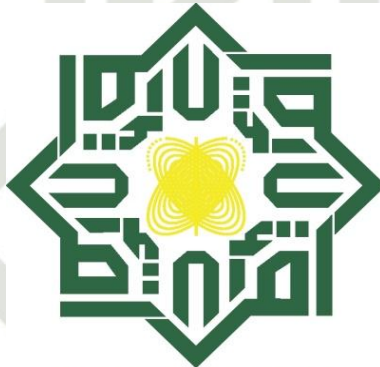


**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN
AEK MATONDANG DESA PINTU PADANG JULU
MANDAILING NATAL MENURUT
EKONOMI SYARIAH**

SKRIPSI**UIN SUSKA RIAU****OLEH:**

AHLAN PAWADDIN
NIM : 11525105468

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU-RIAU
1441 H/2020 M**

PERSETUJUAN


Skripsi dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah* yang ditulis oleh:

Nama : Ahlan Pawaddin
NIM : 11525105468
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 9 Mei 2019

Pembimbing Skripsi



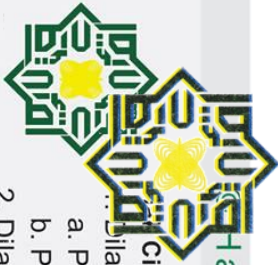
Budi Azwar SE. M.Sec

NIP. 1980010420081 1 005

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.



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

كلية الشريعة و القانون
 FACULTY OF SYARIAH AND LAW

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

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AEK MATONDANG SIABU MANDAILING NATAL MENURUT EKONOMI SYARIAH

Nama Penulis : **AHLAN PAWADDIN**
 NIM : 11525105468
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH

Telah dimunaqasyahkan pada :
 Hari dan Tanggal : Selasa / 19 Mei 2020
 Waktu : 08.00 Wib

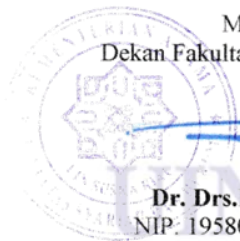
Dan telah melakukan perbaikan sesuai dengan Catatan dari Tim Penguji Munaqasyah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau



Pekanbaru, 2020
 Tim Penguji

1. Dr. Wahidin, M.Ag (Ketua sekaligus Anggota Penguji)
2. Irfan Zulfikar, M.Ag (Sekretaris sekaligus Anggota Penguji)
3. Wahpawi, S.Ag., M.Sh (Anggota Penguji)
4. H. Johari, M.Ag (Anggota Penguji)

Mengetahui
 Dekan Fakultas Syariah dan Hukum



Dr. Drs.H. Hajar, M.Ag.
 NIP. 19580712 198601 1 005

Cipta Milik UIN Suska Riau
 Cipta Dilindungi Undang-Undang
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

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

ABSTRAK

Ahlan Pawaddin (2020): Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah

Penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal. Masalah yang melatarbelakangi judul penelitian ini berdasarkan observasi awal ditemukan bahwa RM. Aek Matondang telah memberikan pelayanan yang baik dan menetapkan harga yang cenderung lebih murah dari beberapa pesaingnya dan seharusnya hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan konsumen agar meningkat setiap tahunnya. Namun pada kenyataannya justru mengalami fluktuatif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal dan untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam tentang pengaruh kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.

Populasi dalam penelitian ini adalah 39.618 dengan jumlah sampel 100 konsumen RM. Aek Matondang dengan metode yang digunakan adalah *accidental sampling*. Selanjutnya penulis menganalisa data dengan menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif, pengumpulan data dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran angket kepada konsumen.

Dari hasil penelitian berdasarkan uji regresi linier berganda yaitu $Y = 0,226 + 0,128X_1 + 0,511X_2 + e$ yang berarti bahwa kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat. hal ini berarti bahwa bila variabel kualitas pelayanan dan harga produk terpenuhi mengakibatkan kepuasan konsumen akan semakin meningkat. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan tingkat signifikan X^1 berada pada taraf 0,001 ($0,001 < 0,05$) dengan t hitung 3,335. Sedangkan X^2 pada taraf 0,000 ($0,000 < 0,05$) dengan t hitung 9,073. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan harga produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan semua variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dikarenakan F hitung lebih besar dari F tabel ($115,613 > 3,09$). Berdasarkan pengaruh tersebut dapat diketahui dari nilai R square sebesar 0,698, artinya variabel independent memberikan kontribusi sebesar 69,8% terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya 30,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini. Tinjauan ekonomi syariah mengenai kualitas pelayanan dan harga produk pada Rumah Makan Aek Matondang telah sejalan dengan syariat Islam karena karyawan telah memberikan dengan profesional yaitu (i) dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga (ii) tidak menyalah-menyalahkan amanah dan (iii) senantiasa menepati apabila berjanji, serta menetapkan harga dengan prinsip syariah yaitu prinsip (i) keadilan, (ii) kejujuran, (iii) suka rela, dan (iv) juga telah memberikan manfaat bagi konsumen.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Harga Produk, Kepuasan Konsumen


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji dan syukur tak hentinya penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmad dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita kepada alam yang penuh dengan Ilmu pengetahuan ini.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar sarjana pada program strata satu Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Adapun judul skripsi penulis ialah **“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah.”**

Proses penulisan dan penelitian skripsi ini sangat banyak bantuan dari pihak-pihak yang luar biasa hebatnya, untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga, semoga Allah membalasnya dengan lipat ganda atas semua kebaikan dan bantuan, baik itu bantuan yang berbentuk materi dan non materi. Diantaranya penulis ingin sampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ayah dan Ibu serta keluarga besar yang memberikan dukungan materi dan non materi, Ayahanda Aswarman Nasution dan Ibunda Deliaty Sikumbang dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

kakak tersayang yang selalu hidup di hati sanubari ini, banyak memberikan masukan mulai dari pengajuan judul hingga proses skripsi ini selesai.

2. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M. Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Drs. H. Hajar, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Syariah dan Hukum, serta Bapak Dr. Drs. Heri Sunandar, MCL sebagai Wakil Dekan I, Bapak Dr. Wahidin, S.Ag, M.Ag sebagai Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. H. Magfirah, MA sebagai Wakil Dekan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Bambang Hermanto, M. Ag, selaku ketua program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Syamsurizal, SE, M. Sc. Ak, selaku sekretaris program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan banyak saran-saran dan motivasi yang sangat luar biasa.
6. Bapak Budi Azwar, S.E.M.S.Ec, selaku dosen pembimbing proposal sekaligus skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan yang luar biasa, meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu menyelesaikan skripsi penulis.
7. Bapak Mawardi, S.ag, M.Si, selaku Penasehat Akademik penulis selama menjadi mahasiswi (2015-2020) program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

8. Bapak-bapak dan ibuk-ibuk seluruh dosen pengajar Fakultas Syariah dan Hukum yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi kepada penulis.
9. Seluruh pegawai dan karyawan Fakultas Syariah dan Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Kelas EI B angkatan 2015 dan sahabat tercinta yang tidak bisa disebutkan satu persatu lebih kurang 3,5 tahun kita sama-sama mengikuti masa perkuliahan dan saling memotivasi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir.

Penulis berharap semoga skripsi ini bisa memberikan rmanfaat kepada semua pembaca. Penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kelemahan penulis, baik dari segi materi maupun teknik penulisan. Semua itu didasarkan keterbatasan yang dimiliki penulis, oleh sebab itu mohon kritik dan saran yang membangun sehingga kedepan jauh lebih baik. *Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pekanbaru 5 April 2020
Penulis

Ahlan Pawaddin
NIM:11525105468

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.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	10
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	11
E. Metode Penelitian	12
F. Teknik Analisis Data	15
G. Kerangka Penelitian.....	22
H. Rumusan Hipotesis	24
I. Sistematika Penulisan	24
BAB II GAMBARAN UMUM RM. AEK MATONDANG	
A. Sejarah RM. Aek Matondang	26
B. Visi dan Misi.....	28
C. Struktur Organisasi	29
D. <i>Jobdesk</i> RM. Aek Matondang	30
E. Menu yang ditawarkan	32
F. Jam Kerja dan Sistem Pengupahan.....	33
BAB III LANDASAN TEORI	
A. Kepuasan Konsumen	34
1 Pengertian Kepuasan Konsumen	34
2 Cara Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3 Mengukur Kepuasan Konsumen.....	40
4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	42
5 Indikator Kepuasan Konsumen.....	43
6 Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam	43
B. Kualitas Pelayanan.....	45
1 Pengertian Kualitas	45
2 Pengertian Pelayanan.....	47
3 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	49
4 Dimensi atau Indikator Kualitas Pelayanan.....	50
5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	52
6 Kualitas Pelayanan dalam Islam	53
7 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	59
C. Harga	60
1. Pengertian Harga	60
2. Tujuan Penetapan Harga.....	61
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	63
4. Metode Penetapan Harga.....	65
5. Indikator Harga.....	66
6. Harga dalam Pandangan Islam	68
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN	
A. Deskripsi Responden	72
B. Deskripsi Variabel Penelitian	76
C. Analisis Data.....	82
1. Uji Instrumen Penelitian	83
2. Uji Asumsi Klasik.....	87
3. Uji Hipotesis Penelitian	92
D. Pembahasan	99

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

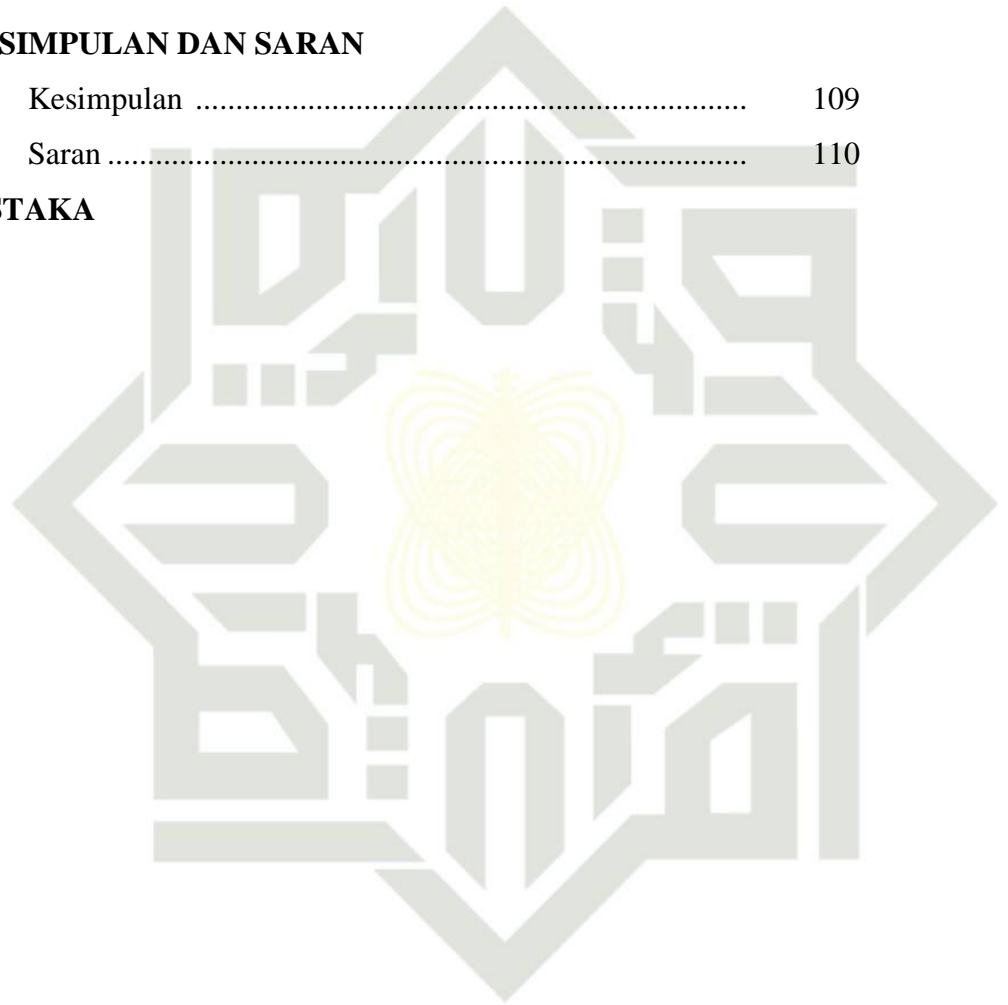
E. Tinjauan Ekonomi Syariah Menegenai Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah.....	101
--	-----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	109
B. Saran	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

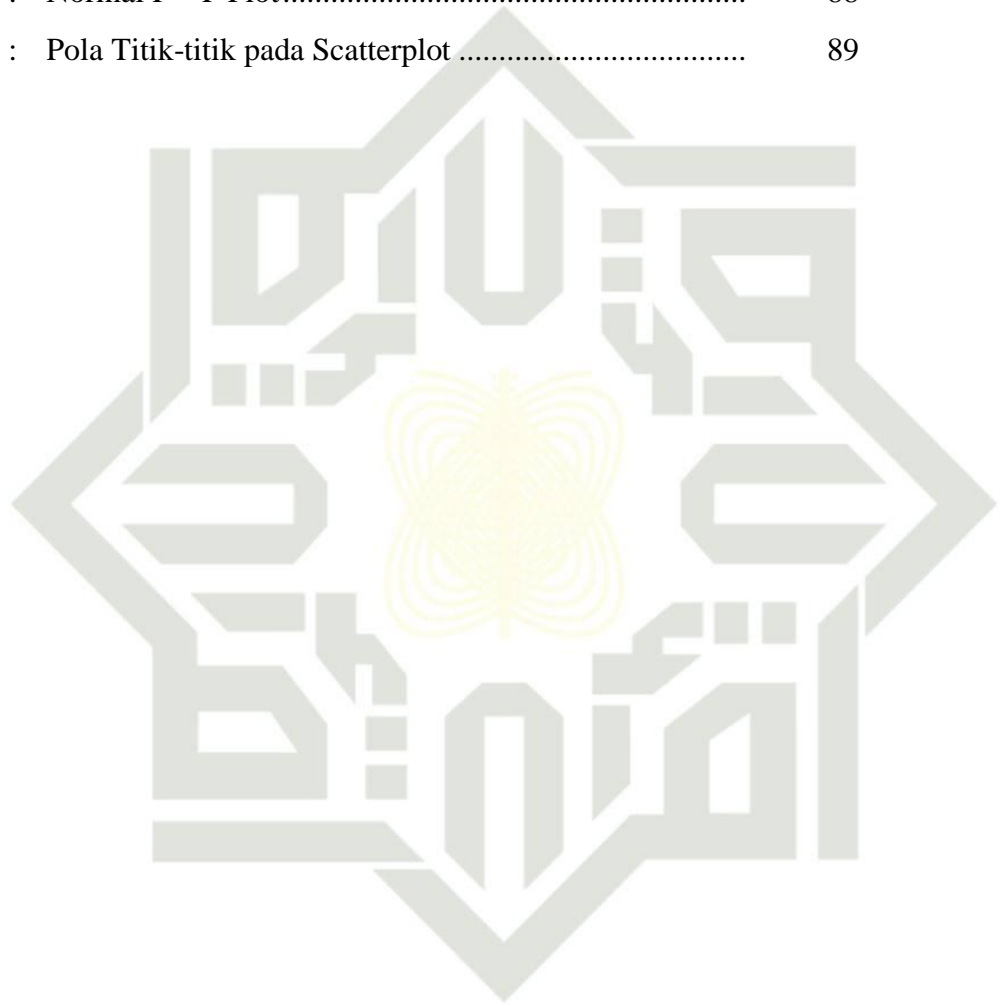
Tabel I.1	: Daftar Pesaing yang Berada di Daerah Kecamatan Siabu Mandailing Natal.....	4
Tabel I.2	: Perbandingan Harga Produk Rumah Makan Aek Matondang dengan Pesaing.....	8
Tabel I.3	: Konsumen yang melakukan pembelian di RM. Aek Matondang tahun 2015-2019	9
Tabel I.4	: Skala Pengukuran Likert	16
Tabel I.5	: Operasional Variabel.....	23
Tabel IV.1	: Data Responden Menurut Jenis Kelamin.....	72
Tabel IV.2	: Data Responden Menurut Usia	73
Tabel IV.3	: Data Responden Menurut Pendidikan Terakhir	73
Tabel IV.4	: Data Responden Menurut Pekerjaan	74
Tabel IV.5	: Data Responden Menurut Pendapatan	75
Tabel IV.6	: Tabel Deskriptif Statistik	76
Tabel IV.7	: Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan.....	77
Tabel IV.8	: Tanggapan Responden terhadap Harga Produk	80
Tabel IV.9	: Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Konsumen	81
Tabel IV.10	: Hasil Uji Validitas.....	84
Tabel IV.11	: Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan	85
Tabel IV.12	: Hasil Uji Reliabilitas Harga Produk.....	86
Tabel IV.13	: Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen.....	86
Tabel IV.14	: Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel IV.15	: Hasil Uji Auto Korelasi.....	91
Tabel IV.16	: Hasil Uji Regresi	92
Tabel IV.17	: Hasil Uji T.....	94
Tabel IV.18	: Hasil Uji F.....	97
Tabel IV.19	: Hasil Uji Koefisien Determinasi	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.

