan minat konsumen.²³ Ketika sebuah layanan mengedepankan prinsip syariah, konsumen tidak hanya melihat nilai material dari layanan tersebut, tetapi juga merasa mendapatkan ketenangan spiritual. Faktor inilah yang

²¹ Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 231.

²² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 212.

²³ Rafik Issa Beekun, *Islamic Business Ethics* (Herndon: The International Institute of Islamic Thought, 1997), h. 45.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

membuat kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh langsung terhadap terbentuknya minat konsumen.

Tidak hanya secara konseptual, bukti empiris juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami benar-benar berpengaruh terhadap minat konsumen. Hadi dan Sujianto (2022), dalam penelitiannya pada Multy Pet Shop Talun Blitar, membuktikan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.²⁴

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan, semakin besar pula minat konsumen untuk melakukan pembelian. Fakta ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan Islami bukan sekadar wacana normatif, melainkan faktor yang nyata dan terukur dalam membentuk minat konsumen. Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami berperan penting dalam membentuk, menguatkan, dan mendorong minat konsumen untuk memilih serta mempertahankan keputusan transaksi.

Sejalan dengan itu, Ahmad Ulum dkk. (2024) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh signifikan terhadap niat konsumen dalam menggunakan kembali layanan umrah dan haji. Konsumen merasa lebih yakin dan berminat menggunakan layanan kembali karena adanya jaminan syariah dan kualitas pelayanan yang Islami. Temuan ini memperluas bukti bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh tidak hanya pada minat beli awal, tetapi juga pada minat

²⁴ Miftahul Hadi dan Agus Eko Sujianto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Display Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen pada Multy Pet Shop Talun Blitar," *Journal of Communication and Islamic Culture*, Vol. 9, No. 2 (2022).

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

penggunaan ulang (*repurchase intention*).²⁵ Selain itu, penelitian Anjar Arista dkk (2021) pada Pegadaian Syariah Gresik menegaskan bahwa promosi Islami dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh nyata terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas. Keputusan ini sejatinya merupakan manifestasi dari minat konsumen, sehingga semakin memperkuat teori bahwa kualitas pelayanan Islami memang memengaruhi minat konsumen.²⁶

Dengan merujuk pada teori dan penelitian terdahulu, dapat ditegaskan bahwa kualitas pelayanan Islami bukan hanya sekadar pelengkap, tetapi merupakan variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Pengaruh ini terlihat dari bagaimana konsumen merespon pelayanan yang sesuai syariat, konsumen lebih percaya, merasa nyaman, dan akhirnya terdorong untuk memilih layanan tersebut. Oleh karena itu, pemilihan variabel kualitas pelayanan Islami dalam penelitian ini sangat tepat untuk menjelaskan variasi minat konsumen di Khadija Beauty Duri, yang memang mengusung konsep spa muslimah sesuai prinsip syariah.

Kualitas Pelayanan Islami dalam penelitian ini mengacu pada (Othman & Owen, 2001), karena paling sesuai dengan aturan syariah dan

²⁵ Ahmad Ulum, dkk., "The Influence of Islamic Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Intention in Reusing the Services in the Implementation of Umrah and Special Hajj Pilgrimage," *Journal of Environmental Science and Sustainable Tourism*, Vol. 7, No. 1 (2024).

²⁶ Anjar Arista Sari & Sri Abidah Suryaningsih, "Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik," dalam *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 3, No. 2 (2020), h.189

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

enam dimensi di dalamnya sering digunakan untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan syariah. Kehadiran dimensi *compliance* menjadikan model CARTER relevan untuk mengukur kualitas pelayanan Islami, karena pelanggan Muslim bukan hanya menilai kualitas layanan dari sisi teknis, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaiannya dengan syariah. Hal ini ditegaskan oleh penelitian Othman & Owen (2001) dalam artikelnya “*The Multidimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House*” yang menunjukkan bahwa kepatuhan syariah berperan signifikan dalam membangun persepsi positif konsumen terhadap bank Islam.

Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami yang diukur melalui CARTER dapat dipandang sebagai faktor penting yang memengaruhi minat konsumen dalam menggunakan produk atau jasa berbasis syariah.²⁷ Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori CARTER (Othman & Owen, 2001) sebagai landasan utama untuk mengukur kualitas pelayanan Islami. Teori ini diperkuat dengan pandangan para ahli (Antonio, Alma, Beekun). Dengan demikian, teori CARTER menjadi kerangka dasar, sedangkan teori-teori lain berfungsi sebagai reinforcement atau penguat agar penelitian lebih kokoh. Model CARTER Pada tahun 2001, Othman & Owen menjelaskan enam dimensi untuk mengukur kualitas pelayanan, yang disebut model CARTER. Model tersebut dapat digunakan sebagai

²⁷ Abdul Qawi Othman and Lyn Owen (2001), “*The Multidimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry: A Study in Kuwait Finance House*,” *International Journal of Islamic Financial Services* Vol 3 No. 4 h.1–12.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

alat penilaian kualitas untuk mendefinisikan dan mengukur kualitas layanan, yang mencakup enam dimensi kualitas layanan, yaitu *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles*, *emphaty*, dan *responsiveness*. Model CARTER ini diusulkan berdasarkan perspektif Islam, berikut indikator tersebut:

1) *Compliance* (Kepatuhan)

Kepatuhan ialah menaati aturan atau hukum yang ditetapkan oleh Allah Ta'ala, yang pengikutnya akan mengamalkan aturan atau hukum tersebut dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Sebagaimana firman Allah Ta'ala dalam QS Al-Qhasas ayat 77

وَأَتَّبِعْ فِي مَآءِ اتِّلَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۖ وَلَا تَنْسَ نَصِيكَ مِنَ الدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۖ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: *Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.*²⁸(Al-Qhasas:77)

Ibn Katsir dalam Tafsir al-Qur'an al-'Adzim²⁹ menafsirkan ayat di atas agar kita selalu menggunakan harta dan nikmat sebagai bekal bentuk ketaatan dan untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan

²⁸ Kementrian Agama RI, *Op.Cit*, h.394

²⁹ Al-Hafidz Ibnu Katsir *Ad-dimasyqy, Abi Fada' Tafsir Ibnu Katsir*, Juz II, (Bairut: Darul Kutub Ilmiyah, 2006), h.223

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mengerjakan berbagai macam kebaikan agar mendapat pahala di dunia dan kebaikan diakhirat. Diperbolehkan kepadamu oleh Allah untuk makan, minum, pakaian, rumah dan nikah. Sebab engkau punya kewajiban terhadap Tuhanmu, dirimu, dan keluargamu. Maka penuhilah kewajiban tersebut. Serta berbuat baiklah kepada sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu. Janganlah engkau berkeinginan untuk berbuat kerusakan dimuka bumi dan jangan pula berbuat jahat kepada ciptaan-Nya. (*Tafsir al-Qur'an al-'Adzim*, juz 10, hlm. 482). Dalam konteks Quraish Tafsir Shihab Kontemporer, menekankan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Sikap ihsan yang menjiwai setiap aktivitas pelayanan harus dilandasi dengan ilmu kualitas pelayanan yang benar.³⁰

3) *Reliability* (Keandalan)

Keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melakukan layanan yang dijanjikan secara akurat dan andal sejak awal kepada pelanggan. Keandalan ini sangat penting untuk kepuasan pelanggan, karena ketika pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan persepsi konsumen, otomatis kepuasan pelanggan akan menurun.

4) *Tangible* (Bukti Fisik)

Bukti fisik merupakan salah satu bukti nyata dari sikap pelaku bisnis yang memperhatikan dan peduli kepada pelanggan. Pentingnya dimensi ini akan mencerminkan citra pelaku bisnis, terutama bagi

³⁰ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, Jilid 10, (Jakarta: Lentera Hati, 2002) h. 408.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

konsumen yang baru saja bertransaksi pada bisnis tersebut. Komponen yang tercermin dalam tangibles adalah yang berkaitan dengan penampilan fisik, seperti gedung, kebersihan, parkir, penampilan karyawan, kenyamanan, dan lain-lain. Hal ini dapat mempengaruhi persepsi dari konsumen agar dapat mempertimbangkan kedepannya akan tetap menggunakan layanan tersebut.

5). *Empathy*

Empati adalah memperhatikan pelanggan dengan cara yang tulus dan peduli. Juga mencakup kepekaan terhadap kebutuhan pelanggan termasuk kedalam empati. Empati adalah kombinasi dari akses, mendapatkan sesuatu dengan mudah, dan mampu memanfaatkan apa yang ditawarkan perusahaan. Sebuah perusahaan layanan syariah harus selalu memberikan perhatian khusus kepada setiap klien, yang tercermin dalam sikap komunikasi dan pemahaman tentang kebutuhan klien.

6) *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Hal ini melibatkan kesediaan sumber daya organisasi untuk membantu pelanggan dan kemampuan untuk menyediakan layanan yang cepat (responsif) dan tepat. Daya tanggap adalah bagian dari profesionalisme. Sebuah organisasi yang profesional selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang terbaik, memperhatikan harapan dan pendapat pelanggan serta merespon dengan cepat dan tepat. Di antara dimensi kualitas layanan diatas, menurut Parasuraman ada yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

tumpang tindih, sehingga mereka menyodorkan lima dimensi kualitas layanan yang lebih sederhana, yaitu: *Assurance, Reliability, Tangible, Emphaty, Responsiveness*. Sedangkan dimensi *Compliance* yang ditambahkan oleh Othman dan Owen (2001) diartikan sebagai bentuk kesungguhan institusi untuk taat hukum dan dimensi tersebut lebih tepat untuk mengukur kualitas jasa pada lembaga keuangan.³¹

Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami tidak hanya mengukur aspek teknis pelayanan sebagaimana dijelaskan dalam ServQual, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai syariah melalui dimensi CARTER. Hal ini penting karena konsumen Khadija Beauty SPA Duri adalah mayoritas muslimah yang membutuhkan jaminan pelayanan sesuai ajaran Islam.

4. Minat Konsumen

a. Pengertian Minat Konsumen

Minat merupakan keadaan dimana seseorang menunjukkan perhatian serta memiliki keinginan untuk memahami, belajar, atau mendalami lebih lanjut tentang suatu hal. Minat (Interest) adalah rasa suka dan ketertarikan pada suatu hal atau kegiatan tanpa adanya paksaan. Pada intinya, minat adalah penerimaan atas suatu hubungan antara individu dengan sesuatu di luar dirinya. Ketika seseorang berkomitmen terhadap suatu objek, minat tersebut akan

³¹Adisa Nanda Rinjani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Muslimah Sayyidah Depok*, *Journal of Educational and Cultural Studies*, (2023), Vol.2 No.1 h.117-118

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

mendorongnya untuk memperhatikan secara lebih mendetail dan ingin terlibat atau memiliki objek tersebut.

Minat merupakan aspek psikis manusia yang mendorongnya untuk mendapatkan sesuatu atau mencapai tujuan tertentu sehingga di dalam minat keinginan untuk memahami dan mempelajari sesuatu yang dianggapnya penting. Minat adalah keinginan yang cenderung stabil dalam diri seseorang untuk memilih suatu hal sebagai kebutuhan, yang kemudian diikuti dengan tindakan nyata melalui perhatian pada objek yang diinginkannya untuk mengumpulkan informasi sebagai pengetahuan pribadi (Febri, 2012).³²

Berdasarkan teori perilaku konsumen (*Consumer Behavior*) minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan seseorang terhadap suatu produk atau layanan. Teori ini menjelaskan bahwa sebelum konsumen melakukan tindakan nyata, mereka akan melalui tahap sikap termasuk munculnya minat.