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	: Kerangka Pemikiran Penelitian.....	22
Gambar II.1	: Struktur Organisasi RM. Aek Matondang.....	29
Gambar IV.1	: Grafik Histogram.....	87
Gambar IV.2	: Normal P – P Plot.....	88
Gambar IV.3	: Pola Titik-titik pada Scatterplot.....	89



UIN SUSKA RIAU

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekarang ini ekonomi nasional semakin terintegrasi ke dalam ekonomi global, sehingga bisa dikatakan yang terkuatlah yang akan menjadi pemenang. Tidak heran hal ini yang menyebabkan banyak terjadi persaingan dimana-mana. Ketatnya persaingan ekonomi yang terjadi saat ini menyebabkan usaha-usaha yang bergerak pada bidang sejenis berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik agar dapat mengambil hati para konsumen dan memenangkan persaingan. Usaha yang berhasil memenangkan persaingan tentunya akan mendapatkan keuntungan yakni berpengaruh pada peningkatan penjualannya.

Seiring perkembangan dan perjalanan sejarah manusia, aspek ekonomi juga turut berkembang dan semakin kompleks. Kebutuhan manusia yang semakin menjadi-jadi dan tidak dapat dipenuhi sendiri menyebabkan mereka melakukan kegiatan tukar menukar dalam berbagai bentuk. Alam yang pada awalnya menyediakan banyak komoditas tidak lagi bisa diandalkan, akhirnya muncullah aneka ragam transaksi, mulai dari barter hingga yang paling modern seperti yang dinikmati saat ini¹

Islam telah menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis, dan hal tersebut juga diatur dalam Al-Qur'an. Konsep Al-Qur'an sangat komprehensif, sehingga parameternya tidak hanya menyangkut dunia, tetapi

¹ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007), 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.

Juga menyangkut urusan akhirat. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Ar-Ra'd ayat 11 yang berbunyi:

بِأَنْفُسِهِمْ مَا يُغَيِّرُوا حَتَّىٰ يَقَوْمَ مَا يُغَيِّرُ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ ۗ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga Mereka Merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri*” (QS.Ar-Rad: 11)²

Dari ayat tersebut dapat dilihat bahwa Allah tidak akan mengubah rezeki kepada manusia kecuali manusia berusaha untuk mendapatkannya dan Allah menganjurkan manusia untuk bekerja dan berusaha, dengan cara yang baik dan diridhai oleh Allah SWT.

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar global. Perusahaan harus berusaha keras mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Hal ini tercermin dari banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada

² Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h.250.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa yang berkualitas dengan harga yang bersiang.

Kepuasan atau tidak puas pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang diperolehnya, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu. Nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap kompetitor dari produk atau jasa yang pernah dirasakannya. Apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya yang berkualitas baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan dan akhirnya mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

Salah satu bisnis atau usaha yang juga merasakan ketatnya persaingan saat ini adalah bidang usaha pelayan jasa makanan atau rumah makan. Rumah makan adalah salah satu jenis usaha yang sedang diminati oleh pengusaha saat ini. Peningkatan jumlah rumah makan yang ada di daerah kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal menimbulkan persaingan kuat. Pihak manajemen rumah makan harus mengerti dan melakukan strategi pemasaran yang baik untuk memenangkan persaingan, jika tidak maka rumah makan tersebut akan cepat tertinggal dari pesaing-pesaing yang pada akhirnya menyebabkan produsen kehilangan konsumen.

Sekian banyak rumah makan yang ada di Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal, salah satunya adalah rumah makan Aek Matondang Bertepatan di Desa Pintu Padang Julu Kecamatan Siabu. Perusahaan ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

didirikan oleh ibu Hj. Deliati pada tahun 1996, Rumah Makan Aek Matondang berada dipinggir jalan Lintas Medan-Padang. Rumah makan ini menyediakan berbagai macam jenis makanan dengan cara prasmanan, cara penyajian makanan ini dengan meletakkan makanan pada meja panjang dan pengunjung mengambil sendiri menu yang diinginkan. Daftar menu makanan prasmanan terdiri dari berbagai variasi makanan mulai dari lauk dan sayuran-sayuran. Rumah Makan Aek Matondang ini juga menyediakan berbagai jenis minuman dingin maupun panas yang bisa dinikmati oleh konsumen. Berikut adalah daftar pesaing yang berada di daerah Kecamatan Siabu:

Tabel I.1
Daftar Pesaing yang Berada di Daerah Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal

Nomor	Nama Pesaing	Alamat
1	Rumah Makan Horas I	Jl. Lintas Medan – Padang
2	Rumah Makan Pardomuan	Jl. Lintas Medan – Padang
3	Rumah Makan Sahabat Nan Lamo	Jl. Lintas Medan – Padang

Sumber: Observasi awal peneliti

Tabel diatas menunjukkan bahwa persaingan rumah makan di sekitaran RM. Aek Matondang sangat tinggi. Sekian banyak pilihan rumah makan yang ada, banyak hal yang menjadi bahan pertimbangan konsumen untuk sampai pada keputusan memilih rumah makan tertentu. Pihak manajemen rumah makan berusaha untuk memenuhi semua kriteria yang menjadi bahan pertimbangan konsumen, baik itu kualitas produknya, harga produk maupun jasa pelayanannya, sehingga dapat memberikan kepuasan bagi konsumennya. Jika hal tersebut diabaikan, maka akan terjadi kesenjangan antara keinginan (harapan) konsumen terhadap kualitas produk, harga produk



serta pelayanan yang diterima oleh konsumen, oleh karena itu berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam berkomunikasi dengan para pelanggannya tergantung pada kualitas produk yang terbaik, harga yang terjangkau dan pelayanan yang terbaik pula.

Dalam persaingan pasar yang tinggi saat ini, mewujudkan kepuasan konsumen adalah hal yang sangat penting dan merupakan salah satu tujuan utama dari setiap perusahaan. Perusahaan harus mampu menarik konsumen baru dan juga mempertahankan pelanggan yang sudah ada dengan menjaga kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, dan meningkatkan reputasi bisnis.³

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

³ Lupiypadi & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2*, (Jakarta Selatan: Salemba Empat), h. 192.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Kepuasan konsumen juga merupakan salah satu ukuran dari kualitas jasa yang disampaikan. Perusahaan menyusun perencanaan dimulai dari analisis kepuasan konsumen dan berakhir dengan kepuasan konsumen. Meskipun tujuan perusahaan adalah mencari keuntungan, apabila konsumen tidak puas sama artinya perusahaan gagal untuk mendapatkan keuntungan. Pencapaian keuntungan harus bersamaan dengan tercapainya kepuasan konsumen.⁴

Suatu hal yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah bagaimana setelah konsumen menerima dan merasakan manfaat nilai dari suatu produk, konsumen tersebut telah memiliki perilaku royal, rasa puas dan komitmen terhadap produk tersebut. Kepuasan konsumen, selain dipengaruhi dimensi kualitas pelayanan, juga dipengaruhi oleh harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan kepuasan konsumen, kualitas yang diberikan oleh perusahaan menjadi sarana penunjang untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan jika adanya pelayanan yang baik dari perusahaan maka pelanggan akan merasakan adanya perlakuan lebih yang diberikan perusahaan. Dengan kata lain konsumen akan merasa puas dengan apa yang telah diberikan oleh perusahaan.

Layanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan komponen penting dalam persepsi konsumen, juga sangat penting dalam pengaruhnya terhadap kepuasan

⁴ Farida Jasfar, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia), h. 199.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Semakin baik kualitas jasa yang diberikan maka akan semakin baik pula citra jasa tersebut dimata konsumen.

Selain kualitas pelayanan, harga juga merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan menjadi tolak ukur untuk mencapai kepuasan, hal ini dikarenakan harga merupakan salah satu bahan pertimbangan bagi konsumen untuk membeli suatu produk. Harga yang terjangkau diimbangi dengan kualitas yang baik akan memberikan kepuasan bagi konsumen.⁵

Penentuan harga adalah salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan, mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan nantinya.⁶ Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

Rumah makan Aek Matondang berusaha memberikan pelayanan yang baik dan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat dan kualitas produknya dengan tujuan agar target penjualan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan terus meningkat. Dalam penetapan harga produknya, pihak manajemen RM. Aek Matondang menetapkan harga yang lebih terjangkau dengan tujuan agar pelanggan yang ada sekarang merasa puas dan tetap loyal

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Indeks, 2001), h. 54

⁶ Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), h.153



serta mampu menarik konsumen pesaing dan beralih ke produk yang ditawarkan.

Tabel I.2
Perbandingan Harga Produk
Rumah Makan Aek Matondang Dengan Pesaing

No	Produk	Perbandingan Harga Dengan Pesaing			
		Aek Matondang	Horas I	Pardomuan	Sahabat Nan Lamo
1.	Ikan Mas Goreng	13.000	15.000	15.000	13.000
2.	Semur Ikan Mas	13.000	15.000	15.000	13.000
3.	Ikan Mas Gulai	13.000	15.000	15.000	13.000
4.	Asam Padeh Telur Ikan	13.000	15.000	15.000	13.000
5.	Rendang Ayam	15.000	20.000	18.000	15.000
6.	Ayam Sambal	15.000	20.000	18.000	15.000
7.	Rendang Belut	15.000	22.000	20.000	18.000
8.	Telur Dadar	13.000	15.000	13.000	10.000
9.	Lele Goreng	13.000	15.000	15.000	13.000
10.	Tambah Nasi	0	4.000	3.000	3.000
11.	The Es	2.000	5.000	3.000	3.000

Sumber: Wawancara beberapa Rumah Makan di Daerah Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal

Dari Tabel di atas dapat dilihat perbandingan harga beberapa Produk dengan spesifik yang sama yang ditetapkan oleh beberapa pelaku usaha rumah makan di Kecamatan Siabu Kabupaten Mandailing Natal. Ditunjukan bahwa perbedaan harga produk berbeda setiap tempat namun tidak terlalu tinggi ataupun rendah antara rumah makan satu dan yang lain. Dapat dilihat bahwa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Rumah Makan Aek Matondang menetapkan harga yang bersaing dengan pasar bahkan cenderung lebih murah dari para pesaingnya.

Langkah pemberian pelayanan yang baik dan penetapan harga yang cenderung lebih murah dari beberapa pesaing tentunya akan dapat meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk dan meningkatkan penjualan Rumah Makan Aek Matondang. Namun kenyataannya, dari data penjualan Rumah Makan Aek Matondang justru mengalami fluktuasi volume penjualan dan jumlah konsumen. Berikut adalah tabel data konsumen yang melakukan pembelian di RM. Aek Matondang tahun 2015-2018.

Tabel I.3
Konsumen yang Melakukan Pembelian di RM. Aek Matondang Pada Tahun 2015-2018

No	Tahun	Jumlah Konsumen	Tingkat Pertumbuhan Konsumen
1.	2015	39.836	-
2.	2016	41.942	5,1%
3.	2017	40.525	-3,5 %
4	2018	39.618	-2,3%

Sumber: Dokumentasi Jumlah Konsumen RM. Aek Matondang, 2019

Berdasarkan tabel diatas terlihat jelas bahwa jumlah konsumen yang melakukan pembelian pada Rumah Makan Aek Matondang mengalami fluktuatif. Terlihat tahun 2016 mengalami peningkatan dari tahun 2015 yang cukup signifikan, yaitu bertambah sebesar 5,1% atau 2.106 konsumen. tapi pada tahun 2017 terjadi penurunan yang cukup signifikan dari 41.942 konsumen menjadi 40.525 konsumen atau berkurang sebesar 1.417 konsumen (-3,5%). Pada tahun 2018 juga mengalami penurunan dari 40.525 konsumen menjadi 39.618 konsumen yang berarti bahwa perusahaan kehilangan sebesar



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

1.417 konsumen (-2,3%). Hal ini harus di perhatikan oleh perusahaan dengan menganalisa keluhan pelanggan seperti misalnya faktor harga, keramahan pelayanan atau kebersihan rumah makan. Menyadari peran penting konsumen dan pengaruh kepuasan konsumen terhadap keuntungan, perusahaan harus berupaya mencari apa yang dapat meningkatkan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di Rumah Makan Aek Matondang dengan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RUMAH MAKAN AEK MATONDANG DESA PINTU PADANG JULU MANDAILING NATAL MENURUT EKONOMI SYARIAH.”**

B. Batasan Masalah

Agar peneliti terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan maka perlu adanya pembatasan masalah yang diteliti, maka penulis membatasi masalah yaitu bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

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.

1. Apakah kualitas pelayanan dan harga produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.
2. Bagaimana tinjauan Ekonomi Islam terhadap kualitas pelayanan dan harga produk pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.

D Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui bagaiman strategi meningkatkan kepuasan konsumen Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.
 - b. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.
 - c. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam tentang kualitas pelayanan dan harga produk Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal.
2. Manfaat dari penelitian
 - a. Untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Fakultas Syariah dan Hukum UIN SUSKA Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- b. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam rangka memperkaya khasanah penelitian lapangan, khususnya yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.
- c. Secara praktis penelitian ini memberikan saran-saran dan masukan untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang sehingga meningkatkan pendapatan.

E. Metode Penelitian

Dalam rangka mengumpulkan dan menyusun serta mengelola data dalam tulisan ini, penulis menggunakan metode sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian

Adapun penelitian ini bersifat lapangan yang dilakukan di Rumah Makan Aek Matondang Kecamatan Siabu Mandailing Natal. Alasan penulis mengambil lokasi ini karena RM. Aek Matondang mengalami fluktuatif yang cukup signifikan.

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Sebagai subjek dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Aek Matondang Kecamatan Siabu Mandailing Natal.
- b. Sebagai objek dari penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Pintu Padang Julu Mandailing Natal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah peneliti atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.⁷ Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Rumah Makan Aek Matondang Kecamatan Siabu Mandailing Natal yang berjumlah 39.618.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.⁸ Pengambilan sampel ini menggunakan teknik *non probability* dengan metode *accidental sampling* yaitu prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang tersebut cocok sebagai sumber data.

Agar sampel yang diambil dapat benar-benar mewakili populasi, maka peneliti perlu suatu standar atau cara dalam menentukan sampel maka peneliti juga menggunakan rumus slovin dalam menentukan sampel batas toleransi kesalahan yang ditetapkan 10%.

⁷ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Persada Media Group, 2006) ce 1, h.

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012) h. 81.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Ukuran sampel dengan menggunakan rumus Slovin:

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

Keterangan:

- n = Jumlah sampel
 N = Jumlah populasi
 e = Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).⁹

Jadi, sampel yang dihasilkan menggunakan rumus Slovin adalah :

$$n = \frac{39.618}{1 + 39.618(0,1)^2}$$

$$n = 99,75$$

Maka jumlah sample dalam penelitian ini adalah 99,75 dan dibulatkan menjadi 100 orang responden.

4. Sumber data

a. Data primer

Yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya¹⁰

b. Data sekunder

Yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang ada.¹¹ Data sekunder dalam penelitian adalah buku-buku, internet, dan lain-lainnya

⁹ Husen Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.

¹⁰ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), Cet Ke-2, h. 19.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

5. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa metode yang digunakan dalam pengumpulan data untuk menunjang penelitian ini, yaitu:

- a. Observasi yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kegiatan yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.¹²
- b. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan langsung oleh pewawancara kepada responden, dan jawaban-jawaban responden dicatat atau direkam.¹³
- c. Angket yaitu teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh responden.¹⁴
- d. Dokumentasi, dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan sebagainya.¹⁵

F. Teknik dan Analisis Data

Analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif dan Kuantitatif. Metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan

¹¹ *Ibid.*, h. 19.

¹² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2010) h.12.

¹³ Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002) h. 85.

¹⁴ *Ibid.*, h.83.

¹⁵ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Op Cit.*, h.153.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

mendeskripsikan, menggambarkan, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang sedang diteliti.¹⁶

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan Skala Likert. Dalam memperoleh data, peneliti mengumpulkan data untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan berupa angket yang setiap pertanyaan sudah disediakan pilihan jawaban. Skala likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu, misalnya setuju-tidak setuju, senang-tidak senang dan baik-tidak baik.¹⁷

Adapun format jawaban adalah format likert yang dirancang untuk memungkinkan konsumen menjawab dalam berbagai tingkatan. Kelebihan dari format likert ini adalah keberagaman skor sebagai akibat penggunaan skala yang berkisar antara 1-5.

Tabel 1.4
Skala Pengukuran Likert

Kategori	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Metode Kuantitatif merupakan Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka-angka) yang diolah dengan metode statistik. Pada dasarnya pendekatan

¹⁶ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor : Ghalia Indonesia, 2005), h. 54.

¹⁷ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*, h. 154.



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

kuantitatif dilakukan pada jenis penelitian inferensial dan menyandarkan kesimpulan hasil penelitian pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti.¹⁸

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel, yakni variabel independent (bebas) dan variabel dependent (terikat). Variabel independent disimbolkan dengan huruf (X), yakni Kualitas Pelayanan (X_1) dan Harga (X_2), dan variabel terikat disimbolkan dengan huruf (Y), yakni Kepuasan Konsumen Rumah Makan Aek Matondang

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Instrumen valid mempunyai validitas tinggi . sebaliknya instrumen dikaitkan dengan yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. instrumen dikaitkan valid apabila nilai koefisien korelasi r hitung $\geq r$ tabel. Adapun rumus yang dipakai yaitu *korelasi pearson produk moment*.¹⁹

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

keterangan:

R = koefisien korelasi

¹⁸ Sutrisno Badri, *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Yogyakarta: Ombak, 2012), h. 12.

¹⁹ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006), h. 35.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

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

$$\begin{aligned} X &= \text{deviasi rata-rata variabel } X \\ &= X - \bar{X} \\ Y &= \text{deviasi rata-rata variabel } Y \\ &= Y - \bar{Y} \end{aligned}$$

2. Uji Reliabilitas

Untuk menunjukkan pada suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut baik, pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha-Cronbach. Batasan nilai dalam uji ini adalah 0,6. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya kurang baik. Pengujian ini dapat dilihat pada kolom Reliability statistics (Cronbach Al-pha) dengan menggunakan computer program SPSS versi 22.0

b. Uji Asumsi Klasik**1. Uji Normalitas**

Dilakukan untuk memeriksa apakah nilai variabel dependen Y didistribusikan secara normal terhadap nilai variabel bebas X. Uji normalitas dengan menggunakan uji one sampel Kolmogorov Smirnov Test. Suatu data dikatakan terdistribusikan secara normal apabila nilai asymp Sig pada test tersebut bernilai $.05$.

2. Multikolonieritas

Untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolonieritas dalam model regresi dapat dilihat dari



nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika VIF lebih besar dari 10 maka terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian nilai residual satu pengamatan yang lain. kemungkinan adanya dugaan Scatterplot dimana sumbu x adalah residual dan sumbu y adalah nilai y yang diprediksi. Jika pada grafi tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah sumbu 0 (nol) pada sumbu y, maka tidak terjadi tererokedalitas atas suatu model regresi.

4. Uji Auto Korelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi antara residual pada periode t dengan residual pada periode sebelumnya (t-1). Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat masalah autokorelasi. Metode pengujian menggunakan uji Durrbin-Watson (DW- Test). Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut :

- a) Jika $dU < DW < 4-dU$ maka H_0 diterima dan tidak terjadi masalah autokorelasi
- b) Jika $DW < dL$ atau $DW > 4-dL$ maka H_0 ditolak dan terdapat masalah autokorelasi
- c) Jika $dL < DW < dU$ atau $4-dU < DW < 4-dL$ maka tidak ada keputusan yang pasti.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

c. Uji Hipotesis Penelitian
1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ganda adalah suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan ada atau tidaknya pengaruh antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.²⁰

Bentuk persamaannya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Harga Produk

b₁ = koefisien regresi variabel independen 1

b₂ = koefisien regresi variabel independen 2.

2. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X) memiliki hubungan secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) dengan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka terdapat hubungan yang signifikan dari variabel independen dengan variabel dependen.

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan dari

²⁰ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 108.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

variabel independen dengan variabel dependen.²¹ Nilai t_{hitung} dapat ditentukan dengan formula:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t_{hitung} = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

3. Uji Simultan (F)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas (X1) dan inovasi produk (X2) secara bersama-sama atau simultan terhadap loyalitas konsumen (Y) pada Usaha Kaca dan Aluminium. Apabila hasil perhitungan $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara simultan. Sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi berganda tidak mampu menjelaskan variabel terikat. Nilai F_{hitung} dapat ditentukan dengan formula:

$$F_{hitung} = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}}$$

Keterangan:

R = Nilai koefisien korelasi ganda

k = jumlah variabel bebas (independen)

n = jumlah sampel

²¹ Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, (Yogyakarta: ANDI, 2009), h. 198.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi Ganda

Koefisien determinan adalah koefisien korelasi untuk menentukan besarnya pengaruh variasi (naik/turunnya) nilai variabel bebas terhadap variasi nilai variabel terikat pada hubungan lebih dari dua variabel. Koefisien korelasi ganda adalah koefisien korelasi untuk mengukur keeratan hubungan antara tiga variabel atau lebih.²²

Untuk menghitung korelasi ganda dapat menggunakan rumus formula berikut ini:

$$R_{Y1,2} = \sqrt{\frac{r^2_{Y1} + r^2_{Y2} - 2r_{Y1}r_{Y2}r_{12}}{1 - r^2_{12}}}$$

Keterangan:

$R_{Y1,2}$ = koefisien korelasi linear berganda

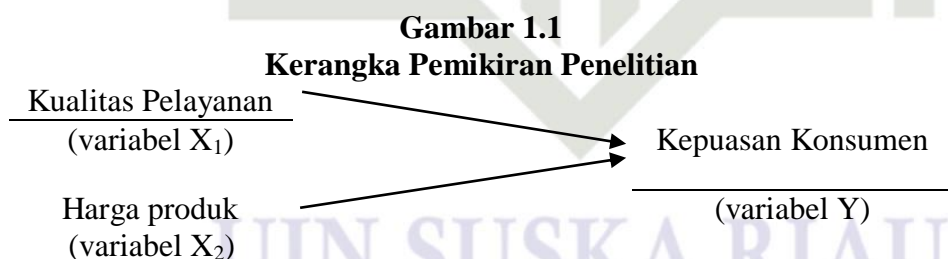
R_{Y1} = koefisien korelasi variabel Y dan X_1

R_{Y2} = koefisien korelasi variabel Y dan X_2

R_{12} = koefisien korelasi variabel X_1 dan X_2

G. Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Adapun variabel didefinisikan sebagai atribut seseorang, atau objek yang mempunyai “variasi” antara satu orang dengan orang lain atau satu objek

²² Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2014), h. 66.

dengan objek lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²³

Menjawab permasalahan-permasalahan pada penelitian ini penelitian ini perlu penulis sajikan operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 1.5
Operasional Variabel

Variabel	Devenisi	Indikator	Skala Pengukuran
X ₁	Kualitas Pelayanan , adalah jika pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan (Fandy Tjiptono),	1. Bukti langsung (<i>Tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>Reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>Responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>Assurance</i>) 5. Empati ²⁴	Liker
X ₂	Harga , jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntutngan memiliki dan menggunakan produk dan jasa (Piliph Kotler)	a. Keterjangkauan harga. b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga. c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk. d. Kesesuaian harga dengan manfaat. ²⁵	Liker
Y	Kepuasan Konsumen Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler dan Keller)	a. Loyal terhadap produk b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang berdifat positif c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain ²⁶	Liker

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h. 96.

²⁴ Farida Jasfar, *Op. Cit.*, h. 51.

²⁵ Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, (Jakarta: Indeks, 2009), h.84.

²⁶ Fandi Tjiptono, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2003) h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

H. Rumusan Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan landasan analisis teori diatas dapat disusun suatu hipotesis yang merupakan jawaban sementara dari permasalahan penelitian dan masih harus dibuktikan secara empiris yaitu:

Ha¹: diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen rumah makan Aek Matondang.

Ha²: diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan Aek Matondang.

Ha³: diduga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan Aek Matondang.

I. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah jalannya penganalisaan dan membantu penulis dalam merumuskan kesimpulan maka perlu adanya sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menguraikan permasalahan-permasalahan secara ringkas yang meliputi : latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, metode penelitian, hipotesis penelitian, serta sistematika penulisan.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 : Gambaran Umum Rumah Makan Aek Matondang

Dalam bab ini akan membahas tentang sejarah singkat tentang tumbuh dan berdirinya Rumah Makan Aek Matondang serta Produk yang dijual.

BAB III : Teori Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepuasan Konsumen

Dalam bab ini akan dijelaskan yang berkaitan dengan teori yang ada hubungannya dengan permasalahan yang diteliti.

BAB IV : Hasil Penelitian dan pembahasan

Bab ini merupakan bab yang berisikan hasil penelitian dan pembahasan yang akan menjawab permasalahan dalam penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen Rumah Makan Aek Matondang menurut Ekonomi Islam.

BAB V : Kesimpulan dan Saran

Bab ini adalah bab terakhir yang berisikan kesimpulan hasil penelitian berdasarkan kesimpulan tersebut dikemukakan beberapa saran yang ditujukan kepada berbagai pihak.

Bab ini merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran-saran yang mungkin berguna bagi perusahaan untuk yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB II

GAMBARAN UMUM RUMAH MAKAN AEK MATONDANG DESA PINTU PADANG JULU MANDAILING NATAL

A. Sejarah berdirinya Rumah Makan Aek Matondang

Rumah makan Aek Matondang pertama kali berdiri pada tahun 1994.

Nama pendirinya adalah ibu Hj. Deliati Sikumbang, beliau akrab dipanggil ibu Kumbang. kelahiran 20 Juni 1962 yang berasal dari desa Sinonoan kecamatan Siabu, Mandailing Natal. Beliau anak pertama dari 7 bersaudara. Karena kesulitan ekonomi kedua orangtua dari ibu Kumbang memaksa beliau harus berhenti sekolah agar bisa membantu orangtua bekerja atau setidaknya bisa menjaga adii-adik beliau saat orangtua pergi bekerja.

Seiring berjalannya waktu ibu Kumbang pun mulai mencoba untuk mendapatkan penghasilan sendiri dengan tujuan bisa membantu orangtua menyekolahkan adik-adiknya. Pertama kali mengadu keberuntungan pada tahun 1980 adalah sebagai pedagang asongan di Sekolah Dasar sekitaran rumah beliau. Pada saat itu ragam makanan yang dijual beliau pun apa adanya saja.karena keterbatasan modal usaha. Tebu tusuk, mie kuning goreng, merupakan makanan yang dapat dijangkau dengan modal yang tidak banyak. Semakin berjalannya waktu, berkat kegigihan dan kepandaian beliau dalam memasak, ibu Kumbang mendapatkan keuntungan yang sangat membantu bagi keluarganya.

Selain berjualan di sekolah, ibu kumbang pun tidak jarang pergi berjualan ke tempat dimana ada keramaian. Moment seperti saat ada pesta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

pernikahan, pesta rakyat, acara hari besar, selalu beliau memanfaatkan untuk meraup keuntungan. Dan lagi lagi kegigihan beliau membuahkan hasil, seseorang yang merupakan sahabat dari ayah beliau menawarkan lahannya yang kosong di kawasan pertanian kepada ibu Kumbang untuk membuka semacam kedai kopi. Karena berdasarkan pemaparan beliau saat itu belum ada kedai kopi di kawasan tersebut. Tentu usaha ini cukup menjanjikan, mengingat para petani di kampung sangat suka dengan bertemu ramah antar sesama petani, berbagi ilmu, bercanda gurau, dan beristirahat.