Theory of Planned Behaviour (TPB), TPB merupakan perluasan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) (Ajzen, 1991) dengan penambahan konstruk yaitu persepsi kendali perilaku. TPB menjelaskan perilaku individu dapat diprediksi berdasarkan minat untuk melakukan perilaku (Ashidiqi & Arundina, 2017). TPB

³² Alif Nur Rahmadi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*, *Jurnal Ekonomi*, Vol.1 No.2 h.155

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

menempatkan minat seseorang untuk berperilaku dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi kendali perilaku.³³

Menurut Kotler dan Keller (2020) dalam bukunya *Marketing Management*, minat beli adalah perilaku konsumen di mana konsumen memiliki keinginan dalam membeli atau memilih suatu produk berdasarkan pengalaman dalam memilih, menggunakan, dan mengonsumsi atau bahkan dalam menginginkan suatu produk.³⁴ Hal ini menunjukkan bahwa minat tidak muncul begitu saja, melainkan hasil dari interaksi antara pelayanan yang diterima konsumen dengan nilai atau kebutuhan yang mereka rasakan.

Ferdinand mengidentifikasi empat indikator minat beli yang dapat dijadikan tolak ukur dalam penelitian³⁵:

- 1) Minat Transaksional yaitu kecenderungan seseorang untuk benar-benar membeli produk atau jasa.
- 2) Minat Referensial yaitu kecenderungan konsumen merekomendasikan produk/jasa kepada orang lain.
- 3) Minat Preferensial yaitu kecenderungan menjadikan produk/jasa sebagai pilihan utama dibandingkan dengan yang lain.

³³ Felya dkk, *Pengaruh Theory Of Planned Behavior Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Tarumanagara, Jurnal Manejerial dan Kewirausahaan*, vol.2 No.1 (2020)h.133

³⁴ Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, edisi 15 (New Jarsey: Pearson Education, 2020), h.189

³⁵ Augusty Ferdinand, *Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2014), h. 129.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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) Minat Eksploratif yaitu kecenderungan untuk selalu mencari informasi mengenai produk atau jasa yang diminati.

Keempat indikator ini sangat relevan dalam menilai minat konsumen pada jasa spa kecantikan, termasuk dalam konteks penelitian ini, yaitu Khadija Beauty SPA Duri. Konsumen yang memiliki minat tinggi tidak hanya akan menggunakan layanan, tetapi juga berpotensi menjadi promotor melalui rekomendasi kepada orang lain.

Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) menggambarkan tahapan yang dilalui konsumen dalam proses pengambilan keputusan, yaitu:

- a) *Attention* (Perhatian): Konsumen mulai menyadari adanya suatu produk atau layanan dan memperhatikan informasi yang disampaikan.
- b) *Interest* (Ketertarikan): Setelah perhatian tercipta, konsumen menunjukkan ketertarikan lebih lanjut terhadap produk atau layanan tersebut.
- c) *Desire* (Keinginan): Ketertarikan berkembang menjadi keinginan untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan.
- d) *Action* (Tindakan): Keinginan yang kuat mendorong konsumen untuk mengambil tindakan nyata, seperti melakukan pembelian atau merekomendasikan kepada orang 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Minat konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang penting dalam perilaku pembelian. Menurut Schiffman & Wisenblit (2019), minat konsumen adalah respon internal berupa kecenderungan yang muncul setelah individu menerima stimulus dari luar, yang pada akhirnya mendorong keinginan untuk melakukan pembelian.³⁶ Dengan kata lain, minat adalah tahap awal sebelum konsumen benar-benar mengambil keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu produk.

Selanjutnya, *Engel, Blackwell, & Miniard* menyatakan bahwa minat konsumen merupakan bagian dari proses keputusan pembelian, yang dimulai dari kesadaran terhadap kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, hingga keputusan akhir.³⁷ Artinya, ketika pelayanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi konsumen, terutama jika sesuai dengan prinsip syariah, maka minat untuk memilih layanan tersebut akan semakin tinggi.

Secara empiris, beberapa penelitian juga membuktikan bahwa minat konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Islami. Miftahul Hadi & Sujianto (2022) dalam penelitiannya pada Multy Pet Shop Talun Blitar menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa semakin baik

³⁶ Leon G. Schiffman & Joseph Wisenblit, *Consumer Behavior*, 12th ed. (Harlow: Pearson Education, 2019), h. 45.

³⁷ James F. Engel, Roger D. Blackwell, & Paul W. Miniard, *Consumer Behavior*, (Mason: Cengage Learning, 2015), h. 132.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pelayanan Islami yang diberikan, semakin besar pula kemungkinan konsumen berminat untuk melakukan pembelian.³⁸

Selain itu, penelitian Ahmad dkk. (2024) pada pengguna jasa umrah dan haji menemukan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh nyata terhadap minat konsumen dalam menggunakan kembali layanan.³⁹ Hal ini membuktikan bahwa minat konsumen bukan hanya terbatas pada pembelian pertama, tetapi juga berlanjut pada minat untuk menggunakan kembali layanan syariah.

Penelitian Anjar Arista dkk. (2021) pada Pegadaian Syariah Gresik juga menunjukkan bahwa promosi Islami dan kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih produk tabungan emas. Keputusan tersebut sesungguhnya merupakan manifestasi dari minat konsumen yang kuat, yang lahir dari keyakinan bahwa layanan sesuai dengan prinsip syariah akan memberikan rasa aman dan nyaman.⁴⁰

Dengan demikian, teori-teori penguat serta penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan bahwa minat konsumen sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan Islami. Hal ini sejalan dengan tujuan penelitian ini yang menjadikan minat konsumen

³⁸ Miftahul Hadi dkk.(2022), “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Beli Konsumen pada Multy Pet Shop Talun Blitar,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 9, No. 2 , h. 210.

³⁹ Ahmad Ulum dkk., “Kualitas Pelayanan Islami terhadap Minat Penggunaan Ulang Jasa Umrah dan Haji,” *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman*, Vol. 6, No. 1 (2024), h. 77.

⁴⁰ Anjar Arista dkk (2021), “Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami terhadap Keputusan Nasabah Pegadaian Syariah Gresik,” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 7, No. 1 h. 98.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 variabel dependen, karena minat merupakan indikator awal yang dapat menggambarkan kecenderungan konsumen untuk memilih layanan spa muslimah berbasis syariah.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

Terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi minat konsumen terhadap suatu produk atau jasa, antara lain:

1). Faktor Psikologis

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, kepercayaan, dan sikap. Konsumen akan memiliki minat lebih besar terhadap produk/jasa yang dianggap dapat memenuhi kebutuhannya, memberikan kepuasan, serta sesuai dengan ekspektasi yang terbentuk dalam benaknya.

2). Faktor Sosial

Lingkungan sosial seperti keluarga, teman, komunitas, dan media sosial juga turut memengaruhi minat konsumen. Rekomendasi dari orang terdekat sering kali menjadi pertimbangan utama sebelum konsumen memutuskan untuk mencoba suatu layanan.

3). Faktor Personal

Usia, pekerjaan, gaya hidup, serta kondisi ekonomi turut membentuk minat konsumen. Misalnya, wanita muslimah pekerja cenderung memilih spa yang mampu memberikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

kenyamanan, efisiensi waktu, sekaligus menjaga nilai-nilai kesopanan.

4). Faktor Religius

Dalam konteks konsumen muslim, nilai agama menjadi faktor penting. Hal ini termasuk kehalalan produk, etika pelayanan Islami, serta ketersediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan muslimah, seperti terapis perempuan, ruang terpisah, dan jaminan kehalalan bahan yang digunakan.

c. Minat Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah

Dalam Ekonomi syari'ah, konsep minat konsumen memiliki dimensi yang lebih luas karena tidak hanya menekankan pada kepuasan kebutuhan material, tetapi juga mencakup aspek kepatuhan terhadap hukum islam. Menurut Ascarya, ekonomi syari'ah menempatkan aktivitas konsumsi sebagai bagian dari ibadah yang sesuai dengan prinsip halal, thayyib, adil, dan tidak menimbulkan mudharat.⁴¹ Dengan demikian, minat konsumen muslim tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas dan harga, tetapi juga kesesuaian produk atau jasa dengan nilai-nilai syari'ah.

Ekonomi islam mengajarkan bahwa konsumsi harus didasarkan pada prinsip halal dan thayyib sebagaimana dijelaskan dalam QS Al-Baqarah:168

⁴¹ Ascarya, *Ekonomi Islam: Pendekatan Epistemologi, Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajaawali Pers, 2014) hlm.215

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: *Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*⁴² (Al-Baqarah: 168)

Ayat ini menegaskan bahwa dalam memenuhi kebutuhan, seorang muslim dituntut untuk selektif agar apa yang dikonsumsi tidak hanya memberikan manfaat fisik tetapi juga nilai keberkahan. Oleh karena itu, minat konsumen dalam perspektif ekonomi syari'ah berorientasi pada tercapainya mashlahah(kebaikan) duniawi maupun ukhrawi.⁴³

5. Ekonomi Syari'ah

Ekonomi sebagai sebuah aspek kehidupan manusia yang sudah ada sejak manusia dilahirkan. Ekonomi Syari'ah telah dipraktikkan sejak agama islam diturunkan. Banyak ayat dalam Al-Qur'an tentang ekonomi dan praktik kehidupan Rasulullah SAW dengan para sahabat yang mencerminkan perilaku ekonomi yang sesuai syari'at. Ekonomi diakui sebagai disiplin ilmu tersendiri baru pada abad ke-18, sejak ekonomi klasik Adam Smith menuliskan buku berjudul *The Wealth Of Nations* pada tahun 1776. Ekonomi syari'ah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan

⁴² Kementrian Agama RI, *Op. Cit*, h.26

⁴³ M Umar, *Islam and The Economic Challenge*, (The Islamic Foundation, 2022) h.97

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara yang sesuai dengan prinsip syari'at islam yakni Al-Qur'an, As-Sunnah, akal (ijtihad) dan pengalaman.⁴⁴

Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan islami diukur menggunakan model CARTER, yang terdiri dari enam yaitu *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibels*, *Empathy*, dan *Responsiveness* yang menggambarkan prinsip-prinsip kualitas pelayanan islami dalam perspektif ekonomi syari'ah. Prinsip tersebut selaras dengan firman Allah SWT. Dalam Surah An-Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَنِ وَإِيتَايِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۚ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ۝ ٩٠ ﴾

Artinya: *Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat*⁴⁵. (An-Nahl:90)

Ayat ini menegaskan kewajiban berlaku adil dan berbuat ihsan serta larangan berbuat dzalim, dengan penerapan nilai-nilai tersebut dapat meningkatkan minat konsumen terhadap layanan yang tersedia sesuai dengan prinsip Ekonomi Syari'ah. Dalam Tafsir Al-Maraghi sejalan dengan firman Allah dalam Surah An-Nahl ayat 90, yaitu perintah untuk menegakkan keadilan, berbuat ihsan, serta menjaga hubungan sosial

⁴⁴ Dadang Muljawan dkk, *Ekonomi Syari'ah*, (Jakarta: Dapertemen Ekonomi dan Keuangan Syari'ah, 2020) h.3

⁴⁵ *Ibid*, h.277

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

melalui pemberian hak kepada kerabat. Keadilan dipahami sebagai perlakuan yang proporsional tanpa menambah atau mengurangi hak, sementara ihsan mencerminkan tingkat kebaikan yang lebih tinggi melalui sikap kasih sayang dan tanggung jawab moral. Dalam perspektif ekonomi syariah, nilai keadilan dan ihsan ini menjadi dasar dalam pelaksanaan kualitas pelayanan Islami seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap kebutuhan konsumen.