Tanpa berfikir panjang tawaran itu pun langsung diterima ibu Kumbang. Dan benar saja, kedai kopi ibu Kumbang tersebut pun sangat ramai pengunjung dan beliau mendapat keuntungun jauh lebih banyak dibanding keuntungannya saat masih berjualan di sekolah. Dari kedai kopi ini lah, ibu Kumbang memulai merintis karir. Waktu demi waktu ragam makanan yang tersedia pun semakin banyak. Dari yang awalnya hanya sekedar kedai kopi saja menjadi warung makan sederhana.

Masakan beliau pun selalu mengundang respon positif dari para konsumennya. Karena banyaknya yang mensupport beliau untuk membuka rumah makan, akhirnya beliau memberanikan diri untuk menyewa sebidang tanah yang berada persis di pinggiran jalan lintas. Di atas tanah itu lah, ibu kumbang pertama kali membuka rumah makan pada tahun 1996.

Kawasan tempat berdirinya rumah makan tersebut berada dijalur perbatasan yang masih menjadi bagian dari kecamatan Siabu. Masyarakat sekitar menamai kawasan tersebut dengan nama Aek Matondang. dari nama itu pulalah nama rumah makan Aek Matondang diambil.

Sejak berdirinya usaha tersebut sampai sekarang, posisi, bentuk, dan nama rumah makan tersebut tidak pernah berubah. Hal itu juga yang menjadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

keunikan tersendiri bagi para pelanggan. Lebih dari 20 tahun berdiri, bentuk dari rumah tersebut sama sekali tidak berubah. Tapi karena bertambahnya konsumen yang berkunjung ke rumah makan Aek Matondang maka ibu Kumbang pun berinisiatif untuk membangun pondokan-pondokan kecil yang sampai sekarang berjumlah 12 pondok.

Rumah makan Aek Matondang ini mempunyai pelanggan dari dalam maupun luar kota. Misalnya dari kota Panyabungan, kota Padang sidimpuan dan lainnya. Rumah makan Aek Matondang terkenal dengan spesial sambalnya, serta lingkungannya yang bersih dan udaranya yang sangat sejuk karena dekat dengan area persawahan membuat para pengunjung merasa nyaman. Disamping itu, rumah makan Aek Matondang juga mempunyai lahan parkir yang sangat luas dan dekat dengan pondokan sehingga pengunjung pun merasa aman. Salah satu makanan yang jadi andalan rumah makan Aek Matondang adalah rendang belut.²⁷

B. Visi dan Misi Rumah Makan Aek Matondang

Visi dari rumah makan Aek Matondang adalah menjadikan usaha Rumah Makan Aek Matondang menjadi sebuah perusahaan kuliner yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan pondasi bisnis berbasiskan nafas keIslaman.

Misi yang merupakan tujuan Rumah Makan Aek Matondang yaitu memasukkan kaidah-kaidah Islam dalam penerapan bisnis di semua aktivitas yang dilakukan oleh semua personel yang ada di Rumah Makan Aek Matondang.

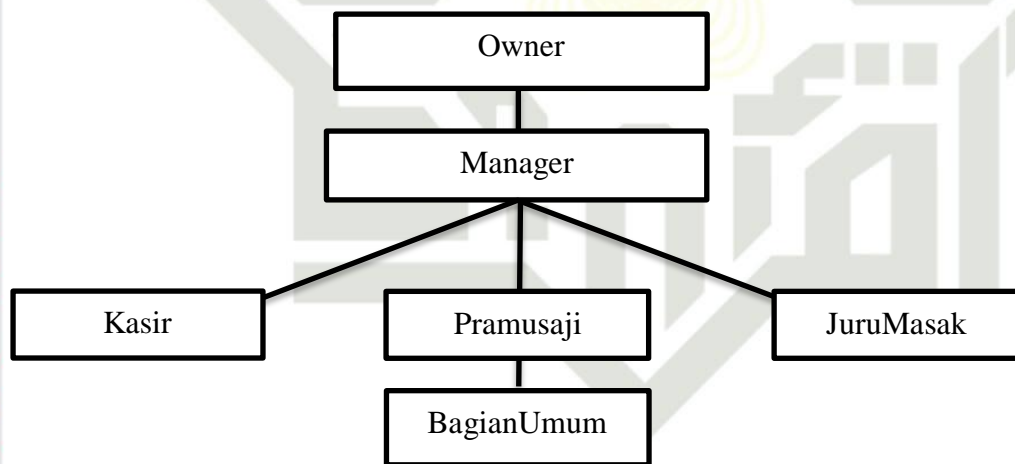
²⁷ Deliati Sikumbang, Pemilik Rumah Makan Aek Matondang, Wawancara, 1 November

Tujuan akhir dari Rumah Makan Aek Matondang yaitu memberikan pelayanan yang berdedikasi dan professional serta menjalin hubungan yang baik dengan semua konsumen.

C. Struktur Organisasi

Struktur organisasi yang ada di lingkungan Rumah Makan Aek Matondang, secara operasional dikelola langsung oleh ibu Hj. Deliati Sikumbang selaku Owner dan dibantu secara teknis oleh manajer. Manajer merupakan penanggung jawab utama atas segala aktivitas bisnis dan operasional yang berkaitan dengan keberlangsungan dan realisasi visi misi perusahaan. Berikut ini adalah struktur organisasi Rumah Makan Aek Matondang:

Gambar II.1
Struktur Organisasi Rumah Makan Aek Matondang



Sumber: Rumah Makan Aek Matondang, 2019

Keterangan:

1. Owner: Hj. Deliati Sikumbang
2. Manajer: Dewi Sartika

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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

3. Kasir: Farida
4. Pramusaji: terdiri dari 7 orang
5. Juru masak: Ramba Nasution dan dibantu oleh *Helper* 2 orang
6. Bagian umum: terdiri dari 3 orang

D. *Jobdesk* Rumah Makan Aek Matondang

1. Owner

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Mengambil keputusan terhadap perencanaan, strategi, dan kebijakan yang menyangkut operasional perusahaan.
- b. Penentu anggaran perusahaan dan program kerja.
- c. Melakukan kontrol secara keseluruhan atas operasional perusahaan.
- d. Menangani hubungan internal maupun eksternal dengan semua pihak-pihak luar yang secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi kondisi perusahaan.

2. Manager

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Mengawasi jalannya operasional Rumah Makan.
- b. Mengkoordinasi bahan-bahan operasional Rumah Makan.
- c. Mengkoordinasi segala kebutuhan Rumah Makan.
- d. Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Rumah Makan.
- e. Mempunyai inovasi atau ide unik untuk perkembangan Rumah Makan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

3. Juru masak

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Memasak dan mengolah menu masakan yang higienis.
- b. Bertanggung jawab terhadap proses produksi operasional Rumah Makan.
- c. Membantu pramusaji.
- d. Menjaga kebersihan dapur.

4. Pramusaji

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Menyambut dan melayani konsumen dengan ramah dan sopan.
- b. Mengetahui produk yang dijual.
- c. Memperhatikan kebutuhan konsumen.
- d. Mengetahui jumlah lauk yang dihidangkan pada setiap meja.
- e. Mengantarkan alat-alat dan sisa makanan yang telah selesai dipakai konsumen kebagian umum untuk segera dibersihkan.

5. Kasir

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Bertanggung jawab atas segala urusan keluar masuknya uang dan mengatur pembukuan keuangan dan melayani segala pembayaran yang dilakukan oleh konsumen.
- b. Menerima segala bentuk titipan atau pesan yang ditujukan kepada manajer atau pimpinan.
- c. Memberikan laporan kepada manajer.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

6. Bagian umum

Tugas dan tanggung jawab:

- a. Membersihkan area Rumah Makan agar selalu tampak bersih dan rapi.
- b. Membersihkan tempat cuci tangan.
- c. Membersihkan peralatan makan yang kotor.
- d. Mengatur tempat parkir untuk kendaraan konsumen.

E. Menu yang Ditawarkan

Rumah makan Aek Matondang ini menyajikan bermacam-macam ragam menu makanan seperti: ikan mas goreng, gulai ikan mas, semur ikan mas, rendang ayam kampung, asam pedas telur ikan, rendang belut, telur dadar, sambal ikan laut, serta ikan bakar. Berbagai menu minuman panas dan dingin pun tersedia seperti: teh es, kopi panyabungan, serta ragam kopi lainnya. Harga dari setiap menu makanan di Aek Matondang bervariasi sesuai dengan jenis lauk yang diinginkan konsumen.

Cara penyajian dirumah Aek Matondang adalah prasmanan. Beragam makanan dihidangkan di hadapan konsumen, penetapan total bayaran konsumen dilihat dari berapa banyak jumlah lauk yang dimakan. Di rumah makan Aek Matondang ini juga konsumen lebih puas karena di rumah makan Aek Matondang konsumen bisa mendapatkan tambah nasi gratis sepuasnya.

F. Jam kerja dan sistem pengupahan

1. Jam Kerja

Dalam menjalankan roda kegiatan RM. Aek Matondang mengadakan kebijakan waktu kerja. Dimana beroperasi kerja setiap hari mulai pukul 09.00 pagi sampai dengan 21.00.

2. Sistem Pengupahan

Adapun sistem pengupahan yang ditetapkan oleh RM. Aek Matondang adalah dengan sistem upah bulanan yang ditambah bonus dan THR.²⁸

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

²⁸ Dewi Sartika, Manager Rumah Makan Aek Matondang, Wawancara, 1 November 2019



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

BAB III

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kata ‘Kepuasan atau satisfaction’ berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai ‘upaya pemenuhan sesuatu’ atau ‘membuat sesuatu memadai.’²⁹ Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin statis artinya enough atau cukup, dan *facere* yaitu *to do* atau melakukan. Jadi, produk atau jasa yang dapat atau sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sehingga konsumen dapat merasa cukup.³⁰ Kepuasan konsumen juga dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Beberapa pengertian kepuasan konsumen menurut para ahli.³¹ Pelanggan merupakan pembeli atau konsumen yang melakukan pembelian atau mengkonsumsi kembali produk tertentu, berupa barang atau jasa semula. Pelanggan retensi merupakan pelanggan yang terus berkelanjutan menjadi pelanggan.³²

²⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2014) h. 353.

³⁰ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen pemasaran, edisi ke dua belas*, (Jakarta: Indeks, 2007), h. 232.

³¹ Freddy Rangkuti, *Customer Service Satisfaction & Call Center*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 6.

³² Sofjan Assauri, MBA, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2012), h.15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Menurut Kotler, “kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya”. “ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan”.³³ Sedangkan menurut Tse dan Wilton menyatakan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.³⁴

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

(Kotler dan Keller) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.³⁵

- a. Menurut Zeithaml dan Bitner, kepuasan konsumen adalah respons atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi.

³³ Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, h. 240.

³⁴ Umar, Husein, *Study Kelayakan Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pusaka Utama, 1997), h.

³⁵ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 354.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Menurut Kotler dan Amstrong, kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih tinggi ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.
- c. Menurut Pasurma, kepuasan konsumen adalah keadaan emosional, reaksi pascapembelian dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan, atau kesenangan. Perasaan pelanggan terhadap satu jenis pelayanan yang didapatkannya
- d. Menurut Schiffman, kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja suatu produk atau jasa yang dibandingkan dengan harapannya.
- e. Menurut Ziethaml, kepuasan konsumen adalah konsep yang jauh lebih luas dari hanya sekedar penilaian terhadap kualitas pelayanan, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Pada dasarnya, kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.³⁶

Teori yang menjelaskan bagaimana kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terbentuk adalah *the expectancy disconfirmation model*, yang mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian

³⁶ M. Nur Nasution, *Manajemen Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2005), Cet. Ke-2 h.



dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.³⁷

Secara umum kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan, serta kebutuhan pelanggan dapat dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efisien dan lebih efektif.³⁸

Dalam kajian literature kepuasan pelanggan yang dilakukan Giese & Cote (2000), mereka mengidentifikasi 20 definisi yang diacu dalam riset kepuasan pelanggan selama periode waktu 30 tahun. Meskipun definisi-definisi tersebut bervariasi (bahkan diantaranya saling tidak konsisten satu sama lain), kedua pakar dari Wasingthon State University ini menemukan kesamaan dalam hal tiga komponen utama: (1) kepuasan pelanggan merupakan respon (emosional atau kognitif); (2) respon tersebut menyangkut fokus tertentu (ekspektasi, produk, pengalaman konsumsi, dan seterusnya); dan (3) respon terjadi pada waktu tertentu (setelah konsumsi, setelah pemilihan produk/jasa, berdasarkan pengalaman akumulatif, dan lain-lain). Secara singkat, kepuasan pelanggan terdiri atas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

³⁷ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), Cet. Ke-2, h. 25.

³⁸ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 98.

tidak ada komponen: **respon** menyangkut **fokus** tertentu yang ditentukan pada **waktu** tertentu.³⁹

Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan/diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu.⁴⁰

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting untuk pengukuran kinerja pengoperasian bisnis perusahaan. Hal ini karena, kepuasan pelanggan dapat digunakan sebagai kekuatan untuk pendorong bagi masa depan *share* pasar dan profitabilitas suatu perusahaan. Produk berupa barang atau jasa yang lebih diminati akan mempunyai daya saing yang tinggi di pasar, bila perusahaan mampu memuaskan pelanggan melalui berbagai aktivitas dari program pemasaran serta akan menjadi penentu bagi keberhasilan bisnis perusahaan. Oleh karena itu, bisnis perusahaan akan selalu berupaya untuk menjaga hal yang terbaik bagi pemberian pelayanan yang dapat memuaskan para pelanggan.⁴¹

Tugas pasar tidak berakhir begitu saja ketika produk dibeli. Pemasar harus memantau kepuasan pasca pembelian, tindakan pasca pembelian, dan pemakaian produk pasca pembelian. Kotler (2009) menyatakan bahwa setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan dan ketidakpuasan tertentu.⁴²

³⁹ Fandy Tjiptono, Ph.D. & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), h. 292.

⁴⁰ Sofjan Assauri, *Op.Cit.*, h.11.

⁴¹ *Ibid.*, h.12.

⁴² Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2007). h. 248.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



Kepuasan pelanggan menjadi tujuan dan acuan utama setiap perusahaan, terutama dibidang pemasaran. Kepuasan pelanggan akan meningkatkan bisnis. Untuk itu, perlu adanya peningkatan produk dan layanan terhadap pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan.⁴³

Kepuasan pembeli merupakan fungsi dari seberapa dekat harapan pembeli atas produk dengan kinerja yang dipikirkan pembeli atas produk tersebut. jika kinerja produk lebih rendah daripada harapan maka pembeli akan kecewa. Sebaliknya, jika kinerja produk lebih tinggi dibandingkan dengan harapan konsumen maka pembeli akan merasa puas.⁴⁴

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada perilaku pelanggan selanjutnya. Pelanggan yang merasa puas, dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Sedangkan pelanggan yang tidak puas dapat menimbulkan sikap negatif terhadap merek maupun produsen atau penyedia jasanya bahkan bisa pula distributornya, berkurangnya kemungkinan pembelian ulang, peralihan merek, dan berbagai macam perilaku komplain⁴⁵

⁴³ *Ibid.*, h. 173.