Sebaliknya, segala bentuk kezaliman dan perlakuan tidak adil harus dihindari karena bertentangan dengan prinsip syariah. Nilai keadilan yang juga ditekankan dalam konteks penegakan hukum menunjukkan bahwa Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah, tetapi juga interaksi sosial dan aktivitas muamalah.⁴⁶ Oleh karena itu, penerapan keadilan dan ihsan dalam pelayanan Islami mampu membentuk kepercayaan, meningkatkan kenyamanan, serta mendorong minat konsumen untuk memilih layanan yang sesuai dengan nilai-nilai ekonomi syariah.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Peneliti dan Tahun	Judul	Persamaan dan Perbedaan	Hasil
1	A Masturah dkk (2021)	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Konsumen Salon	Persamaan: Pada penelitian ini memiliki persamaan yaitu sama-sama meneliti pelayanan islami di salon/spa muslimah Perbedaan: Pada penelitian ini Variabel	Hasil penelitian ini adalah berpengaruh positif/signifikan Konsumen merasa lebih puas bila pelayanan sesuai syariah, karena

⁴⁶ Al Maraghi, A. M. *Tafsīr al-Marāgī*, Jilid 14, (Syirkah al-Maktabah Musthafa, 1946) h.129

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

		Muslimah Banda Aceh	Y mereka = kepuasan konsumen, sementara penelitian saya = minat konsumen	ada privasi, tenaga kerja perempuan, dan produk halal.
2	Regita Aprilia dkk (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Kirei Salon dan SPA Muslimah.	Persamaan: Pada penelitian ini memiliki persamaan yang terletak pada Sama-sama objek spa muslimah, ada variabel pelayanan Islami. Perbedaan: Pada penelitian Menambahkan variabel harga, Y = kepuasan.	Hasil pada penelitian ini adalah Berpengaruh signifikan: Kualitas pelayanan Islami meningkatkan kepuasan, dan harga juga berpengaruh.
3	Miftahul Hadi dkk (2022)	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami, Display Produk, dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multy Pet Shop Talun Blitar.	Persamaan: Pada penelitian ini memiliki persamaan yaitu Sama-sama variabel pelayanan islami → minat beli/konsumen Perbedaan: Lokasi penelitian di toko ritel (pet shop), bukan di beauty SPA.	Hasil pada penelitian ini Berpengaruh positif signifikan Menunjukkan bahwa pelayanan islami relevan tidak hanya di bidang kecantikan, tapi juga sektor retail.
4	Aryanti dkk (2020)	Pengaruh Label Halal, Kualitas Pelayanan Islami, dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Ulang	Persamaan: Pada penelitian ini memiliki persamaan yaitu variabel X Sama-sama pelayanan Islami terhadap minat beli ulang. Perbedaan: Pada penelitian ini memiliki perbedaan yang terletak pada variabel tambahan yaitu label halal & suasana took.	Hasil penelitian ini adalah berpengaruh signifikan: Pelayanan islami menjadi salah satu faktor utama yang membuat konsumen berniat membeli ulang.
5	Adissa Nanda Rinjani	Pengaruh Kualitas	Persamaan: Pada penelitian ini memiliki	Hasil penelitian ini menunjukkan

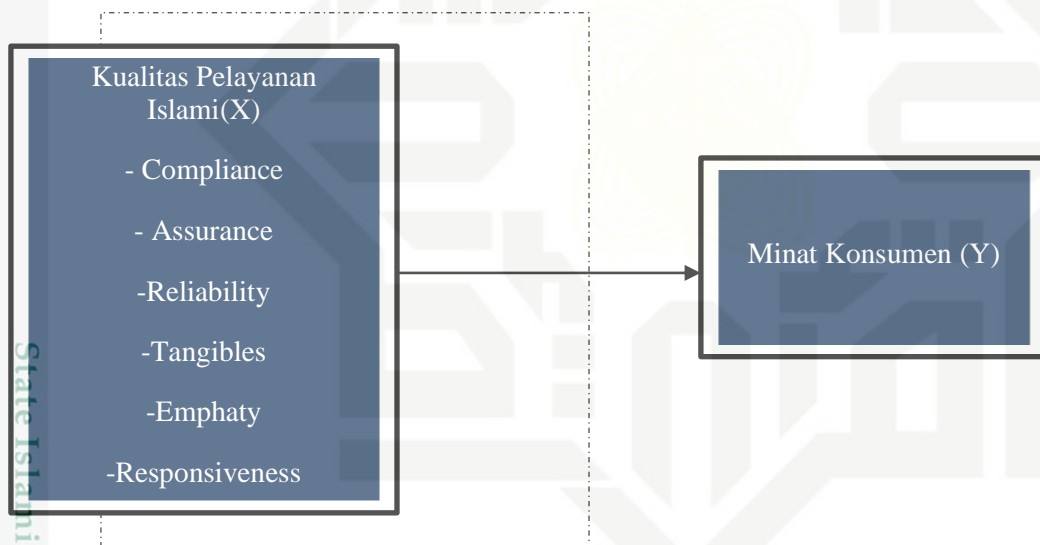
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

(2023)	Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Pelanggan pada Salon Muslimah Sayyidah Depok	persamaan yaitu terletak pada Sama-sama variabel kualitas pelayanan Islami di salon muslimah Perbedaan: Pada penelitian ini terdapat Y = kepuasan, bukan minat konsumen.	bahwa berpengaruh signifikan: semua dimensi pelayanan Islami (assurance, responsiveness, tangibles, empathy, reliability) signifikan meningkatkan kepuasan.
--------	---	---	---

C. Kerangka Pemikiran

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



Sumber: Othman & Owen (2001) *Adopting and Measuring Costumer Service Quality*, Buchari Alma (2016), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*

Penelitian ini didasarkan pada teori Buchari Alma (2016) yang menjelaskan bahwa kualitas pelayanan Islami yang terintegrasi dengan nilai moral berperan penting dalam membentuk sikap dan minat konsumen. Konsumen yang merasakan pelayanan Islami akan memiliki dorongan psikologis dan emosional yang lebih kuat untuk melakukan pembelian. Artinya, kualitas pelayanan Islami

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

secara nyata mempengaruhi minat konsumen karena ia bukan hanya memenuhi kebutuhan lahiriah, tetapi juga kebutuhan batiniah yang berlandaskan syariat.⁴⁷ Dengan demikian, kualitas pelayanan Islami dapat dipandang sebagai faktor penentu yang memicu dan memperbesar peluang timbulnya minat konsumen Muslim.

Untuk mengoperasionalkan secara empiris, penelitian ini menggunakan Model CARTER yang dikembangkan oleh Othman & Owen (2001). Model CARTER merupakan pengembangan dari SERVQUAL dengan tambahan dimensi *compliance*, yang secara khusus menilai kepatuhan layanan terhadap prinsip syari'ah. Dimensi *compliance* memungkinkan pengukuran kualitas pelayanan Islami tidak hanya dari aspek teknis, seperti *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, tetapi juga dari kesesuaian layanan dengan prinsip etika dan syariah. Hubungan antara Etika Bisnis Islami dan Model CARTER terlihat jelas pada setiap dimensinya. Dimensi kualitas pelayanan Islami dalam teori CARTER terdiri dari enam indikator utama, yaitu:

1. *Compliance* (Kepatuhan Syariah): sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, seperti kehalalan produk, kejelasan akad, dan keterhindaran dari praktik yang dilarang.
2. *Assurance* (Jaminan): mencakup kemampuan karyawan dalam memberikan keyakinan, sopan santun, serta keterampilan untuk menumbuhkan rasa aman bagi konsumen.

⁴⁷ Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 212.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. *Reliability* (Keandalan): kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan yang konsisten, akurat, dan sesuai janji.
4. *Tangibles* (Bukti Fisik): fasilitas fisik, peralatan, dan penampilan yang mendukung kenyamanan konsumen.
5. *Empathy* (Empati): perhatian personal yang diberikan kepada konsumen secara Islami, termasuk penghormatan terhadap privasi dan kebutuhan spesifik.
6. *Responsiveness* (Daya Tanggap): kesediaan karyawan untuk membantu konsumen secara cepat, ramah, dan sesuai dengan etika syariah.

Dalam konteks penelitian ini, kualitas pelayanan Islami berdasarkan CARTER dipandang sebagai variabel independen yang memengaruhi Minat Konsumen. Minat konsumen didefinisikan sebagai ketertarikan dan niat seseorang untuk menggunakan layanan yang ditawarkan, yang pada akhirnya dapat berujung pada keputusan untuk melakukan pembelian atau pemakaian jasa. Menurut teori CARTER, peningkatan kualitas pelayanan Islami yang mencakup kepatuhan syariah dan dimensi lainnya akan mendorong timbulnya persepsi positif konsumen. Persepsi positif ini kemudian memengaruhi sikap dan psikologis konsumen, yang berujung pada meningkatnya minat untuk menggunakan jasa di Khadija Beauty SPA Duri.

Dengan demikian, Model CARTER berfungsi sebagai alat ukur operasional yang menerjemahkan prinsip Etika Bisnis Islami ke dalam indikator yang dapat diobservasi dan diuji. Pendekatan ini memastikan bahwa kualitas pelayanan Islami dapat diukur secara komprehensif, baik dari sisi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

teknis maupun kepatuhan syariah, dan menegaskan bahwa kualitas pelayanan Islami berpengaruh signifikan terhadap minat konsumen.

Gambar di atas menunjukkan bahwa kerangka berpikir penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif, yaitu meneliti hubungan antara variabel independen (kualitas pelayanan Islami) dengan variabel dependen (minat konsumen) pada Khadija Beauty SPA Duri.

Keterangan:

Variabel X: Kualitas Pelayanan Islami

Variabel Y: Minat Konsumen

—→: (Kotak) Menunjukkan variabel penelitian, yaitu Kualitas Pelayanan Islami (X) sebagai variabel independen dan Minat Konsumen (Y) sebagai variabel dependen.

- - - - -▶: (Garis panah satu arah) Menunjukkan bahwa penelitian ini Menunjukkan arah hubungan, bahwa Kualitas Pelayanan Islami (X) memengaruhi Minat Konsumen (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin atau paling tinggi tingkat kebenarannya.

Hipotesis adalah pernyataan keadaan parameter yang akan diuji melalui sampel.

Di dalam sebuah hipotesis tersebut mengandung sebuah ramalan, ketepatan ramalan itu tentu tergantung pada penguasaan peneliti atas ketepatan landasan teoritis dan generalisasi yang telah dibacakan pada sumber-sumber acuan ketika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

melakukan telaah pustaka.⁴⁸ Penulis mengumpulkan data-data yang relevan untuk membuktikan hipotesis berdasarkan analisis teori dan tinjauan pustaka yang telah penulis buat yakni sebagai berikut:

1. H_0 : Diduga Tidak terdapat pengaruh persepsi kualitas pelayanan islami terhadap minat konsumen pada Khadija Beauty SPA Duri.
2. H_1 : Diduga terdapat pengaruh persepsi kualitas pelayanan islami terhadap minat konsumen pada Khadija Beauty SPA DURI.

⁴⁸ Muchisinin, *Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian, Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* Vol.2 No.2 (2020) h.191

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Menurut *Creswell* penelitian kuantitatif adalah sebuah penyelidikan tentang masalah social berdasarkan pada pengujian sebuah teori yang terdiri atas variabel, diukur dengan angka, dan dianalisis menggunakan prosedur statistic untuk menentukan apakah generalisasi prediktif teori tersebut benar.⁴⁹ Pendekatan penelitian ini bersifat asosiatif, yaitu pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Menurut Sugiyono, penelitian asosiatif bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁰

Dalam penelitian ini, pendekatan asosiatif digunakan dengan model hubungan kausal, di mana variabel independen (kualitas pelayanan Islami) diasumsikan memengaruhi variabel dependen (minat konsumen). Selain itu, penelitian ini juga menggunakan perspektif ekonomi syariah dalam analisisnya. Hal ini berarti pengaruh kualitas pelayanan Islami tidak hanya dilihat dari sudut pandang kepuasan konsumen secara umum, tetapi juga dikaitkan dengan prinsip-prinsip syariah seperti kehalalan produk, etika bisnis Islami, kejujuran, keterbukaan, dan pelayanan yang sesuai dengan ajaran

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Islam. Dengan perspektif ini, penelitian tidak hanya menghasilkan temuan empiris tetapi juga memberikan landasan normatif yang sesuai dengan syariat Islam.

Dengan demikian, jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif perspektif ekonomi syariah diharapkan mampu memberikan jawaban yang objektif dan komprehensif mengenai bagaimana kualitas pelayanan Islami mempengaruhi minat konsumen dalam memilih layanan Khadija Beauty SPA Duri.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di Khadija Beauty SPA DURI tepatnya di jalan Desaharapan Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Duri, Riau. Lokasi ini dipilih karena tempat ini ialah usaha jasa kecantikan khusus Muslimah yang secara konsisten menerapkan prinsip pelayanan Islami, seperti menjaga aurat konsumen, memastikan terapis perempuan untuk konsumen perempuan, menjaga kebersihan sesuai kaidah thaharah, serta menekankan kejujuran dan kenyamanan dalam pelayanan. Selain itu, Khadija Beauty SPA memiliki daya tarik tersendiri dibanding spa konvensional karena minat konsumennya tidak hanya didorong oleh faktor harga dan kualitas layanan, tetapi juga oleh komitmen pada nilai-nilai syariah. Hal ini menjadikan lokasi penelitian relevan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap minat konsumen dalam perspektif ekonomi syari'ah.

C Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif.

Metode penelitian kuantitatif yaitu suatu pendekatan ilmiah yang bertujuan untuk mengambil keputusan manajerial dan ekonomi. Metode kuantitatif merupakan ilmu yang berkaitan dengan tata cara pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi terhadap hasil analisis untuk bisa mendapatkan informasi penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk melihat pengaruh atau hubungan sebab-akibat di antara variabel-variabel tersebut melalui data numerik.⁵¹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif, yaitu pendekatan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih.² Dalam penelitian ini, hubungan yang dikaji adalah hubungan kausal, di mana variabel bebas (X: persepsi kualitas pelayanan Islami) memengaruhi variabel terikat (Y: minat konsumen).

Dalam penelitian ini ada 1 variabel bebas dan 1 variabel terikat yang akan diteliti yaitu kualitas pelayanan islami (X), dan minat konsumen(Y). berikut adalah penjelasan dari variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini:

1. Variabel Independent

Variabel independent disebut juga pengaruh, bebas, stimulus, dan prediktor. Variabel ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang

⁵¹ Imam Santoso, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Indigo Media, 2021) h.4

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

menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).⁵²

Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan islami.

a. Kualitas Pelayanan Islami

Kualitas pelayanan Islami dalam penelitian ini adalah persepsi konsumen terhadap mutu layanan yang diberikan oleh Khadija Beauty SPA Duri, yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Variabel ini termasuk variabel independen (variabel bebas), yaitu faktor yang diasumsikan berpengaruh terhadap minat konsumen (variabel Y).

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan konsumen.⁵³ Dalam perspektif Islam, kualitas pelayanan tidak hanya dilihat dari aspek teknis dan kepuasan pelanggan, tetapi juga harus sesuai dengan prinsip-prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, ihsan, menjaga aurat, dan menghindari hal-hal yang dilarang agama.⁵⁴ Dengan mengadopsi model CARTER (*Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, Responsiveness*).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau akibat karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikat

⁵² Benny Pasaribu, *Metodologi Penelitian untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Banten: Media Edu Pustaka, 2022) h.66

⁵³ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset, 2016), h. 59.

⁵⁴ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UII Press, 2014), h. 85.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

nya yaitu minat konsumen menggunakan jasa di Khadija Beauty SPA Muslimah Duri.

a. Minat konsumen

Dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan hati atau dorongan psikologis seseorang untuk memilih, menggunakan, atau membeli suatu produk atau jasa tertentu karena adanya ketertarikan dan keyakinan bahwa produk atau jasa tersebut memberikan manfaat. Dalam konteks penelitian ini, minat konsumen merujuk pada ketertarikan Muslimah untuk menggunakan layanan Khadija Beauty SPA Duri yang menekankan kualitas pelayanan Islami.

Menurut Kotler, minat beli konsumen merupakan bagian dari perilaku konsumen yang muncul sebelum keputusan pembelian yang nyata dilakukan, sehingga dapat dijadikan ukuran potensial terhadap sikap konsumen terhadap suatu produk atau jasa.⁵⁵ Dengan kata lain, minat konsumen merupakan gambaran awal tentang seberapa besar peluang konsumen benar-benar melakukan pembelian atau menggunakan jasa.

Indikator Minat Konsumen dapat diukur dengan beberapa indikator berikut:

1) Minat Transaksional

Yaitu kecenderungan konsumen untuk benar-benar melakukan pembelian atau penggunaan jasa. Misalnya, Muslimah memilih langsung melakukan perawatan di Khadija Beauty SPA dibanding spa lain.

⁵⁵ Philip Kotler, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2018),

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Yaitu kecenderungan konsumen untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Misalnya, pelanggan menganjurkan temannya untuk mencoba perawatan di Khadija Beauty SPA.

3) Minat Preferensial

Yaitu kecenderungan konsumen untuk menjadikan suatu produk/jasa sebagai pilihan utama dibanding pesaing. Misalnya, lebih memilih Khadija Beauty SPA dibanding spa konvensional meskipun ada harga lebih murah.

4) Minat Eksploratif

Yaitu kecenderungan konsumen untuk mencari lebih banyak informasi mengenai produk/jasa yang diminatinya. Misalnya, konsumen aktif bertanya tentang paket perawatan Islami, promo, atau layanan baru di Khadija Beauty SPA.

Indikator di atas banyak digunakan dalam penelitian perilaku konsumen dan minat beli, misalnya oleh Ferdinand dan Kotler, yang menegaskan bahwa minat dapat tercermin dari perilaku kecenderungan bertindak sebelum keputusan nyata dilakukan.

D. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu atau kelompok yang menjadi sumber data utama dalam penelitian ini. Dalam konteks judul ini, subjek penelitian adalah konsumen muslimah Khadija Beauty SPA

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

DURI. Pemilihan subjek ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman nyata dalam merasakan kualitas pelayanan Islami yang diberikan, sehingga mampu memberikan penilaian yang lebih objektif terhadap pelayanan yang diterima.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian menurut sugiyono yaitu sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, valid, dan reliable tentang suatu hal.⁵⁶ Objek dalam penelitian ini adalah pengaruh persepsi kualitas pelayanan Islami terhadap minat konsumen Khadija Beauty SPA Duri dalam Perspektif Ekonomi Syariah.

E. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian yang meliputi objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada subjek yang dipelajari tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut.⁵⁷ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Muslimah yang pernah menggunakan jasa Khadija Beauty SPA Duri.

⁵⁶ Ilham Raka Guntara, *Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama*, *Public Service And Governance Journal* vol.4 No.1 (2023)h.7

⁵⁷ Nur Fadilah Amin, *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian*, *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer* Vol.14 No.1 (2023) h.18

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Karakteristik populasi penelitian adalah:

- a. Beragama Islam (khusus Muslimah).
- b. Pernah menggunakan jasa perawatan minimal satu kali di Khadija Beauty SPA Duri.
- c. Berusia minimal 17 tahun (dianggap sudah dapat mengambil keputusan konsumsi sendiri).

Dengan kriteria tersebut, populasi penelitian bersifat tidak terbatas (infinite) karena jumlah keseluruhan konsumen yang datang dapat terus bertambah dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan teknik penentuan sampel.

2. Sampel

Sampel yaitu bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini jika populasi berjumlah besar dan penulis tidak mungkin menghitung semua data pada populasi, karena terdapat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, maka penulis mengambil sampel dari populasi. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah sebuah metode sampling non random sampling dimana periset memastikan pengutipan ilustrasi melalui metode menentukan identitas yang cocok dengan tujuan riset sehingga diharapkan bisa menanggapi kasus riset.⁵⁸

⁵⁸ Ika Lenaini, *Teknik Pengambilan Sampel Purposive dan Snowball Sampling*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam vol.6 No.1 h.2

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Oleh karena itu, penulis menggunakan teknik *pusrpositive sampling* dengan tujuan kriteria sampel yang diperoleh pada penelitian sesuai dengan penelitian yang hendak dilakukan. Untuk ukuran sampel penelitian, Roscoe memberikan saran-saran tentang ukuran sampel yang akan diteliti yakni sebagai berikut:

- a. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
- b. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya: pria-wanita, pegawai negeri-swasta, dan lain-lain), maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
- c. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen+dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$
- d. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana, yang menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 sampai dengan 20.⁵⁹ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen Muslimah yang pernah menggunakan jasa Khadija Beauty SPA Duri. Sampel penelitian ini yaitu konsumen Muslimah Khadija Beauty SPA Duri yang memenuhi kriteria,

⁵⁹ Nur Fadilah Amin, *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian*, Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer vol.14 No.1 h.29

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Fenti Hikmawati, teknik purposive sampling merupakan metode pengambilan subjek yang tidak bergantung pada strata, acak, maupun wilayah, melainkan didasarkan pada tujuan khusus. Teknik ini biasanya digunakan karena adanya pertimbangan-pertimbangan tertentu seperti memilih responden yang paling relevan dan memiliki pengalaman cukup terkait layanan yang diteliti.⁶⁰ Selain itu, teknik ini memastikan bahwa responden yang terpilih benar-benar memiliki pengalaman nyata terkait layanan yang menjadi objek. Meskipun teknik penentuan subjek adalah purposive sampling, peneliti perlu menetapkan jumlah sampel minimal yang secara statistik memadai. Untuk itu, digunakan Rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel minimal (n) dari populasi (N). Rumus Slovin sering digunakan sebagai justifikasi kuantitatif dalam penelitian sosial untuk menentukan batas bawah jumlah sampel. Peneliti menggunakan rumus slovin dengan margin of error sebesar 5%.

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

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

⁶⁰ Fenti Hikmawati, *Metodologi Penelitian* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2020), Cet. Ke-4, h.68

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

e = Margin of Error (tingkat kesalahan) yang diinginkan (misalnya 0,5 hingga 0,1)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{118}{1+118.(0,05)^2} \\
 &= \frac{118}{1+118.0,0025} \\
 n &= \frac{118}{1+0,295} \\
 n &= \frac{118}{1,295} \\
 n &\approx 91,12
 \end{aligned}$$

Jadi, ukuran sampel yang diperlukan adalah sekitar 91 orang.

F. Sumber Data

Data adalah kumpulan informasi yang diperoleh dari suatu pengamatan, dapat berupa angka, lambang atau sifat. Menurut *Webster New World Dictionary*, pengertian data adalah *things known or assumed*, yang berarti bahwa data itu sesuatu yang diketahui atau dianggap. Data dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan atau persoalan. Data yang baik adalah data yang bisa dipercaya kebenarannya (reliable), tepat waktu dan mencakup ruang lingkup yang luas atau bisa memberikan gambaran tentang suatu masalah secara menyeluruh merupakan data relevan.⁶¹ Oleh karena itu diperlukan pengambilan data yang benar. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

⁶¹ Mila Andini, *Perencanaan dan Pembuatan Aplikasi Alumni Siswa, Jurnal Sains dan Informatika* vol.1 No.2 (2019)h.48

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

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut Sugioyono menyatakan bahwa sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan melalui data dari hasil angket atau kuisioner yang diberikan kepada Konsumen Khadija Beauty SPA Muslimah Duri.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikann data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumentasi. Data jenis ini diperoleh penulis dari dokumen-dokumen usaha dan buku-buku literatur yang memberikan informasi tentang masalah yang menyangkut dengan penelitian.⁶²

G. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian teknik pengumpulan data yang digunakan secara umum yakni sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang kompleks karena melibatkan berbagai faktor dalam pelaksanaannya. Metode pengumpulan data observasi tidak hanya mengukur sikap dari responden, namun juga dapat digunakan untuk merekam berbagai

⁶² Nurjanah, *Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan pada Usaha Laundry Bunda*, Jurnal Mahasiswa Vol.1 (2021)h.121

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

fenomena yang terjadi. Dalam penelitian ini, aspek yang di observasi meliputi kondisi fasilitas, proses pelayanan, interaksi karyawan dengan konsumen, serta penerapan nilai-nilai pelayanan islami.