⁴⁴ Veithzal Rivai Zainal, *Loc.Cit.*, h. 248.

⁴⁵ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 353.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

2. Cara Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Menurut Schnaars pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memuaskan pelanggan terhadap produk atau jasa. Cara-cara yang ditempuh adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pelayanan kepada pelanggan
- b. Meningkatkan kualitas produk
- c. Mempertahankan hubungan antar pelanggan
- d. Memelihara proses bisnis
- e. Merealisasikan proses bisnis⁴⁶

3. Mengukur Kepuasan Pelanggan

Suatu pelayanan dapat dikatakan memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan dan meningkatkan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan maka dapat dikatakan bahwa pelayanan tersebut tidak efektif dan tidak efisien.

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk baik barang maupun jasa yang sesuai terhadap kebutuhan pelanggan, serta dapat meminimalkan biaya dan waktu.⁴⁷ Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang produk dan pelayanan sesuai dengan kinerja produk dan pelayanan aktual. Setelah mengkonsumsi produk, konsumen akan

⁴⁶ Zulhan Yamit, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonisa, 2001),

⁴⁷ Veithzal Rivai Zainal, *Op.Cit.*, h. 176.

merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk membeli ulang produk. Sebaliknya, jika kecewa konsumen tidak akan membeli produk yang sama lagi di kemudian hari.⁴⁸

Ada empat metode yang banyak digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan, yaitu :

a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

b. *Ghost shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing.

c. *Lost customer analysis*

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

⁴⁸ Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI OFFSET, 2013) h.181.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d. Survey kepuasan pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survey, baik via pos, telepon, email, maupun wawancara langsung.⁴⁹

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Untuk mendapatkan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, suatu perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Ada lima faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut:

- a. *Kualitas produk*. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. *Kualitas pelayanan*. Pada industry jasa, adalah mutlak bahwa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang pelanggan harapkan.
- c. *Emosional*. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan merek tertentu, sehingga membuatnya mengalami tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai social atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.
- d. *Harga*. Produk mempunyai kualitas yang sama dengan produk lain, tetapi ditetapkan dengan harga yang lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

⁴⁹ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 369.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. *Biaya*. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (pengorbanannya semakin kecil), cenderung puas terhadap produk atau jasa ini.⁵⁰

5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, indikator kepuasan pelanggan yaitu gerakan kampanye pelanggan dilandasi pula pada gagasan bahwa pelanggan yang puas cenderung melakukan

- a. Loyal terhadap produk

Pelanggan yang merasa puas cenderung royal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama

- b. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif

Komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon pelanggan lain dan mengatakan hal yang baik-baik mengenai produk dan perusahaan

- c. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain

Ketika pelanggan ingin membeli produk yang lain maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.⁵¹

6. Kepuasan Konsumen dalam Pandangan Islam

Standar syariat Islam merupakan tolak ukur untuk menilai kepuasan pelanggan dalam Islam. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Islam adalah tingkat perbandingan suatu harapan terhadap suatu produk

⁵⁰ Ririn Tri Ratnasari & Mastuti H. Aksa, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), h. 118.

⁵¹ Fandi Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 342.

baik barang maupun jasa, yang seharusnya sesuai syariat dengan kenyataan yang diterima. Menurut pendapat Qardhawi (1993).

قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرءُؤُا مِنْكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدَهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَأَسْتَغْفِرَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِنْ شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ ﴿٥٤﴾

Artinya: “Sungguh telah ada suri teladan yang baik bagimu pada Ibrahim dan orang-orang yang bersama dengannya, ketika mereka berkata kepada kaumnya, “ Sesungguhnya kami berlepas diri dari kamu dan dari apa yang kamu sembah selain Allah, kami mengingkaari (kekafiran) mu dan telah nyata antara kami dan kamu ada permusuhan dan kebencian buat selama-lamanya sampai kamu beriman kepada Allah saja, “ kecuali perkataan Ibrahim kepada ayahnya, “ Sungguh, aku akan memohonkan ampunan bagimu, namun aku sama sekali tidak dapat menolak (siksaan) Allah kepadamu”. (Ibrahim berkata), “ Ya Tuhan kami, hanya kepada Engkau kami bertawakal dan hanya kepada Engkau kami bertobat dan hanya kepada Engkau-lah kami kembali. (Q.S Al-Mumtahanah: 04)

Sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan hal berikut.

a. Sifat jujur dan benar

Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut, termasuk kepada pelanggan. Hal tersebut berdasarkan sabda Rasulullah saw. dalam hadits berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

“muslim itu adalah saudara muslim. Tidak boleh bagi seorang muslim, apabila ia berdagang dengan saudaranya dan menemukan cacat, kecuali diterangkannya.” (HR. Ahmad dan Thabrani)

b. Sifat amanah

Amanah berarti tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurugi hak orang lain. Serta mengembalikan hak apapun kepada pemiliknya. Dalam berdagang, dikenal istilah “menjual dengan amanah”, artinya penjual menjelaskan ciri, kualitas, dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkan. Dengan demikian, tiap perusahaan harus memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan dengan cara menjelaskan segala sesuatu yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya. Hal tersebut dilakukan agar tidak timbul keraguan pada diri pelanggannya.⁵²

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Definisi kualitas berpusat kepada pelanggan. Pelanggan memiliki kebutuhan dan pengharapan tertentu. Kita bisa mengatakan bahwa penjual tertentu berkualitas bila produk dan pelayanannya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

⁵² Veithzal Rivai Zainal, *Op.Cit.*, h. 173.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan yang berkualitas.⁵³

Menurut Garvin dan Davis bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/ tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.⁵⁴

Sedangkan, menurut Kolter (2005) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dalam pengertian lain, kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kepuasan pelanggan. Pada dasarnya kualitas mengacu kepada pengertian pokok berikut:

- a) Kualitas terdiri dari sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan *attaktif* yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu.
- b) Kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.⁵⁵

Dari pengertian di atas kualitas selalu berfokus pada pelanggan. Dengan demikian produk-produk didesain, diproduksi, serta pelayanan diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

⁵³ Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 44.

⁵⁴ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), h. 41.

⁵⁵ Vincent Gaspersz, *Total Quality Management*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 5.



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Pengertian pelayanan

Menurut kamus Bahasa Indonesia, pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan usaha melayani kebutuhan orang lain. Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau program kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.⁵⁶

Pelayanan dalam Bahasa Inggris adalah *service*, Moenir mendefinisikan pelayanan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan tertentu dimana tingkat pemuasannya hanya dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani, tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pengguna.⁵⁷

Pelayanan adalah aksi, kinerja, dan pengalaman yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain.⁵⁸ Pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi yang menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen akan menimbulkan kesan tersendiri.⁵⁹ Pelayanan yang baik adalah kemampuan

⁵⁶ M. Nurrianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*, (Bandung CV. Alfabeta, 2010), h. 211.

⁵⁷ Moenir, A.S, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2002), h. 26-27.

⁵⁸ Ari Setyaningru, Jusuf Udaya, Dkk, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing*, (Yogyakarta: Andi, 2015), h. 281.

⁵⁹ R.A Supriyono, *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, (Yogyakarta: BPFEUGM, 1999), h. 300.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

perusahaan dalam memberikan layanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang telah ditetapkan.⁶⁰

Pelayanan sebagai suatu usaha untuk membantu, menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan orang lain. Pelayanan adalah serangkaian kegiatan atau proses pemenuhan kebutuhan orang lain secara lebih memuaskan berupa produk jasa dengan sejumlah ciri seperti tidak berwujud, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki dan pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.⁶¹

Sampara dalam buku L.P Sinambela mengatakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau aturan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁶²

Menurut Kolter, pelayanan adalah suatu bentuk interaksi antara satu pihak yang memberi pelayanan dengan pihak lain yang menerima pelayanan, tidak berwujud fisik akan tetapi dapat dirasakan dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.⁶³

Sedangkan, Lukman mengemukakan bahwa pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik.⁶⁴

⁶⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2006), h. 31.

⁶¹ Paiman Napitulu, *Pelayanan Public Dan Customer Satisfaction*, (Bandung: PT. Alumni, 2007), h. 164.

⁶² Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), h. 5.

⁶³ Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Op.Cit.*, h. 93.

⁶⁴ Muliaty, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar*, Jurnal Administrasi Public, Volume 6, No. 1.



Dari beberapa pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan orang lain, yang mana pelayanan tersebut tidak memiliki wujud, dan hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani atau dilayani.

3. Pengertian kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Fandy Tjiptono, kualitas pelayanan adalah jika pelayanan yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Menurut Wyckof, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁶⁵

Menurut John Sviokla adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas jasa suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

⁶⁵ Nasution, *Op.Cit.*, h. 47.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model serqual (*service quality*). Serqual dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya.⁶⁶

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama:

- a. *Technical quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et.al *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi:
 - 1) *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga
 - 2) *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengonsumsi jasa. Contohnya ketetapan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapian hasil
 - 3) *Credence quality*, yaitu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung
- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa
- c. *Corporate image*, yaitu profit, reputasi, citra umum, dan daya tarik khusus suatu perusahaan.⁶⁷

4. Dimensi atau Indikator Kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

⁶⁶ Rambat Lupiyoadi Dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), h. 181.

⁶⁷ Nasution, *Op.Cit.*, h. 48.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Bukti langsung (*Tangibles*)

Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi dan lain-lain yang dapat dan harus ada dalam proses jasa.

b. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*), dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*ontime*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tanpa melakukan kesalahan setiap kali.

c. Daya tangkap (*Responsiveness*)

Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu kemauan dan keinginan karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi.

d. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, kemampuan, ramah, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan konsumen dan merasa terbebas dari bahaya dan risiko.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Empati

Empati meliputi sikap kontak personal maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan.⁶⁸

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Layanan konsumen adalah suatu strategi produk yang penting walaupun kadang-kadang diabaikan. Menciptakan suatu strategi layanan konsumen yang terpadu dan terkoordinasi menuntut perkembangan rencana dan anggaran, pengukuran kerja, dan pemberian tanggung jawab untuk layanan. Layanan konsumen harus dianggap sebagai bagian strategi pemasaran organisasi, dan perlu melibatkan berbagai fungsi bisnis yang kegiatan-kegiatannya mempengaruhi konsumen. Tanggung jawab layanan konsumen sering kali diberikan kepada armada penjualan atau unit pemasaran yang memproses permintaan dan keluhan konsumen.⁶⁹

Kunci untuk membangun hubungan pelanggan yang langgeng adalah menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan yang unggul. Pelanggan yang puas akan menjadi pelanggan yang setia dan memberikan pangsa bisnis yang besar bagi perusahaan. Menarik dan mempertahankan

⁶⁸ Farida Jasfar, *Op.Cit.*, h. 51.

⁶⁹ David W. Cravens, *Pemasaran Strategis*, (Jakarta:Pt Gelora Aksara Permata, 1996), h.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

pelanggan sering menghadapi kebingungan dalam memilih produk dan jasa.⁷⁰

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan kepada pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Memahami pasar dan kebutuhan pelanggan
- b. Merancang strategi pemasaran yang digerakkan oleh pelanggan
- c. Menyiapkan rencana dan program pemasaran yang terintegrasi
- d. Membangun hubungan pelanggan⁷¹

6. Kualitas pelayanan dalam Islam

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

Pemberian pelayanan dalam perusahaan berbasis Islam dan Konvensional tidak memiliki perbedaan yang signifikan. Perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaan yaitu ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik sebaiknya tidak menonjolkan kemewahan. Islam menganjurkan setiap pelaku bisnis dapat bersikap

⁷⁰ Philip Kolter Dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h.

⁷¹ *Ibid.*, h. 6.

profesional yaitu dapat bekerja dengan cepat dan tepat sehingga tidak menyalah-menyalahkan amanah yang menjadi tanggung jawabnya tersebut.

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam. (Othman dan Owen, 2001)⁷²

Islam mengajarkan umatnya untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan atau usaha yang dijalankan. Dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu penilaian pelanggan tentang kesesuaian tingkat pelayanan yang diharapkannya. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan enam dimensi yaitu:

a) *Compliance*

Dimensi *compliance* atau kepatuhan berkenaan dengan kepatuhan pelaku bisnis terhadap aturan atau hukum yang telah ditetapkan oleh Allah SWT atau dapat pula disebut syariat. Syariat Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan oleh Allah SWT.⁷³

وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ مِنَ الْكِتَابِ
وَمُهَيِّمًا عَلَيْهِ فَاحْكُم بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ عَمَّا

⁷² Rizki Pratama Putra Dan Sri Herianingrum, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Surabaya*, JESTT Vol.1 No.9.

⁷³ Veithzal Rivai Zainal, Dkk, *Op.Cit.*, h. 181.

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

جَاءَكَ مِنَ الْحَقِّ لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَا جَا^ع وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ لِيَبْلُوَكُمْ فِي مَاءِ آتَانَكُمْ^ط فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ^ع إِلَى اللَّهِ مَرْجِعُكُمْ جَمِيعًا فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ فِيهِ تَخْتَلِفُونَ^{٥٨}

Artinya: “Dan Kami telah turunkan kepadamu Al Quran dengan membawa kebenaran, membenarkan apa yang sebelumnya, Yaitu Kitab-Kitab (yang diturunkan sebelumnya) dan batu ujian terhadap Kitab-Kitab yang lain itu; Maka putuskanlah perkara mereka menurut apa yang Allah turunkan dan janganlah kamu mengikuti hawa nafsu mereka dengan meninggalkan kebenaran yang telah datang kepadamu. untuk tiap-tiap umat diantara kamu Kami berikan aturan dan jalan yang terang. Sekiranya Allah menghendaki, niscaya kamu dijadikan-Nya satu umat (saja), tetapi Allah hendak menguji kamu terhadap pemberian-Nya kepadamu, Maka berlomba-lombalah berbuat kebajikan. hanya kepada Allah-lah kembali kamu semuanya, lalu diberitahukan-Nya kepadamu apa yang telah kamu perselisihkan itu”(Q.S. Al-Maidah : 48)⁷⁴

Hendaknya setiap perkara diputuskan berdasarkan syariat.