2. Angket (Kuesioner)

Angket adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan pertanyaan-pertanyaan yang telah disusun secara sistematis oleh peneliti. Responden diminta untuk memberikan tanggapan yang dapat diukur melalui opsi jawaban yang telah ditentukan. Angket atau kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari sampel yang lebih besar dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, angket diberikan kepada konsumen Khadija Beauty SPA Duri yang pernah menggunakan layanan secara langsung. Pemilihan konsumen sebagai responden didasarkan pada pertimbangan bahwa mereka memiliki pengalaman menerima pelayanan sehingga mampu memberikan penilaian terhadap persepsi kualitas pelayanan islami dan minat penggunaan layanan tersebut.

3. Dokumentasi

Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari dokumen, arsip, atau bahan tertulis lainnya yang berkaitan dengan fenomena penelitian. Dokumen yang digunakan dapat berupa catatan, laporan, surat, buku, atau dokumen resmi lainnya. Studi dokumentasi memberikan wawasan tentang konteks historis, kebijakan, peristiwa, dan perkembangan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Studi dokumen adalah jenis

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis.⁶³

H. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan metode tertentu, sebelum mengolah data maka diadakan prngumpulan data untuk mencari data yang diperlukan agar suatu system informasi yang dihasilkan nanti tepat dan tidak mengada-ada. Dalam pengolahan data diperlukan proses dari awal hingga akhir dan sampai pada informasi yang utuh, dalam proses itu diperhatikan pengolahan data dan juga besar kapasitas informasi yang akan diperoleh. Pengolahan data adalah kegiatan operasi yang direncanakan untuk mencapai tujuan.⁶⁴ Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif, yaitu suatu proses pendekatan penelitian yang memanfaatkan data numerik yang dapat diukur atau dihitung untuk menjawab pertanyaan penelitian. Untuk pengukuran Kusioner digunakan skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1
Tabel Skala Penilaian

No	Keterangan	Skor	Kode
1	Sangat Kuat	5	SR
2	Kuat	4	R
3	Sedang	3	S
4	Rendah	2	K
5	Sangat Rendah	1	SK

⁶³ Gagah Daruhadi, *Pengumpulan Data Penelitian*, Jurnal Cendikia Ilmiah Vol.3 No.5 (2024) h.8-9

⁶⁴ Muhammad Afifuddin Nur, *Pengolahan Data*, Jurnal Ilmiah Sain dan Teknologi vol.2 No.11 (2024) h.164

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

Uji deskriptif merupakan uji yang bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan meringkas data penelitian sebagaimana adanya tanpa melakukan generalisasi atau penarikan kesimpulan yang berlaku untuk populasi lebih luas. Dalam uji deskriptif data dapat disajikan melalui ukuran-ukuran statistik seperti mean (rata-rata), median, modus, standar deviasi, presentase, dan distribusi frekuensi responden.⁶⁵

2. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam mengukur apa yang ingin diukur. Sisi lain dari pengertian validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan cepat, juga memiliki kecermatan tinggi.

Analisis yang digunakan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Apabila r hitung $>$ r tabel pada tingkat signifikansi tertentu (seperti 0,05 atau 0,01) maka item tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel item tersebut

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), h.147

dianggap tidak valid dan biasanya perlu diperbaiki atau dihapus agar kualitas instrument tetap terjaga.⁶⁶

3. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan terhadap data primer yang didapat dari hasil angket. Untuk melihat kehandalan data tersebut maka dilakukan uji reliabilitas. Kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang pada sampel yang berbeda dan apabila hasil yang didapat konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal(*reliabel*). Sebaliknya, bila alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh tidak konsisten dengan hasil sebelumnya, maka alat ukur tersebut dianggap tidak *reliabel*. Data reliabel didapat dari nilai koefisien alpha (*conbach alpha*) > 60 maka angket tersebut dinyatakan *reliabel*.⁶⁷

4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum pengujian hipotesis, untuk memastikan apakah persamaan pada model regresi dapat diterima secara ekonometrika. Pengujian asumsi klasik dilakukan dengan beberapa uji sebagai berikut:

⁶⁶ Musrifah Mardiani Sanaky, *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Telehu Maluku Utara*, Jurnal Simterik vol 11 No.1 (2021)h.433

⁶⁷ Djuli Sjafei Purba, *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19*, Jurnal Karya Abadi Vol 5 No.2 (2021) h.205

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Untuk mendapatkan hasil yang valid dari uji asumsi klasik, maka perlu diketahui apakah data tersebut sudah berdistribusi normal atau belum. Beberapa cara yang digunakan untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal yaitu dengan uji *kolmogrov-smirnov*, uji *histogram* dan uji *Probability Plot*.

Data berdistribusi normal berdasarkan uji *Kolmogorov-Smirnov* adalah jika hasil pengujian didapat *asyp.sig (2-tailed) > 0,05*, data berdistribusi normal berdasarkan uji *Histogram* adalah jika hasil pengujian didapat sebuah grafik histogram berbentuk lonceng sempurna sedangkan data normal uji *Probability Plot* adalah jika hasil pengujian data didapat titik-titik menyebar sepanjang garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian ini dilakukan dengan cara uji *scatter plot* atau uji *glesjer*.

Berdasarkan hasil uji *scatter plot* jika didapat titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola maka disimpulkan tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya atau pada model regresi tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Jika hasil uji *glesjer* didapat hasil signifikan

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

variabel bebas lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan pada model regresi tidak terjadi kesamaan *variance* residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya.⁶⁸

I. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Sederhana, karena hanya terdapat satu variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan Islami (X) dan satu variabel dependen yaitu Minat Konsumen (Y). Analisis regresi linier sederhana dipilih untuk melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap minat konsumen pada Khadija Beauty SPA Duri

1. Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), apakah bersifat positif atau negatif, serta memprediksi nilai Y berdasarkan nilai X.⁶⁹ Model persamaan regresi linier sederhana dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Minat Konsumen)

X = Variabel independen (Kualitas Pelayanan Islami)

a = Konstanta

⁶⁸ Djuli Sjafei Purba, *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19*, h.205-206

⁶⁹ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018), h. 95.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

b = Koefisien Regresi (arah dan besarnya pengaruh X terhadap Y)

e = Variabel Error (faktor kesalahan)

Apabila hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien regresi bernilai positif, maka dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan Khadija Beauty SPA Duri, semakin tinggi pula minat konsumen. Sebaliknya, jika koefisien regresi bernilai negatif, berarti peningkatan kualitas pelayanan Islami tidak diikuti oleh meningkatnya minat konsumen.

2. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Setelah diketahui hasil perhitungannya, selanjutnya dilakukan perbandingan antara t hitung dengan t tabel. Apabila nilai t hitung $>$ t tabel pada tingkat signifikansi 5 % maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai t hitung $<$ t tabel maka terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap variabel dependen.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol sampai satu (0-1) atau di asumsikan dengan ($0 < R^2 < 1$).

Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai 0 menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.⁷⁰

J. Teknik Penulisan

Setelah data dianalisis, hasilnya disajikan dalam bentuk tulisan dengan menggunakan teknik deduktif dan deskriptif.

1. Deduktif adalah cara berpikir yang dimulai dari pernyataan atau teori yang bersifat umum, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus. Dalam penelitian kuantitatif, pendekatan deduktif digunakan untuk menguji teori atau hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya melalui proses pengumpulan dan analisis.⁷¹
2. Deskriptif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk menjelaskan secara sistematis dan jelas. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terkait kondisi,

⁷⁰ Ardiyan Natoon, Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan WP Badan (UMKM) Di Kota Palembang, *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* vo.2 No.2 (2019)h.106

⁷¹ Aries Veronica et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Pt. Global Eksekutif Teknologi*, cet. 1 (Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022). h. 47

keadaan, atau fenomena yang menjadi objek penelitian tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel tersebut.⁷²

K. Definisi Operasional Variabel dan Indikator

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel dan Indikator

No	Variabel	Indikator	Skala Pengukuran	Pengukuran Operasional
1	Kualitas Pelayanan Islami (X).	<p>1. Compliance: Kepatuhan pegawai terhadap standar Islami, Penggunaan produk halal, Konsistensi layanan, Kepatuhan terhadap etika Islami, Transparansi Layanan.</p> <p>2. Tangibles Islami: fasilitas bersih, nyaman, sesuai syariat (tidak bercampur laki-laki & perempuan, tempat tertutup, alat halal)</p> <p>3. Reliability (Amanah): ketepatan layanan, konsistensi jadwal, hasil sesuai janji</p> <p>4. Responsiveness: kecepatan karyawan dalam melayani, menjawab pertanyaan, membantu kebutuhan konsumen</p> <p>5. Assurance (Keamanan & Syariah): keamanan, profesionalitas, layanan sesuai syariah (menjaga aurat, halal)</p>	Skala Likert 1-5	Kuesioner (Angket)

⁷² Riza Bahtiar Sulistyan Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal, *Metode Penelitian Kuantitatif*, edisi 3 (Lumajang, Jawa Timur: Widya Gama Press, 2021). h. 76

© Hak cipta milik 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.

		6. Empathy (Adab Islami): keramahan, sopan santun, penghormatan sesuai adab Islam		
2	Minat Konsumen (Y).	1. Minat Transaksional: keinginan membeli/ menggunakan jasa 2. Minat Referensial: kecenderungan merekomendasikan ke orang lain 3. Minat Preferensial: memilih Khadija Beauty SPA dibanding pesaing 4. Minat Eksploratif: mencari informasi lebih lanjut tentang layanan	Skala Likert 1-5	Kuesioner(Angket).

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

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi Kualitas pelayanan Islami secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat konsumen Khadija Beauty SPA Duri. Hal ini dibuktikan dari hasil uji regresi linier sederhana yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan persamaan regresi $Y = 15,949 + 0,394X$. Artinya, setiap peningkatan pada kualitas pelayanan Islami akan diikuti oleh peningkatan pada minat konsumen. Nilai R Square sebesar 0,375 menunjukkan bahwa sebesar 37,5% variasi minat konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan Islami, sedangkan 62,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Secara simultan, seluruh dimensi kualitas pelayanan Islami memiliki pengaruh signifikan terhadap minat konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Islami bukan hanya menciptakan kepuasan, tetapi juga menumbuhkan loyalitas dan keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.
2. Dalam perspektif ekonomi syariah, penerapan nilai-nilai Islami pada Khadija Beauty SPA Duri telah sesuai dengan prinsip maqasid al-syari'ah. Penerapan prinsip keadilan, amanah, serta pelayanan halal dan penerapan dimensi-dimensi dalam Model CARTER (*Compliance, Assurance,*

Reliability, Tangibels, Empathy, dan Responsiveness) tidak hanya meningkatkan persepsi kualitas pelayanan Islami, tetapi juga berimplikasi langsung terhadap peningkatan minat konsumen, karena konsumen merasa memperoleh pelayanan yang amanah, profesional, dan sesuai nilai syariah. Hal menunjukkan bahwa praktik bisnis yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan duniawi, tetapi juga pada nilai keberkahan dan kemaslahatan bagi konsumen.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Khadija Beauty SPA Duri, diharapkan agar terus meningkatkan kualitas pelayanan Islami dengan memperkuat aspek *responsiveness* dan *empathy*, seperti meningkatkan kecepatan pelayanan, memperhatikan kenyamanan pelanggan, serta menjaga komunikasi yang sopan dan beretika Islami.
2. Khadija Beauty SPA Duri sebaiknya melakukan pelatihan berkala bagi seluruh karyawan terkait penerapan nilai-nilai pelayanan Islami dan etika bisnis syariah, agar konsistensi dalam pelayanan tetap terjaga sesuai prinsip kejujuran (*shiddiq*), amanah, dan ihsan.
3. Dalam hal fasilitas fisik (*tangibles*), disarankan untuk terus menjaga kebersihan, kenyamanan, serta suasana Islami di lingkungan spa agar

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

memberikan pengalaman yang menyenangkan secara spiritual dan fisik bagi pelanggan Muslimah.

4. Bagi masyarakat atau konsumen, disarankan agar lebih selektif dalam memilih jasa perawatan kecantikan dengan mempertimbangkan aspek kehalalan produk, privasi, dan nilai-nilai Islami agar kegiatan perawatan tetap sesuai dengan prinsip syariah.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas variabel penelitian seperti menambahkan variabel kepuasan konsumen atau loyalitas pelanggan, serta memperluas objek penelitian ke beberapa spa Muslimah lain agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap perilaku konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

A. Al-Qur'an

Kementrian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2017

B. Buku

Al-Bukhari, *Shahih Al-Bukhari, Kitab al-Buyu'*, Jakarta: Darus Sunnah, 2011.

Al-Maraghi, A. M. *Terjemah Tafsir al-Maraghi*, Jilid 14, Semarang: CV Toha Putra, 1992

Ascarya (2014), *Ekonomi Islam: Pendekatan Epistimologi, Teori dan Aplikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers)

Augusty Ferdinand (2020), *Teori Perilaku & minat konsumen, Metode Penelitian Manajemen* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro)

Beinny Pasaribu (2022), *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, (Bantein: Meidia Eldu Pustaka)

Buchari Alma (2016), *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta)

Dadang Muljawan dkk (2020), *Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Dapitermein Ekonomi dan Keuangan Syariah)

Fandy Tjiptono (2016), *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset)

Fenti Hikmawati (2020), *Metodologi Penelitian* (Depok: PT Rajagrafindo Persada)

Ibnu Hajar al-'Asqalani. *Fathul Bari: Syarah Shahih al-Bukhari*, Jilid IV. Jakarta: Pustaka Azzam, 2008

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

Imam Santoso (2021), *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Tangerang: Indigo Media)

Muhammad (2019), *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UII Pers, 2019)

- Philip Kotler (2018), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga)
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita dkk (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jawa Timur: Widya Gama Press)
- Sugiyono (2018), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta)

C. Jurnal

- Adisa Nanda Rinjani (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon Muslimah Sayyidah Depok*, Journal Of Educational and Cultural Studies Vol.2 No.1
- Alif Nur Rahmadi (2016), *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri*, Jurnal Ekonomi Vol.1(No.2) <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.13>
- Andre Syah Nandra dkk, *Definisi, Konsep dan Manfaat Ekonomi Syari'ah*, Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syari'ah Vol.3 (No.2)
- Anjar Arista Sari & Sri Abidah Suryaningsih (2020), *"Pengaruh Promosi Islami dan Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Tabungan Emas Studi Pada Nasabah Tabungan Emas Pegadaian Syariah Kabupaten Gresik"* Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam Vol.3 (No.2)
- Ardiyanto (2019), *Faktor-Faktor Demografi Yang Berdampak Terhadap Kepatuhan WP Badan (UMKM) Di Kota Palembang*, Jurnal Riset Terapan Akuntansi Vol.2 (No.2)
- Djuli Sjafei Purba (2021), *Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun di Masa Pandemi Covid 19*, Jurnal Karya Abadi Vol.5 (No.2)

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

- Fahrur Rosi (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dalam meningkatkan kepuasan Pelanggan Mutawazin*, Jurnal Ekonomi Syari'ah Vol.4 (No.2)
- Felya dkk (2020), *Pengaruh Theory Planned Behavior Terhadap Minat Kewirausahaan Mahasiswa Universitas Tarumanagara*, Jurnal Manejerial dan Kewirausahaan Vol.2 (No.1)
- Gagah Daruhadi (2024), *Pengumpulan Data Penelitian*, Jurnal Cendikia Ilmiah Vol.3 (No.3)
- Ika Nelaini (2021), *Teknik Pengambilan Sampel Puposive dan Snowball Sampling*, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Vol.6 (No.1)
- Ilham Raka Guntara (2023), *Strategi Komunikasi Dinas Pengendalian Penduduk Keluarga Berencana Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Kabupaten Kampar Menuju Kota Layak Anak Tingkat Utama*, Jurnal Public Service And Governance Vol.4 (No.1)
- Miftahul Hadi dan Agus Eko Sujianto (2022), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Display Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Multy Pet Shop Talun Blitar*, Jurnal Cakrawala Ilmiah, Vol.1 (No. 9)
- Mila Andini (2019), *Perencanaan dan Pembuatan Aplikasi Alumni Siswa*, Jurnal Sains dan Informatika Vol.1 (No.2)
- Muchisinin (2020), *Teori Hipotesa dan Proposisi Penelitian*, Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan Vol.2 (No.2)
- Muhammad Afifuddin Nur (2024), *Pengelolaan Data*, Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi Vol.2 (No.11)
- Musrifah Mardiani Sanaky (2021), *Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Maluku Utara*, Jurnal Simterik Vol.11 (No.1)

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

- Nur Fadhilah Amin (2023), *Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian*, Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer Vol.14 No.1
- Nurjanah (2021), *Analisis Kepuasan Konsumen Dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda*, Jurnal Mahasiswa Vol.1
- Prilly A Rizqa (2022), *Implementasi Konsep Pariwisata SPA Halal pada salon dan SPA di kota Padang*, Jurnal Pariwisata Indonesia
- Roynaldus Agung (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Borwita Citra Prima Maumere*, Jurnal Penelitian Mahasiswa Vol.3 (No.1)
- Zhahara Yusra (2021), *Pengelolaan LKP Pada Masa Pandemi COVID-19*, Journal Of Lifelong Learning Vol.4 (No.1)

D. Sumber Lainnya

- Antara News / Kompas. 2022. Bank Indonesia, BI: Konsumsi produk halal RI bakal tumbuh mencapai 281,6 miliar dollar AS pada tahun 2025. *Antara News / Kompas*, 14 Maret.
- Kontan. (2023, 22 Juli). Pendapatan industri kecantikan dan perawatan pribadi Indonesia capai US\$8,09 miliar. *Kontan*.
<https://industri.kontan.co.id/news/pendapatan-industri-kecantikan-dan-perawatan-pribadi-indonesia-capai-us809-miliar>
- Tempo.co. (2023, 18 April). Survei Populix: Logo halal jadi pertimbangan penting konsumen Muslim di Indonesia, terlebih saat Ramadan. *Tempo.co*.
- Jumlah Penduduk Menurut Agama di Riau, “Kementrian Agama (Satu Data Kemenag), dataset “*jumlah penduduk menurut agama*”, Data Tahun 2023.

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

Lampiran 1

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT KONSUMEN KHADIJA BEAUTY SPA DURI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Terima kasih atas partisipasi saudara/I menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kuesioner salah satu instrumen penelitian yang dilakukan oleh :

Nama : HANDINI PRADILA

Nim : 12120525000

Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Fakultas : SYARIAH DAN HUKUM

Untuk memenuhi tugas akhir penyelesaian Skripsi Program Sarjana. Maka peneliti telah merealisasikan penelitian skripsi yang berjudul : **"Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah"**. Untuk itu saya melakukan penyebaran kuesioner guna mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Mengingat penelitian ini hanya untuk keperluan akademik, maka peneliti berharap kepada responden dapat mengisinya secara objektif dan benar adanya agar kuesioner ini menghasilkan data yang valid dan akurat.

Saya sangat menghargai waktu saudara/I untuk mengisi kuesioner ini dan menjamin kerahasiaan identitas saudara/I. Demikian kuesioner ini diberikan, mohon kiranya saudara/I mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini. Atas bantuan dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb

Peneliti,

HANDINI PRADILA

A. Penjelasan dan Petunjuk Pengisian Kuisioner:

Isilah pernyataan kuesioner berikut ini sesuai dengan jawaban yang tersedia dan diberi tanda check list (√) pada kolom yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut:

SR = Sangat Rendah (0,00 – 0,199)

R = Rendah (0,20 – 0,399)

S = Sedang (0,40 – 0,599)

K = Kuat (0,60 – 0,799)

SK = Sangat Kuat (0,80 – 1,000)

Petunjuk:

1. Jawablah pertanyaan berikut dengan jujur.
2. Tidak ada jawaban benar atau salah.
3. Data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya.

B. Identitas Kuisioner

1. Nama :
2. Jenis kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir:
5. Lama Menjadi Konsumen Khadija Beauty SPA Duri:
☐ <6 bulan ☐ 6–12 bulan ☐ 1–2 tahun ☐ >2 tahun
6. Frekuensi Kunjungan: ☐ 1x/bulan ☐ 2–3x/bulan ☐ >3x/bulan

C. Formulir Koesioner

1. KUALITAS PELAYANAN ISLAMI (X)

No	Indikator Persepsi Kualitas Pelayanan Islami	Jawaban				
		SR	R	S	K	SK
1	Pegawai selalu mematuhi standar layanan Islami.					
2	Layanan diberikan secara konsisten sesuai etika Islami.					
3	Informasi layanan dan harga disampaikan secara transparan.					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Assurance (Jaminan)		SR	R	S	K	SK
1	Konsumen merasa aman saat menerima layanan.					
2	Pegawai menunjukkan profesionalitas tinggi.					
3	Layanan dijalankan sesuai prinsip syariah (menjaga aurat, produk halal).					
Reliability (Keandalan)		SR	R	S	K	SK
1	Layanan diberikan tepat waktu sesuai janji.					
2	Jadwal perawatan selalu konsisten.					
3	Hasil layanan sesuai dengan yang dijanjikan.					
Tangibles (Bukti Fisik)		SR	R	S	K	SK
1	Fasilitas SPA terasa nyaman dan mendukung etika Islami.					
2	Tempat layanan tertutup dan menjaga privasi konsumen.					
3	Produk dan peralatan SPA memiliki label halal yang mudah terlihat dan dipahami.					
Empathy (Empati)		SR	R	S	K	SK
1	Pegawai bersikap ramah kepada semua konsumen.					
2	Pegawai menghormati konsumen sesuai adab Islami.					
3	Pelayanan disesuaikan dengan kebutuhan individual konsumen.					
Responsiveness (Daya Tanggap)		SR	R	S	K	SK
1	Pegawai segera menanggapi kebutuhan saya saat sedang melakukan perawatan.					
2	Pegawai memberikan solusi dengan cepat jika ada kendala atau pertanyaan.					
3	Pegawai siap membantu dengan ramah tanpa menunda layanan.					

2. MINAT KONSUMEN (Y)

No	Indikator Minat Konsumen	Jawaban				
	Minat Transaksional	SR	R	S	K	SK
1	Saya berniat menggunakan layanan Khadija Beauty SPA Duri secara rutin.					
2	Saya merasa tertarik untuk mencoba layanan baru yang ditawarkan SPA ini.					
3	Saya cenderung memilih Khadija Beauty SPA Duri ketika membutuhkan perawatan					
	Minat Referensial	SR	R	S	K	SK
1	Saya akan merekomendasikan Khadija					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

2	Beauty SPA Duri kepada teman atau keluarga.					
3	Saya merasa nyaman untuk menyarankan layanan SPA ini kepada orang lain.					
3	Saya cenderung membagikan pengalaman positif saya tentang SPA ini ke lingkungan sekitar.					
	Minat Preferensial	SR	R	S	K	SK
1	Saya lebih memilih Khadija Beauty SPA Duri dibanding SPA lain.					
2	Saya merasa pelayanan di SPA ini lebih sesuai dengan kebutuhan saya daripada pesaing.					
3	Saya tetap setia menggunakan SPA ini meskipun ada pilihan lain di daerah yang sama.					
	Minat Eksploratif	SR	R	S	K	SK
1	Saya aktif mencari informasi terbaru tentang layanan Khadija Beauty SPA Duri.					
2	Saya tertarik mengetahui promosi, paket, atau produk baru SPA ini.					
3	Saya merasa penasaran dan ingin mengeksplorasi layanan lain yang ditawarkan SPA ini.					