Kepatuhan terhadap syariat dapat diwujudkan dengan pengetahuan seseorang tentang syariat itu sendiri sehingga dapat menciptakan pribadi yang bermoral dan beretika. Keyakinan terhadap Allah Swt akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam menjalankan segala aktivitasnya termasuk bisnis untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

b) *Reliability*

Dimensi *reliability* atau keandalan berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat. Ketetapan dan keakuratan tersebut akan menumbuhkan kepercayaan

⁷⁴ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h. 116.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

pelanggan terhadap perusahaan barang atau jasa. Kewajiban untuk selalu menepati janji juga terdapat dalam firman Allah SWT.⁷⁵

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا
 وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya: “Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.” (Q.S. An-Nahl : 91)⁷⁶

Memberikan jasa yang handal dan akurat dapat dikaitkan dengan memudahkan kesulitan atau kebutuhan orang lain.

c) *Responsiveness*

Dimensi *responsiveness* atau daya tanggap berkenaan dengan kesedian pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan hal tersebut berkenaan dengan profesionalitas. Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang dikatakan profesional apabila dapat bekerja sesuai dengan keahlian atau kemampuannya. Pekerjaan akan dapat dilakukan dan diselesaikan dengan cepat dan tepat apabila dikerjakan oleh orang yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya.⁷⁷

Kepercayaan yang diberikan pelanggan merupakan suatu amanah. Apabila amanah tersebut disia-siakan maka akan berdampak

⁷⁵ Veithzal Rivai Zainal,dkk, *Op.Cit.*, h. 183.

⁷⁶ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h. 277

⁷⁷ Veithzal Rivai Zainal,dkk, *Op.Cit.*, h. 184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

pada kegagalan suatu perusahaan. Untuk itu, kepercayaan pelanggan merupakan suatu amanah yang tidak boleh disia-siakan. Kepercayaan tersebut didapat dengan memberikan pelayanan secara professional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidang dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat.⁷⁸

d) Assurance

Dimensi *assurance* atau jaminan berkenaan dengan pengetahuan atau wawasan, kesopanan, kesantunan, kepercayaan diri dari pemberi layanan, dan respek terhadap pelanggan. Sifat tersebut akan meningkatkan persepsi positif dan nilai bagi pelanggan terhadap suatu perusahaan. *Assurance* tersebut tentu akan meningkatkan rasa percaya, rasa aman, dan bebas dari risiko atau bahaya sehingga membuat pelanggan merasakan kepuasan. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah SWT :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا
 مِن حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥٩﴾

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada

⁷⁸ *Ibid.*, h. 185.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(Q.S. Ali Imran :159)⁷⁹

e) *Empathy*

Dimensi *empathy* berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberikan perhatian secara individu kepada pelanggan. Kemauan ini ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, perhatian, serta dapat memahami kebutuhan dan keluhan pelanggan. Sikap tersebut dapat membuat pelanggan merasa kebutuhannya terpenuhi karena telah dilayani dengan baik. Sikap empati pegawai ini dapat direalisasikan melalui pemberian layanan informasi dan keluhan pelanggan, melayani transaksi pelanggan dengan senang hati, dan membantu pelanggan ketika mengalami kesulitan.

f) *Tangibles*

Dimensi *tangible* atau bukti fisik berkenaan dengan fasilitas fisik seperti gedung ruangan yang nyaman, dan sarana prasarana lainnya. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas fisik hendaknya lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, bukan menunjukkan kemewahan.⁸⁰ Firman Allah dalam surat At-Takatsur ayat 1-5 yaitu:

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ ۝ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۝ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝
ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ۝

Artinya: “Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. janganlah begitu, kelak kamu akan

⁷⁹ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h. 71

⁸⁰ Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Op.Cit.*, h. 186.



mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin.”(Q.S. At-Takatsur : 1-5)⁸¹

7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

McKechnie (2012) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah fungsi dari harapan dan persepsi terhadap kinerja suatu produk setelah pelanggan mendapatkan atau menggunakan layanan. Pelanggan yang setia cenderung membeli lebih banyak sehingga laba perusahaan akan bertambah. Selanjutnya, Kotler (2005) mengemukakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Perusahaan harus mengutamakan layanan yang memuaskan konsumen sehingga terbentuk loyalitas sesungguhnya. Perusahaan harus mengutamakan layanan, memonitor keluhan-keluhan para konsumen, dan harus selalu tanggap terhadap keluhan pelanggan.⁸²

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting untuk membentuk kepuasan konsumen, selain untuk menciptakan keuntungan

⁸¹ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h. 600

⁸² Etta Mamang Sangadji, Sopiah, *Op. Cit.*, h. 115.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.⁸³

C Harga

1. Pengertian Harga

Menurut philiph Kotler, secara sempit, harga didefinisikan sebagai jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk dan jasa, sementara secara lebih luas harga adalah jumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk keuntungan memiliki dan menggunakan produk dan jasa.⁸⁴

Menurut Kasmir, harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.⁸⁵ Sedangkan harga menurut Philip Kotler adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa. Secara arti luas, harga adalah keseluruhan nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari kepemilikan terhadap sebuah produk atau jasa.⁸⁶ Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu:

- a. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara

⁸³ *Ibid.*, h. 182.

⁸⁴ Hendra Riofita, MM, *strategi pemasaran*, (Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra, 2015), h.114.

⁸⁵ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, cet 10, 2014), h. 191.

⁸⁶ Susatyo Herlambang, *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2014) h. 47.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki.

- b. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi dimana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara objektif. Persepsi yang sering berlaku adalah bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi.⁸⁷

2. Tujuan Penetapan Harga

Penentuan harga harus sesuai dengan tujuan usaha yang dilaksanakan. Menetapkan tujuan berdasarkan harga merupakan pekerjaan yang paling fleksibel, dapat diubah secara cepat sejalan dengan perubahan pasar, termasuk masalah persaingan harga. Secara umum, penetapan harga bertujuan untuk mencari laba agar perusahaan dapat berjalan. Dalam kondisi ini persaingan yang semakin ketat, tujuan mencari laba secara maksimal dalam praktiknya akan sulit dicapai.⁸⁸

Secara umum tujuan penentuan harga adalah sebagai berikut:

- a. Untuk bertahan hidup, dalam hal ini perusahaan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk atau jasa yang ditawarkan laku dipasaran.

⁸⁷ Fandy Tjiptono, *Op.Cit.*, h. 95.

⁸⁸ Ali Hasan, *Marketing*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), Cet. Ke-1, h. 299-300.

- b. Untuk memaksimalkan laba, Tujuan harga ini dengan mengharapkan penjualan yang meningkat sehingga laba dapat ditingkatkan. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.
- c. Untuk memperbesar market share, Penentuan harga ini dengan harga yang murah sehingga diharapkan jumlah pelanggan meningkat dan diharapkan pula pelanggan pesaing beralih ke produk yang ditawarkan.
- d. Mutu Produk, dengan tujuan memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi dan biasanya harga jual ditentukan setinggi mungkin.
- e. Karena Pesaing, Dalam hal ini penentuan harga dengan melihat harga pesaing. Tujuannya adalah agar harga yang ditawarkan jangan melebihi harga pesaing.⁸⁹

Menurut jumhur ulama telah sepakat bahwa Islam menjunjung tinggi mekanisme pasar bebas, maka hanya dalam kondisi tertentu saja pemerintah dapat melakukan kebijakan penetapan harga. Prinsip dari kebijakan ini adalah mengupayakan harga yang adil, harga yang normal, atau sesuai harga pasar. Dalam penjualan Islami, baik yang bersifat barang maupun jasa, terdapat norma, etika agama, dan perikemanusiaan yang menjadi landasan pokok bagi pasar Islam yang bersih, yaitu:

⁸⁹ Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h.207.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Larangan menjual atau memperdagangkan barang-barang yang diharamkan
- b. Bersikap benar, amanah dan jujur
- c. Menegakkan keadilan dan mengharamkan riba
- d. Menerapkan kasih sayang
- e. Menegakkan toleransi dan keadilan⁹⁰

Ajaran Islam memberikan perhatian yang besar terhadap kesempurnaan mekanisme pasar. Mekanisme pasar yang sempurna merupakan resultan dari kekuatan yang bersifat massal, yaitu merupakan fenomenal alamiyah. Pasar yang bersaing sempurna menghasilkan harga yang adil bagi penjual maupun pembeli. Oleh karena itu, Islam sangat memperhatikan konsep harga yang adil dan mekanisme pasar yang sempurna.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga

Harga harus dipertimbangkan dalam hubungannya dengan peranannya dalam mendukung bauran pemasaran secara keseluruhan. Secara rinci faktor-faktor yang mempengaruhi kebijakan penetapan harga adalah:

- a. Laba yang diinginkan

Dalam kaitannya dengan jumlah laba penetapan harga harus mempertimbangkan kecukupan pengembalian modal, kebutuhan akan laba untuk ekspansi dari hasil penjualan tersebut,

⁹⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani, 1999), h.189.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

serta trend penjualan yang diinginkan.

b. Faktor produk

Faktor ini mencakup realistiknya volume penjualan yang direncanakan. Diskriminasi harga, ketersediaan kapasitas menganggur. Kelayakan untuk mengenakan tingkat harga yang diinginkan, kaitan harga dengan daur hidup produk.

c. Faktor biaya

Tingkat biaya tetap dan biaya variabel, efektivitas penggunaan modal, pembebanan biaya bersama pada tiap jenis produk. Dalam penentuan harga jual, faktor biaya digunakan sebagai batas bawah karena dalam kondisi wajar harga jual harus dapat menutup biaya yang bersangkutan dengan produk atau jasa dan dapat menghasilkan laba yang diharapkan. Maka dapat diasumsikan bahwa harga jual yang ditetapkan harus lebih tinggi dari total biaya yang telah dikeluarkan supaya menguntungkan bagi perusahaan.

d. Faktor dari luar perusahaan

Termasuk faktor luar perusahaan yang harus dipertimbangkan adalah elastisitas permintaan, target pasar, tingkat persaingan, dan heterogenitas produk. Bagi produk-produk tertentu, faktor non-ekonomi seperti perundang-undangan yang relevan juga perlu dipertimbangkan sebagai faktor eksternal dalam penetapan harga.⁹¹

⁹¹ Samryn, *Akuntansi Manajerial*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2001) h. 302-303.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Metode Penetapan Harga

Perusahaan memilih metode penetapan harga yang mencakup satu atau lebih dari tiga pertimbangan ini. Menurut Kotler dan Keller ada enam metode penetapan harga, berikut penjelasannya:

a. Penetapan Harga Mark Up

Metode penetapan harga paling mendasar adalah menambah markup standar kebiaya produk. Sampai saat ini penetapan harga markup masih populer karena penjual dapat menentukan biaya jauh lebih mudah daripada memperkirakan permintaan, kemudian harga cenderung sama dan persaingan harga terminimalisasi ketika perusahaan dalam industri menggunakan metode ini, dan terakhir banyak orang merasa bahwa penetapan harga biaya plus lebih adil bagi pembeli dan penjual.

b. Penetapan Harga Tingkat Pembelian Sasaran

Perusahaan menentukan harga yang akan menghasilkan tingkat pengembalian atas investasi sasarannya.

c. Penetapan Harga Nilai Anggapan

Nilai anggapan terdiri dari beberapa elemen seperti citra pembeli akan kinerja produk, kemampuan penghantaran dari saluran, kualitas jaminan, dukungan pelanggan, dan atribut yang kurang dominan seperti reputasi pemasok, kepercayaan dan harga diri.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

d. Penetapan Harga Nilai

Metode yang menciptakan harga murah kepada konsumen untuk menarik perhatian konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk perusahaan.

e. Penetapan Harga Going-Rate

Perusahaan mendasarkan sebagian besar harganya pada harga pesaing, mengenakan harga yang sama, lebih mahal atau lebih murah dibandingkan harga pesaing utama.

f. Penetapan Harga Jenis Lelang

Penetapan harga jenis lelang dilakukan untuk membuang persediaan lebih atau barang bekas.

Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan mengembangkan atau memperoleh suatu produk baru, memperkenalkan produk ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang atas suatu kontrak kerja baru. Hal tersebut dilakukan agar tujuan perusahaan dapat tercapai.⁹²

5. Indikator-Indikator Harga

Menurut Kotler dan Amstrong menjelaskan ada empat ukuran yang mencirikan harga, adalah: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, kesesuaian harga dengan manfaat, dan harga sesuai kemampuan atau daya beli. Di bawah ini penjelasan empat ukuran harga, yaitu:

⁹² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, *Op. Cit.*, h. 83.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Keterjangkauan harga.

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harganya juga berbeda dari termurah sampai termahal. Dengan harga yang ditetapkan para konsumen banyak yang membeli produk.

b. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya harga suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut. Janganlah menetapkan harga terlalu mahal ataupun terlalu murah karna akan merugikan salah satu pihak.

c. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

d. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika konsumen merasakan manfaat produk lebih kecil dari uang yang dikeluarkan maka konsumen akan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berpikir dua kali untuk melakukan pembelian ulang.⁹³

6. Harga dalam Pandangan Islam

Islam mengharuskan untuk berlaku adil dan berbuat kebajikan dimana berlaku adil harus didahulukan dari berbuat kebajikan. Dalam perniagaan, persyaratan adil yang paling mendasar adalah dalam menentukan mutu dan ukuran (takaran maupun timbangan). Karena itu dalam perniagaan, Islam melarang untuk menipu bahkan sekedar membawa kondisi yang dapat menimbulkan keraguan yang dapat menyesatkan atau gharar.⁹⁴ Dalam al-Qur'an surat Hud ayat 85 dinyatakan:

وَيَقَوْمٍ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿٨٥﴾

Artinya: “Dan Syu'aib berkata: "Hai kaumku, cukupkanlah takaran dan timbangan dengan adil, dan janganlah kamu merugikan manusia terhadap hak-hak mereka dan janganlah kamu membuat kejahatan di muka bumi dengan membuat kerusakan”.”⁹⁵

Islam memiliki pandangan sendiri mengenai keputusan penetapan harga. Alquran telah menetapkan rambu-rambu dalam berbisnis yang harus dapat menguntungkan kedua belah pihak. Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam ayat berikut.

⁹³ *Ibid.*, h. 84.

⁹⁴ *Ibid.*, h. 85.

⁹⁵ Depag RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2012), h. 228

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَالرَّسُولَ فَأُولَٰئِكَ مَعَ الَّذِينَ أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنَ النَّبِيِّينَ
وَالصَّادِقِينَ وَالشُّهَدَاءِ وَالصَّالِحِينَ وَحَسُنَ أُولَٰئِكَ رَفِيقًا ﴿٢٩﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisa'(4):29)*

Tugas pemasaran adalah menemukan tingkatan harga yang akan ditawarkan kepada produsen dengan berbagai pendekatan seperti harga psikologis dan harga geografis. Esensi terpenting dalam mempertahankan keberadaan bisnis adalah bagaimana harga dapat ditetapkan secara pas, tidak merugikan produsen, dan mampu dibayarkan oleh konsumen. Hal tersebut juga harus diikuti dengan prinsip lain seperti produsen harus menghantarkan produk ke konsumen dengan kualitas yang dijanjikan, tanpa dilebih-lebihkan. Pembatasan terhadap harga tidak perlu dilakukan secara pasti, selagi masih *reliable* dan dapat dipercaya oleh pelanggan.