Lampiran 2

TANGGAPAN RESPONDEN

Kualitas Pelayanan Islami (X1)

inde x	X 1	X 2	X 3	X 4	X 5	X 6	X 7	X 8	X 9	X1 0	X1 1	X1 2	X1 3	X1 4	X1 5	X1 6	X1 7	X1 8	T X
1	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	64
2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	45
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	73
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	64
5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	60
6	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	57
7	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	84
8	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	55
9	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	69
10	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	65
11	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	68
12	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	70
13	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	44
14	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	65
15	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	78
16	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
17	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	40
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	86
19	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	52
20	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	74
21	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	65
22	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	43
23	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	84
24	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	55
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	57
26	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	28
27	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	59
28	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	69
29	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	66
30	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	44
31	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	59
32	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	50
33	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	41
34	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	52
35	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	70
36	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	52
37	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	64
38	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	69
39	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	45
40	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	61
41	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	69
42	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	73
43	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	70

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

44	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	50
45	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	70
46	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	66
47	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	47
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	89
49	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	65
50	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	64
51	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	64
52	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	67
53	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	57
54	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	67
55	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	53
56	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	67
57	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	2	3	3	56
58	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	64
59	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	57
60	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	69
61	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	50
62	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	60
63	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	71
64	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	63
65	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	60
66	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	35
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	52
68	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	54
69	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	50
70	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	47
71	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	65
72	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	58
73	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	60
74	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	73
75	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	51
76	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
77	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	78
78	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	66
79	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	50
80	4	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	60
81	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	65
82	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	72
83	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	62
84	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	59
85	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	58
86	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	63
87	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	53
88	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	70
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	54
90	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	61
91	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	59

Minat Konsumen (Y)

index	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TY
1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	47
2	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	39
3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	48
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
6	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	4	3	41
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
8	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	3	49
9	3	4	3	2	4	3	4	4	3	4	4	4	42
10	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	42
11	4	3	3	3	2	4	3	4	4	3	4	3	40
12	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	41
13	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	35
14	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	43
15	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	52
16	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	38
17	4	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	33
18	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	44
19	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	35
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
21	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	38
22	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	44
23	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	49
24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	38
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
26	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	23
27	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	40
28	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	41
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	36
30	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	34
31	2	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	32
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
33	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	35
34	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	39
35	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	47
36	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	31
37	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	31
38	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	44
39	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	34
40	4	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	41
41	2	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	37
42	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	52
43	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	49
44	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	26
45	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	40
46	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	42
47	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	25
48	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	50

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

49	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	41
50	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	41
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
52	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	54
53	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	38
54	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46
55	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	33
56	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	57
57	4	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	39
58	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	3	44
59	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	37
62	2	3	1	2	2	3	1	2	2	3	3	2	26
63	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
64	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	42
65	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	32
66	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	3	2	35
67	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	34
68	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	46
69	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	27
70	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	36
71	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	39
72	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	37
73	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	1	3	31
74	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	46
75	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	38
76	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	40
77	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	40
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
79	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3	4	41
80	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	35
81	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	42
82	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	44
83	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	37
84	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	45
85	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	29
86	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	38
87	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	46
88	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	44
89	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	26
90	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	35
91	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	37

Lampiran 3

Hasil Olah SPSS

Descriptives

Notes

Output Created		11-OCT-2025 07:42:37
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	All non-missing data are used.
Syntax	DESCRIPTIVES VARIABLES=TX TY /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Persepsi Kualitas Pelayanan Islami	91	28	89	60.82	11.083
Minat Konusmen	91	23	60	39.90	7.127
Valid N (listwise)	91				

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 TX

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Correlations

Notes

Output Created		11-OCT-2025 07:43:02
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 TX /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,03
	Elapsed Time	00:00:00,04

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13
X1	Pearson Correlation	1	.629	.592	.682	.594	.680	.609	.567	.586	.653	.681	.617	.582
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2	Pearson Correlation	.629	1	.535	.729	.623	.649	.696	.593	.725	.558	.593	.738	.703
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X3	Pearson Correlation	.592	.535	1	.637	.546	.515	.502	.523	.484	.501	.599	.573	.579
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

© 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:

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

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
	X4	Pearson Correlation	.682**	.729**	.637**	1	.722**	.685**	.720**	.678**	.685**	.622**	.766**	.729**	.667**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X5	Pearson Correlation	.594**	.623**	.546**	.722**	1	.575**	.595**	.637**	.645**	.563**	.681**	.658**	.643**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X6	Pearson Correlation	.680**	.649**	.515**	.685**	.575**	1	.662**	.625**	.639**	.648**	.683**	.648**	.645**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
State Islamic University of Sultan Syarif Hassan	X7	Pearson Correlation	.609**	.696**	.502**	.720**	.595**	.662**	1	.613**	.716**	.587**	.647**	.690**	.636**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X8	Pearson Correlation	.567**	.593**	.523**	.678**	.637**	.625**	.613**	1	.704**	.598**	.693**	.603**	.677**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X9	Pearson Correlation	.586**	.725**	.484**	.685**	.645**	.639**	.716**	.704**	1	.630**	.682**	.794**	.632**
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
		N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	X10	Pearson Correlation	.653**	.558**	.501**	.622**	.563**	.648**	.587**	.598**	.630**	1	.602**	.622**	.597**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

X11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.681	.593	.599	.766	.681	.683	.647	.693	.682	.602	1	.658	.592
X12	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.617	.738	.573	.729	.658	.648	.690	.603	.794	.622	.658	1	.662
X13	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.582	.703	.579	.667	.643	.645	.636	.677	.632	.597	.592	.662	1
X14	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.700	.522	.514	.655	.600	.570	.469	.579	.494	.577	.615	.526	.549
X15	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.630	.614	.503	.713	.715	.625	.651	.636	.630	.538	.623	.584	.636
X16	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.701	.691	.618	.705	.577	.685	.650	.678	.685	.659	.701	.677	.667
X17	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.701	.691	.618	.705	.577	.685	.650	.678	.685	.659	.701	.677	.667

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

X17	Pearson Correlation	.618**	.501**	.492**	.620**	.584**	.613**	.532**	.696**	.649**	.615**	.618**	.587**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X18	Pearson Correlation	.635**	.675**	.590**	.695**	.670**	.661**	.655**	.598**	.676**	.555**	.642**	.686**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Kualitas Pelayanan Islami	Pearson Correlation	.808**	.811**	.709**	.878**	.801**	.815**	.803**	.807**	.833**	.766**	.835**	.832**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

Correlations

		X14	X15	X16	X17	X18	Kualitas Pelayanan Islami
X1	Pearson Correlation	.700**	.630**	.701**	.618**	.635**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X2	Pearson Correlation	.522**	.614**	.691**	.501**	.675**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X3	Pearson Correlation	.514**	.503**	.618**	.492**	.590**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X4	Pearson Correlation	.655**	.713**	.705**	.620**	.695**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

X5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X6	Pearson Correlation	.600	.715	.577	.584	.670	.801
X7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X8	Pearson Correlation	.570	.625	.685	.613	.661	.815
X9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X10	Pearson Correlation	.469	.651	.650	.532	.655	.803
X11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X12	Pearson Correlation	.579	.636	.678	.696	.598	.807
X13	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X14	Pearson Correlation	.494	.630	.685	.649	.676	.833
X15	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X16	Pearson Correlation	.577	.538	.659	.615	.555	.766
X17	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X18	Pearson Correlation	.615	.623	.701	.618	.642	.835
X19	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91
X20	Pearson Correlation	.526	.584	.677	.587	.686	.832
X21	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

X13	Pearson Correlation	.549**	.636**	.667**	.624**	.583**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X14	Pearson Correlation	1	.600**	.596**	.628**	.566**	.738**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X15	Pearson Correlation	.600**	1	.678**	.620**	.669**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X16	Pearson Correlation	.596**	.678**	1	.707**	.695**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X17	Pearson Correlation	.628**	.620**	.707**	1	.643**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
X18	Pearson Correlation	.566**	.669**	.695**	.643**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91
Kualitas Pelayanan Islami	Pearson Correlation	.738**	.804**	.854**	.783**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

Correlations

Notes

Output Created	11-OCT-2025 07:43:22	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 TY /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00,05
	Elapsed Time	00:00:00,08

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
Y1	Pearson Correlation	1	.601**	.644**	.631**	.533**	.566**	.609**	.568**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	.601**	1	.681**	.612**	.648**	.582**	.572**	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk 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

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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:

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

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

Y3	Pearson Correlation	.644**	.681**	1	.710**	.608**	.692**	.602**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	.631**	.612**	.710**	1	.582**	.646**	.579**	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y5	Pearson Correlation	.533**	.648**	.608**	.582**	1	.476**	.608**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	.566**	.582**	.692**	.646**	.476**	1	.524**	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y7	Pearson Correlation	.609**	.572**	.602**	.579**	.608**	.524**	1	.558**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y8	Pearson Correlation	.568**	.533**	.553**	.504**	.543**	.569**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y9	Pearson Correlation	.616**	.600**	.574**	.565**	.488**	.513**	.542**	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
Y10	Pearson Correlation	.535**	.523**	.577**	.513**	.546**	.509**	.568**	.514**
	Sig. (2-tailed)								
	N								

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Y1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.558**	.564**	.517**	.473**	.438**	.620**	.592**	.603**
Y12	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.539**	.527**	.708**	.576**	.522**	.569**	.539**	.555**
Y11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.790**	.799**	.844**	.792**	.752**	.784**	.785**	.756**
Minat Konusmen	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91	91
	Pearson Correlation	.790**	.799**	.844**	.792**	.752**	.784**	.785**	.756**

Correlations

		Y9	Y10	Y11	Y12	Minat Konusmen
Y1	Pearson Correlation	.616**	.535**	.558**	.539**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
Y2	Pearson Correlation	.600**	.523**	.564**	.527**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
Y3	Pearson Correlation	.574**	.577**	.517**	.708**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91
Y4	Pearson Correlation	.565**	.513**	.473**	.576**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

Y5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y6	Pearson Correlation	.488	.546	.438	.522	.752
Y7	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y8	Pearson Correlation	.513	.509	.620	.569	.784
Y9	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y10	Pearson Correlation	.542	.568	.592	.539	.785
Y11	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y12	Pearson Correlation	.527	.514	.603	.555	.756
Y13	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y14	Pearson Correlation	1	.591	.564	.520	.758
Y15	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y16	Pearson Correlation	.591	1	.540	.566	.744
Y17	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
		91	91	91	91	91
Y18	Pearson Correlation	.564	.540	1	.547	.754
Y19	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
		91	91	91	91	91
Y20	Pearson Correlation	.520	.566	.547	1	.767
Y21	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

	N	91	91	91	91	91
Minat Konusmen	Pearson Correlation	.758**	.744**	.754**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91

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

RELIABILITY

/VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

Reliability

Notes

Output Created	11-OCT-2025 07:43:39	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7 X8 X9 X10 X11 X12 X13 X14 X15 X16 X17 X18 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01

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

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	18

Reliability

Notes

Output Created	11-OCT-2025 07:43:50	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
	Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Syntax

		RELIABILITY
		/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5
		Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12
		/SCALE('ALL VARIABLES')
		ALL
		/MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,08

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	91	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	91	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	12

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Regression

Notes

Output Created	11-OCT-2025 07:44:57	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	91
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.
Syntax	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TY /METHOD=ENTER TX /SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED) /RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID.	
Resources	Processor Time	00:00:01,66
	Elapsed Time	00:00:01,03
	Memory Required	3648 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	680 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Kualitas Pelayanan Islami ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Minat Konusmen

b. All requested variables entered.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.368	5.667

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami

b. Dependent Variable: Minat Konusmen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1714.331	1	1714.331	53.390	.000 ^b
	Residual	2857.779	89	32.110		
	Total	4572.110	90			

a. Dependent Variable: Minat Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan Islami

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	15.949	3.331		4.788	.000
	Kualitas Pelayanan Islami	.394	.054	.612	7.307	.000

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

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Persepsi Kualitas Pelayanan Islami	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Konusmen

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions	
				(Constant)	Kualitas Pelayanan Islami
1	1	1.984	1.000	.01	.01
	2	.016	11.127	.99	.99

a. Dependent Variable: Minat Konusmen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	26.98	51.00	39.90	4.364	91
Std. Predicted Value	-2.962	2.542	.000	1.000	91
Standard Error of Predicted Value	.594	1.866	.801	.256	91
Adjusted Predicted Value	27.46	51.09	39.90	4.370	91
Residual	-13.577	14.667	.000	5.635	91
Std. Residual	-2.396	2.588	.000	.994	91
Stud. Residual	-2.409	2.607	.001	1.005	91
Deleted Residual	-13.728	14.882	.006	5.759	91
Stud. Deleted Residual	-2.478	2.698	.001	1.017	91
MaHal. Distance	.000	8.771	.989	1.531	91
Cook's Distance	.000	.126	.011	.019	91
Centered Leverage Value	.000	.097	.011	.017	91

a. Dependent Variable: Minat Konusmen

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

Charts

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

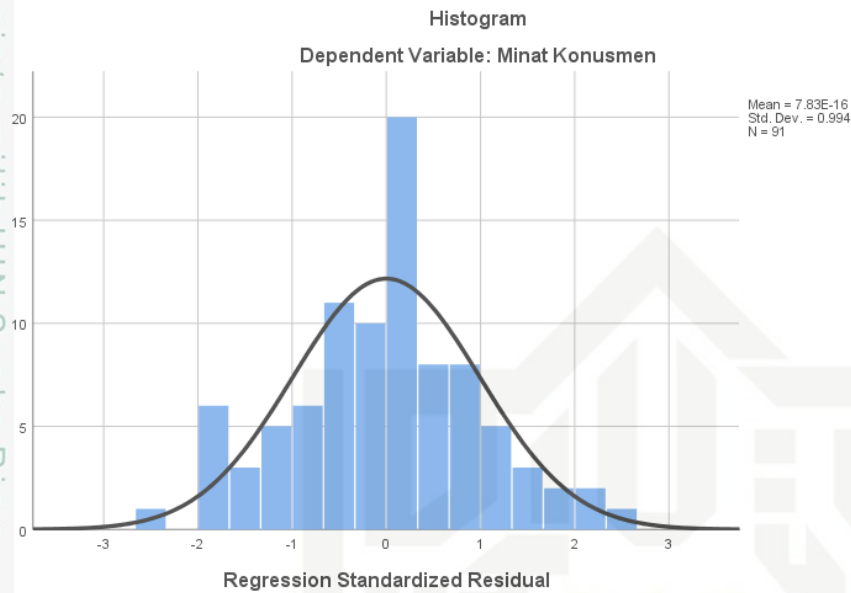
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

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

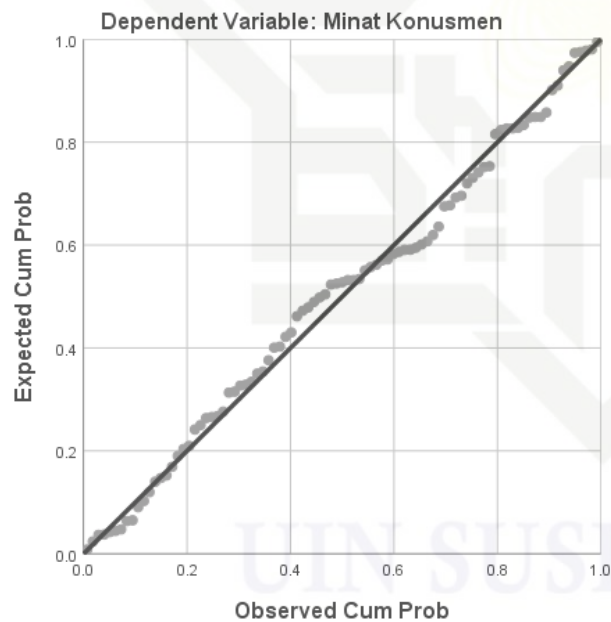
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



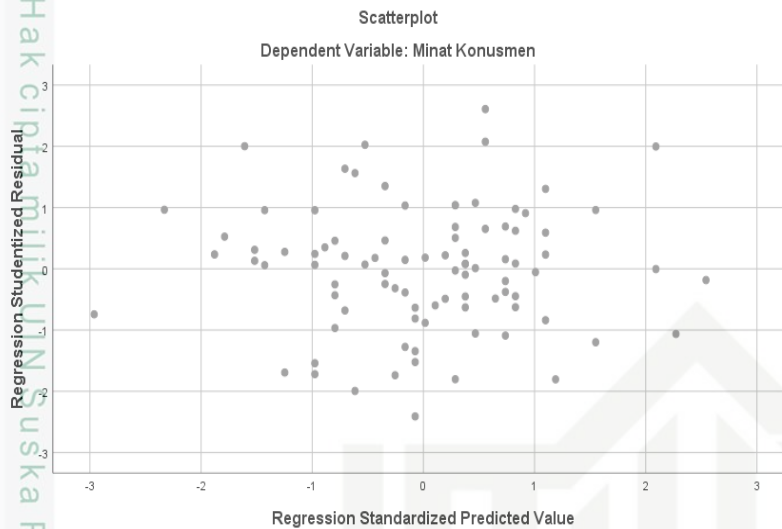
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.63498923
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.062
	Negative	-.055
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 4

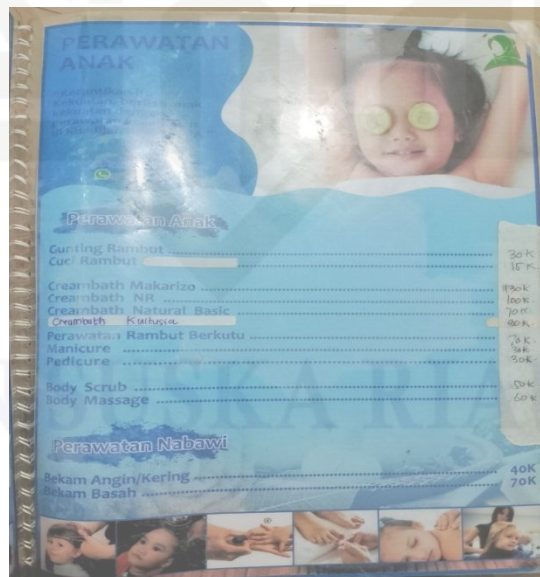
Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

PERAWATAN TUBUH

"Menjauhi diri dengan berbagai deals perawatan tubuh terbaik."

Jl. Desaharapan
0823 8612 0361
0822 8438 6560

Foot SPA	35k
Sauna Biasa	30k
Sauna Rempah	40k
Body Scrub Bengkoang	45k
Body Scrub Coffee	50k
Foot 30 Menit	60k
Masker Tubuh	35k
Pijat Minyak Jahe 30 Menit	70k
Tukar Minyak Jahe	10k
Perawatan Punggung	80k
Perawatan Payudara	60k
Foot 60 Menit	75k
Manicure	25k
Pedicure	30k
Waxing Ketiak	45k
Waxing Tangan	10k
Waxing Kaki	120k
Perawatan Kewanitaan (V-Ratus)	35k

PERAWATAN WAJAH

"Cantik itu pilihan, ketulusan serta bahagia yang selalu diupayakan hadir dihatimu sendiri dan orang lain, itulah kecantikan sejati."

Jl. Desaharapan
0823 8612 0361
0822 8438 6560

Facial Aloe Vera	105k
Facial Coffee	55k
Facial Chocolate	55k
Facial Gold	105k
Facial Lumpur	105k
Facial Wardah	75k
Totok Wajah Bengkoang	110k
Totok Wajah Cokelat	100k
Totok Wajah Coffee	90k
Totok Wajah Gold	105k
Totok Wajah Lumpur	70k
Totok Wajah Aloe Vera	70k
Perawatan Mata	35k
Setrika Wajah	120k

PERAWATAN WEDDING

"Karena Pernikahan adalah hari yang Sangat Spesial, perkenalkan perawatan Pre-Wedding anda pada Khudat Beauty SPA"

Jl. Desaharapan
0823 8612 0361
0822 8438 6560

Paket Wedding Samawa

Foot SPA	
Sauna Tubuh	
Pijat Jahe 30 Menit	
Body Scrub Madu	
Facial Aloe Vera	
Totok Wajah	600k
Perawatan Mata	
Creambath NR / Loreal	
Manicure	
Pedicure	
Waxing Ketiak	

Paket Wedding Jannati

Foot SPA	
Sauna Tubuh	
Pijat 30 Menit	
Body Scrub Bengkoang	
Facial Kosmetik	350k
Creambath Biasa	
Manicure	
Pedicure	
Waxing Ketiak	

PERAWATAN RAMBUT

"Rambut itu Mahkota, Mahkota itu Berharga, Rambut tetap indah dengan perawatan di Khudat Beauty SPA"

Jl. Desaharapan
0823 8612 0361
0822 8438 6560

Gunting Rambut	45k
Gunting Poni	10k
Cuci Rambut	20k
Creambath Makarizo	120k
Creambath Kultusia	100k
Creambath NR	120k
Creambath Loreal	120k
Creambath Natural Basic	30k
Hair Masker Natural Basic	50k
Hair Masker Makarizo	120k
Hair Coloring	100k
Hanya Service Cat	60k
Perawatan Rambut Berkutu	30k
Babylst / Catok Rambut	30k
Rebonding - Ion - Smoothing	30k



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 PERSEPSI KUALITAS PELAYANAN ISLAMI TERHADAP MINAT KONSUMEN KHADIJA BEAUTY SPA DURI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH”**, yang ditulis oleh:

NAMA : Handini Pradila
 NIM : 12120525000
 PROGRAM STUDI : Ekonomi Syariah

Telah dimunaqasyahkan pada:

Hari/Tanggal : Kamis, 18 Desember 2025
 Waktu : 13.00 WIB s/d selesai
 Tempat : Ruang Munaqasyah

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

Pekanbaru, 18 Desember 2025
TIM PENGUJI MUNAQASYAH

Ketua

Dr. Zuraidah, S.Ag, M.Ag
 197108131996032001

Sekretaris

Desi Devrika Devra, S.HI., M.Si
 197312271994022001

Penguji I

H. Syamsudin Muir, Lc, MA
 197009042014111004

Penguji II

Afdhol Rinaldi, SE, M.Ec
 197906042014111001

Wakil Dekan I

Fakultas Syariah dan Hukum



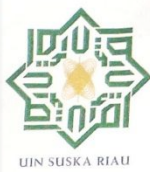
Dr. Muhammad Darwis, SHI., MH
 197802272008011009



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SHARIAH AND LAW

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM.15 Tuah Madani - Pekanbaru 28298 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.00.9/9778/09/2025
Sifat : Biasa
Lamp. : 1 (Satu) Proposal
Hal : **Mohon Izin Riset**

Pekanbaru, 29 September 2025

Kepada Yth.
Pimpinan Khadija Beauty SPA Muslimah Duri

Assalamu 'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

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

Nama : HANDINI PRADILA
NIM : 12120525000
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)
Lokasi : Khadija Beauty SPA Muslimah Duri

bermaksud akan mengadakan riset guna menyelesaikan Penulisan Skripsi yang berjudul :
Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri
Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah

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.

Dekan

Dr. H. Maghfirah, M.A
NIP.19741025 200312 1 002

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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Khadija Beauty SPA Muslimah Duri

Jl. Desa Harapan Mandau, Duri Riau

Nomor ~~2~~ 002/KBSD/IX/2025

Lamp : -

Hal : Balasan Izin Riset

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum
UIN Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Dengan hormat,

Menindaklanjuti surat dari Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau

Nomor: Un.04/F.I/PP.00.9/9778/09/2025 tanggal 29 September 2025, perihal **Permohonan**

Izin Riset untuk mahasiswa bernama:

Nama : Handini Pradila
NIM : 12102525000
Jurusan : Ekonomi Syariah S1
Semester : IX (Sembilan)

Dengan ini kami menyatakan memberikan izin kepada yang bersangkutan untuk melaksanakan kegiatan penelitian di **Khadija Beauty SPA Muslimah Duri** sesuai dengan judul penelitian yang diajukan, yakni *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Minat Konsumen Khadija Beauty SPA Duri Dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah."*

Kami berharap kegiatan penelitian ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan manfaat baik bagi pihak peneliti maupun bagi lembaga kami.

Demikian surat balasan ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Hormat kami,
Khadija Beauty SPA Muslimah Duri


Sri Lestari
Owner



UIN SUSKA RIAU