Penetapan (*regulasi*) harga dikenal di dunia fiqih dengan istilah *tas'ir*, yang berarti menetapkan harga tertentu pada barang-barang yang diperjualbelikan, yang tidak menzalimi pemilik barang dan pembelinya. Dalam konsep ekonomi Islam, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan-kekuatan pasar, yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Dalam konsep Islam pertemuan permintaan dengan penawaran harus terjadi secara rela sama rela. Artinya tidak ada pihak yang terpaksa melakukan transaksi pada tingkat harga tertentu. Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

dari keadaannya, yaitu keadaan salah satu pihak senang di atas pihak lain.⁹⁶

Menurut Ibnu Taimiyah ada dua tema yang sering ditemukan dalam pembahasannya tentang masalah harga, yaitu :

- a. *Iwad al Mitsl*, adalah penggantian yang sama yang merupakan nilai harga sepadan dari sebuah benda menurut adat kebiasaan. Kompensasi yang setara diukur dan ditaksir oleh hal-hal yang setara tanpa ada tambahan dan pengurangan, disinilah esensi dari keadilan.
- b. *Tsamam al-Mitsl*, adalah nilai harga dimana orang-orang menjual barangnya dapat diterima secara umum sebagai hal yang sepadan dengan barang yang dijual itu ataupun barang-barang yang sejenis lainnya di tempat dan diwaktu tertentu.⁹⁷

Dalam satu bagian dalam bukunya. *Fatawa*, Ibnu Taimiyah mencatat beberapa faktor yang berpengaruh terhadap permintaan dan konsekuensinya terhadap harga :

- a. Keinginan penduduk (al-*raghbah*) atas jenis yang berbeda-beda dan sesekali berubah-ubah. Perubahan itu sesuai dengan kelimpahruhan atau kelangkaan barang yang diminta (al-*matlub*). Sebuah barang sangat diinginkan jika persediaannya sangat sedikit ketimbang jika ketersediaannya berlimpah.
- b. Perubahannya juga tergantung pada jumlah para peminta (tullab). Jika jumlah dari orang-orang yang meminta dalam satu jenis barang

⁹⁶ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung : Pustaka Setia, 2013), h.221

⁹⁷ *Ibid*, h. 210

dagangan banyak, harga akan naik dan akan terjadi sebaliknya jika jumlah permintaannya kecil.

- c. Itu juga akan berpengaruh atas menguat atau melemahnya tingkat kebutuhan atas barang karena meluasnya jumlah dan ukuran dari kebutuhan, bagaimanapun besar atau kecilnya.
- d. Harga jual berubah-ubah sesuai dengan (kualitas pelanggan) siapa saja pertukaran barang itu dilakukan (al-mu'awid). Jika ia kaya dan dijamin membayar utang, harga yang rendah bisa diterima darinya, ketimbang yang diterima dari orang lain yang diketahui sedang bangkrut, suka mengulur-ulur pembayaran atau diragukan kemampuan membayarnya.
- e. Harga itu dipengaruhi juga oleh bentuk alat pembayaran (uang) yang digunakan dalam jual beli. Jika yang digunakan umum dipakai (naqd ra'ji), harga akan lebih rendah ketimbang jika membayar dengan uang yang jarang ada diperedaran.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.

⁹⁸A.A Islahi, *Konsep Ekonomi Ibnu Taimiyah*, (Surabaya :PT Bina Ilmu, 1997), h.107

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penulis menjelaskan hasil dan pembahasan penelitian secara menyeluruh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian yang penulis lakukan. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal. Kontribusi faktor kualitas pelayanan dan harga produk ini terhadap tingkat kepuasan konsumen adalah 0,698. Artinya adalah pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan dan harga produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen adalah sebesar 69,8%. Selebihnya sebesar 30,2% perubahan nilai variable dependen Y (Kepuasan Konsumen) dipengaruhi oleh variable lain yang tidak ada dalam penelitian ini. Korelasi antara kualitas pelayanan dan harga produk secara bersama-sama dengan keputusan konsumen memiliki *hubungan yang sangat kuat*.
2. Tinjauan Ekonomi Syariah tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dan harga produk Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal secara umum telah dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Pada intinya pemberian pelayanan dan harga sudah sejalan dengan prinsip syariah sesuai dengan firman Allah Shubhanahu wa ta'aladan Sunnah Rasulullah.



B. Saran

Berdasarkan hasil uraian kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian ini, maka penulis menyampaikan saran yang kiranya dapat dilakukan dan dapat memberikan manfaat bagi kemajuan perusahaan yaitu:

1. Dengan diketahuinya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal, maka dengan demikian variabel kualitas pelayanan tersebut dapat ditingkatkan lagi, dari segi keramahan karyawan, kesopanan, serta hubungan dengan konsumen.
2. Dengan diketahuinya harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal, maka disarankan agar pihak manajemen Rumah Makan Aekm Matondang dapat mempertahankan harga sesuai dengan kualitas produk.
3. Dengan diketahuinya pandangan Ekonomi Syariah terhadap kualitas pelayanan dan harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal, dapat meningkatkan ketaqwaan kepada Allah Shubhanahu wa ta'ala, dan menjalankan aktivitas bermuamalah sesuai dengan Al-Quran dan Hadist.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

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

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



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri, (2012), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Ar Setiyaningru, Jusuf Udaya, Dkk, (2015), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing*, Yogyakarta: Andi.
- Assauri, Sofjan, (2012), MBA, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Badri, Sutrisno, (2012), *Metode Statistika Untuk Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Ombak.
- Bungin, Burhan, (2006), *Metodologi Penelitian ce. 1*, Jakarta: Persada Media Group.
- David W. Cravens, (2006), *Pemasaran Strategis*, Jakarta: Pt Gelora Aksara Permata.
- Depag RI, (2012), *Al-Qur'an dan Terjemahan*, Bekasi: Cipta Bagus Segara.
- Gaspersz, Vincent, (2008), *Total Quality Management*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hasan, Ali, (2008), *Marketing*, Cet. Ke-1, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, Iqbal, (2002) *Pokok-pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif)*, Ed. Ke-2, Cet. ke-3, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hasan, Iqbal, (2002), *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Hasan, Iqbal, (2006), *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, Iqbal, (2006), *Analisis Data Penelitian dengan Statistic*, Cet Ke-2 Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasan, Iqbal, (2014), *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Helambang, Susatyo, (2014), *Basic Marketing: Dasar-Dasar Pemasaran Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- Jasfar, Farida, (2009), *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Kasim, (2006), *Etika Customer Cervise*, Jakarta: PT Grafindo Persada.
- _____, (2007), *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- _____, (2008), *Pemasaran Bank*, Jakarta: Prenada Media Group.
- _____, (2014), *Kewirausahaan*, cet 10, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip Dan Amstrong, (2008), *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- _____, Philip and Kevin Lane Keller, (2009), *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, Jakarta: Indeks.
- Lupiypadi, Rambat Dan A. Hamdani, (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat.
- _____, & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2*, Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- M. Nurrianto Al Arif, (2010), *Dasar-Dasar Pemasaran Perbankan Syariah*, Bandung: CV. Afabeta.
- M. Suyanto, (2008), *Muhammad Business Strategy & Ethics: Etika dan Strategi Bisnis Nabi Muhammad SAW*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Menir, A.S, (2002), *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mhammad, (2012), *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif*.
- Mujahidin, Akhmad, (2007), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Muliaty, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar*, Jurnal Administrasi Public, Vol. 6, No. 1.
- Napitulu, Paiman, (2007), *Pelayanan Public Dan Customer Satisfaction*, Bandung: PT. Alumni.
- Nasution, (2004), *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- _____, M. Nur, (2005), *Manajemen Terpadu*, Cet. Ke-2 Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nasir, Moh, (2005), *Metode Penelitian*, Bogor : Ghalia Indonesia.
- Qardhawi, Yusuf, (1999), *Norma dan Etika Bisnis Islam*, Alih Bahasa Zainal Arifin, Jakarta:Gema Insani.
- R. A Supriyono, (1999), *Manajemen Strategi Dan Kebijakan Bisnis*, Yogyakarta: BPFEUGM.
- Rangkuti, Freddy, (2013), *Customer Service Satisfaction & Call Center*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ranasari ,Ririn Tri & Mastuti H. Aksa, (2011), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Riduwan dan Sunarto, (2010), *Pengantar Statistik untuk Penelitian Pendidikan, Sosial, Ekonomi, Komunikasi dan Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Riofita, Hendra, (2015), *strategi pemasaran*, Pekanbaru: CV. Mutiara Pesisir Sumatra.
- Rizki Pratama Putra Dan Sri Herianingrum, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Surabaya*, JESTT Vol.1 No.9.
- Samryn, (2001), *Akuntansi Manajerial*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Sagadji ,Etta Mamang dan Sopiah, (2010), *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: ANDI.
- _____, Etta Mamang, Sopiah, (2013), *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- Siambela (2007), *Reformasi Pelayanan Publik*, Jakarta:Bumi Aksara.
- Sugiyono, (2012), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2014), *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto, (2009), *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: ANDI.
- Sumarwan, Ujang, (2004), *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Cet. Ke-2, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

- Tjiptono, Fandy Ph.D. & Gregorius Chandra, (2011), *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*, Yogyakarta: Andi Offset.
- _____, Fandi, (2003), *Total Quality Management*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- _____, Fandi, (2014), *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan dan Penelitian*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.
- _____, Fandy (2001), *Strategi Pemasaran*, Jakarta: Indeks.
- Umar, Husen, (2003), *Metode Riset Bisnis*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____, Husein, (1997), *Study Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pusaka Utama.
- _____, Husein, (2009), *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Thesis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Yamit, Zulhan, (2001), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonisa
- Zainal, Veithzal Rivai dkk, (2017), *Islamic Marketing Management*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

KUESIONER PENELITIAN

A. Pendahuluan

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Aek Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah**, maka dengan ini peneliti :

Nama : Ahlan Pawaddin
 Nim : 11525105468
 Jurusan : Ekonomi Syariah
 Fakultas : Syariah dan Hukum

Melalui angket ini, peneliti mohon bantuan bapak/ibu/saudara/I untuk mengisi angket penelitian ini sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman. Jawaban yang bapak/ibu/saudara/I berikan dijamin kerahasiaan dan tidak akan mempengaruhi aktivitas bapak/ibu/saudara/I.

Atas bantuan bapak/ibu/saudara/I dalam pengisian angket ini peneliti ucapkan terima kasih.

Mengetahui

Penulis

Pembimbing

Ahlan Pawaddin
 NIM :11525105468

Budi Azwar, S.E.M.S.Ec
 NIP:19800104 200801 1 005

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

B. Data Responden (petunjuk:beritanda(√)padajawaban yang sesuai)

1. Nama Responden.....
2. Jenis Kelamin : a. laki-laki b. perempuan
3. Usia : a. < 30 b. 31 s/d 40
c. 41 s/d 50 d. > 50
4. Pendidikan Terakhir : a. SMP/Sederajat b. SMA/Sederajat
c. S1 d. S2/S3
5. Pekerjaan : a. Petani b. Wiraswasta
c. Karyawan BUMN/D d. PNS/TNI/POLRI
e. Mahasiswa f. Lain-Lain.....
6. Pendapatan : a. < Rp. 1.500.000
b. Rp. 1.500.000 s/d Rp. 2.500.000
c. > Rp. 2.500.000

C. Petunjuk pengisian
Berilah tanda (√) seberapa besar tingkat persetujuan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut:

- Keterangan :
- a. SS = Sangat setuju
 - b. S = Setuju
 - c. N = Netral
 - d. TS = Tidak setuju
 - e. STS = Sangat tidak setuju

D. Daftar pertanyaan

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Berwujud (Tangible)	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
1. Fasilitas dan peralatan yang digunakan pada RM. Aek Matondang layak dan memadai					
2. Karyawan RM. Aek Matondang berpakaian bersih dan berpenampilan rapi.					
3. Pemilik dan karyawan RM. Aek Matondang secara ramah dan profesional dalam melayani konsumen					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Kehandalan (Reliability)	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
4. Jika karyawan pada RM. Aek Matondang berjanji untuk menyelesaikan sesuatu pada waktu yang ditentukan, maka akan menepatinya.					
5. Pemilik dan karyawan memberikan kebebasan kepada konsumen terhadap apa yang di inginkan					
6. Karyawan pada RM. Aek Matondang cekatan dalam menangani kebutuhan akan pesanan konsumen					

Kecepat tanggapan (Responsive)	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
7. Karyawan pada RM. Aek Matondang bersedia membantu keperluan konsumen					
8. Karyawan pada RM. Aek Matondang memberikan respon yang baik apabila terdapat complain					
9. Karyawan RM. Aek Matondang melayani konsumen secara cepat dan jelas dalam memberikan pelayanan					

Jaminan (Assurance)	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
10. Penanganan keluhan diberikan dengan baik oleh pemilik atau karyawan pada RM. Aek Matondang					
11. Pemilik RM. Aek Matondang memberikan jaminan kepada konsumen apabila terjadi kesalahan pada hasil kinerja karyawan					
12. Pemilik dan karyawan RM. Aek Matondang memberikan dukungan dan kerjasama yang baik dengan konsumen					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

Empati (Empathy)	Jawaban				
	STS	TS	N	S	SS
13. Pemilik dan karyawan RM. Aek Matondang memberikan perhatian terhadap konsumen					
14. Pemilik dan karyawan secara pribadi memberikan perhatian dan akrab dengan konsumen					
15. Pemilik dan karyawan RM. Aek Matondang mengutamakan kepentingan konsumen					

Variabel Harga (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	harga di RM. Aek Matondang sangat terjangkau disetiap kalangan					
2.	Harga di RM. Aek Matondang bervariasi sesuai dengan produk yang ditawarkan					
3.	Harga di RM. Aek Matondang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan					
4.	Harga di RM. Aek Matondang sesuai dengan hasil yang diinginkan					
5.	Harga di RM. Aek Matondang dapat bersaing dengan produk lain					
6.	Harga di RM. Aek Matondang lebih ekonomis dibandingkan dengan produk lain					
7.	Harga memiliki manfaat yang bagus dibanding produk lain					
8.	Harga di RM. Aek Matondang sesuai dengan manfaat yang dirasakan					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Variabel kepuasan pelanggan (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya suka makan di RM. Aek Matondang					
2.	Saya selalu makan di RM. Aek Matondang setiap minggu.					
3.	Saya merekomendasikan RM. Aek Matondang kepada kerabat terdekat saya					
4.	Saya selalu mengatakan hal yang positif tentang RM. Aek Matondang					
5.	Saya akan tetap makan di RM. Aek Matondang meskipun ada penawaran lain					
6.	Saya yakin RM. Aek Matondang adalah pilihan yang terbaik.					



DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA PADA RM. AEK

MATONDANG

1. Bagaimana sejarah berdirinya RM. Aek Matondang?
2. Apa visi dan misi RM. Aek Matondang?
3. Apa produk yang ditawarkan di RM. Aek Matondang?
4. Berapa saja harga produk yang dijual di RM. Aek Matondang?
5. Adakah struktur Organisasi RM. Aek Matondang?
6. Bagaimana *jobdesk* di RM. Aek Matondang?
7. Bagaimana sistem pengupahan karyawan di RM. Aek Matondang?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

A. Karakteristik Responden

Frequencies

		Statistics				
		Jenis_Kelamamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		1,44	2,42	2,41	2,98	2,35
Median		1,00	2,00	3,00	3,00	2,00
Std. Deviation		,499	,966	,830	1,356	,687
Minimum		1	1	1	1	1
Maximum		2	4	4	6	3

Frequency Table

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki_Laki	56	56,0	56,0	56,0
	Perempuan	44	44,0	44,0	100,0
Total		100	100,0	100,0	

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<30	17	17,0	17,0	17,0
	31-40	41	41,0	41,0	58,0
	41-50	25	25,0	25,0	83,0
	>50	17	17,0	17,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Pendidikan_Terakhir			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	16	16,0	16,0	16,0
	SMA	33	33,0	33,0	49,0
	S1	45	45,0	45,0	94,0
	S2/S3	6	6,0	6,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Petani	15	15,0	15,0	15,0
	Wiraswasta	29	29,0	29,0	44,0
	Karyawan BUMN/D	12	12,0	12,0	56,0
	PNS/TNI/POLRI	36	36,0	36,0	92,0
	Mahasiswa	3	3,0	3,0	95,0
	Lain_lain	5	5,0	5,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1500000	12	12,0	12,0	12,0
	1500000-2500000	41	41,0	41,0	53,0
	>2500000	47	47,0	47,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

B. Deskriptif Variabel

Statistics

		Kualitas_Pelayanan	Harga_Produk	Kepuasan_Konsumen
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		57.86	29.35	22.59
Median		58.00	29.50	23.00
Mode		58	29 ^a	24
Std. Deviation		6.374	4.333	3.349
Minimum		43	14	12
Maximum		74	39	30

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

1. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	20.0	20.0	20.0
	4	58	58.0	58.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	27	27.0	27.0	28.0
	4	57	57.0	57.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	5	5.0	5.0	7.0
	3	37	37.0	37.0	44.0
	4	45	45.0	45.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	3	39	39.0	39.0	42.0
	4	50	50.0	50.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	29	29.0	29.0	33.0
	4	48	48.0	48.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

N

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	30	30.0	30.0	31.0
	4	53	53.0	53.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	5	5.0	5.0	8.0
	3	35	35.0	35.0	43.0
	4	40	40.0	40.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

te

item_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	37	37.0	37.0	41.0
	4	44	44.0	44.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

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

item_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.0	17.0	18.0
	4	49	49.0	49.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	11.0	11.0	11.0
	3	20	20.0	20.0	31.0
	4	42	42.0	42.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	31	31.0	31.0	37.0
	4	44	44.0	44.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

item_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.0	12.0	13.0
	4	61	61.0	61.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	28	28.0	28.0	30.0
	4	51	51.0	51.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	13	13.0	13.0	14.0
	4	69	69.0	69.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17.0	17.0	17.0
	4	54	54.0	54.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Harga Produk (X2)

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	8	8.0	8.0	11.0
	3	46	46.0	46.0	57.0
	4	36	36.0	36.0	93.0
	5	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	12	12.0	12.0	13.0
	3	44	44.0	44.0	57.0
	4	34	34.0	34.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	3	3.0	3.0	6.0
	3	32	32.0	32.0	38.0
	4	53	53.0	53.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	7	7.0	7.0	8.0
	3	20	20.0	20.0	28.0
	4	50	50.0	50.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19.0	19.0	19.0
	4	51	51.0	51.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	27	27.0	27.0	30.0
	4	54	54.0	54.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



© H:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

S

item_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	38	38.0	38.0	40.0
	4	42	42.0	42.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	48	48.0	48.0	57.0
	4	30	30.0	30.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Hasil Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Ur

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	33	33.0	33.0	35.0
	4	49	49.0	49.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	9	9.0	9.0	12.0
	3	51	51.0	51.0	63.0
	4	30	30.0	30.0	93.0
	5	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

arif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.0	5.0	6.0
	3	28	28.0	28.0	34.0
	4	55	55.0	55.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	34	34.0	34.0	38.0
	4	46	46.0	46.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.0	17.0	18.0
	4	48	48.0	48.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	3	29	29.0	29.0	31.0
	4	40	40.0	40.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



C. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.405**	.426**	.361**	.413**	.209*	.113	.193	.219*	-.028	.273**	.091	.148	.078	.018	.458**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.037	.264	.054	.029	.783	.006	.367	.143	.438	.862	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.405**	1	.549**	.508**	.188	.241*	.457**	.308**	.567**	.331**	.262**	-.004	.243*	-.017	.189	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.061	.016	.000	.002	.000	.001	.008	.965	.015	.865	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.426**	.549**	1	.734**	.197*	.339**	.307**	.148	.391**	.497**	.304**	.248*	.208*	.038	.146	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.050	.001	.002	.142	.000	.000	.002	.013	.038	.706	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.361**	.508**	.734**	1	.314**	.469**	.387**	.274**	.420**	.460**	.293**	.264**	.179	-.072	.016	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.006	.000	.000	.003	.008	.074	.476	.877	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.413**	.188	.197*	.314**	1	.205*	.215*	.311**	.183	.190	.596**	.101	.082	.172	.097	.528**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.050	.001		.041	.032	.002	.068	.058	.000	.316	.420	.087	.339	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.209*	.241*	.339**	.469**	.205*	1	.316**	.306**	.308**	.210*	.130	.272**	.167	.008	-.002	.501**
	Sig. (2-tailed)	.037	.016	.001	.000	.041		.001	.002	.002	.036	.199	.006	.097	.937	.986	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	.113	.457**	.307**	.387**	.215*	.316**	1	.421**	.369**	.430**	.411**	.126	.367**	.051	.186	.654**
	Sig. (2-tailed)	.264	.000	.002	.000	.032	.001		.000	.000	.000	.000	.210	.000	.615	.065	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	.193	.308**	.148	.274**	.311**	.306**	.421**	1	.273**	.242*	.373**	.074	.185	.192	.304**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.054	.002	.142	.006	.002	.002	.000		.006	.015	.000	.467	.066	.055	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_9	Pearson Correlation	.219*	.567**	.391**	.420**	.183	.308**	.369**	.273**	1	.448**	.457**	.134	.188	.062	.325**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000	.000	.068	.002	.000	.006		.000	.000	.185	.062	.539	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_10	Pearson Correlation	-.028	.331**	.497**	.460**	.190	.210*	.430**	.242*	.448**	1	.364**	.230*	.124	-.067	.156	.594**
	Sig. (2-tailed)	.783	.001	.000	.000	.058	.036	.000	.015	.000		.000	.021	.219	.505	.122	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_11	Pearson Correlation	.273**	.262**	.304**	.293**	.596**	.130	.411**	.373**	.457**	.364**	1	.145	.110	.225*	.224*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.006	.008	.002	.003	.000	.199	.000	.000	.000	.000		.150	.276	.024	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_12	Pearson Correlation	.091	-.004	.248*	.264**	.101	.272**	.126	.074	.134	.230*	.145	1	.344**	.236*	.319**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.367	.965	.013	.008	.316	.006	.210	.467	.185	.021	.150		.000	.018	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_13	Pearson Correlation	.148	.243*	.208*	.179	.082	.167	.367**	.185	.188	.124	.110	.344**	1	.344**	.348**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.143	.015	.038	.074	.420	.097	.000	.066	.062	.219	.276	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_14	Pearson Correlation	.078	-.017	.038	-.072	.172	.008	.051	.192	.062	-.067	.225*	.236*	.344**	1	.302**	.274**
	Sig. (2-tailed)	.438	.865	.706	.476	.087	.937	.615	.055	.539	.505	.024	.018	.000		.002	.006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_15	Pearson Correlation	.018	.189	.146	.016	.097	-.002	.186	.304**	.325**	.156	.224*	.319**	.348**	.302**	1	.420**
	Sig. (2-tailed)	.862	.060	.148	.877	.339	.986	.065	.002	.001	.122	.025	.001	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.458**	.639**	.679**	.692**	.528**	.501**	.654**	.562**	.656**	.594**	.648**	.410**	.474**	.274**	.420**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



Hak C
1. Dile

a. F

b. F ringuapan uan mringuani nopingring yang waja UIN Suska Riau.

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

isan kritik atau tinjauan suatu masalah.

ty of Sultan Syarif Kasim Riau

2. Uji Validitas Variabel Harga Produk (X2)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.481**	.464**	.439**	.378**	.429**	.449**	.200*	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.046	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.481**	1	.605**	.522**	.322**	.302**	.381**	.242*	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.002	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.464**	.605**	1	.625**	.468**	.523**	.351**	.255*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.439**	.522**	.625**	1	.457**	.466**	.407**	.218*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.378**	.322**	.468**	.457**	1	.478**	.342**	.067	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.509	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.429**	.302**	.523**	.466**	.478**	1	.485**	-.037	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.714	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	.449**	.381**	.351**	.407**	.342**	.485**	1	-.011	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.915	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	.200*	.242*	.255*	.218*	.067	-.037	-.011	1	.385**
	Sig. (2-tailed)	.046	.015	.010	.029	.509	.714	.915		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.722**	.731**	.803**	.779**	.635**	.662**	.629**	.385**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.289**	.558**	.399**	.588**	.421**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.289**	1	.414**	.490**	.109	.065	.571**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.280	.521	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.558**	.414**	1	.488**	.385**	.243*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.399**	.490**	.488**	1	.449**	.423**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.588**	.109	.385**	.449**	1	.584**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.280	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.421**	.065	.243*	.423**	.584**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.521	.015	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.762**	.571**	.726**	.774**	.728**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

4. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	15

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

5. Uji Reliabilitas Variabel Harga Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	8

6. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	6

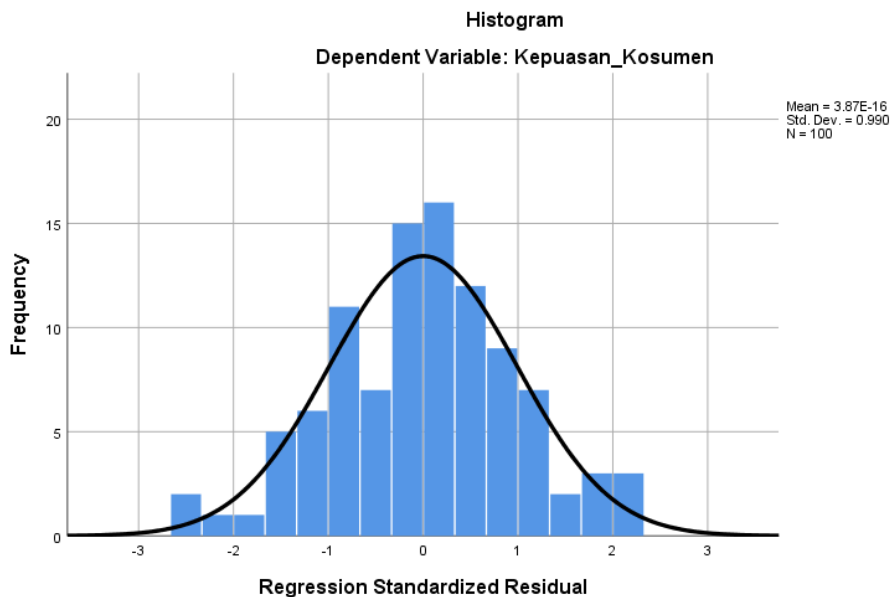
D. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

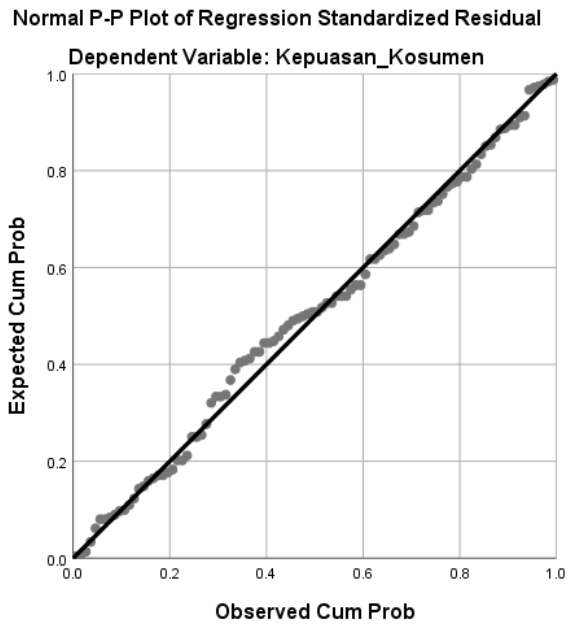
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82045445
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.036
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

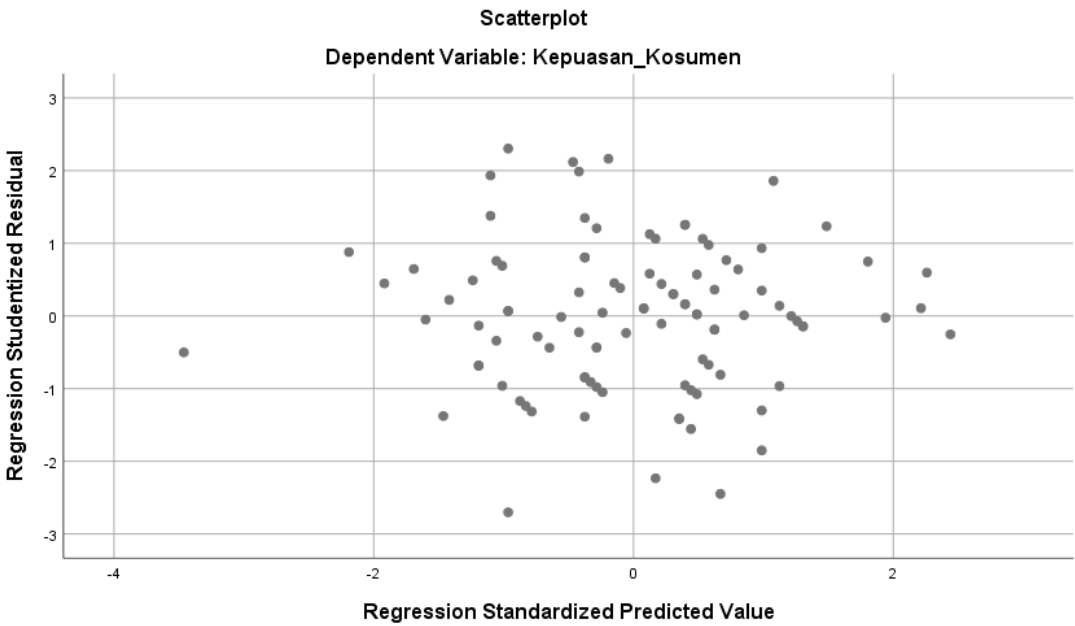


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Uji Heteroskedastisitas



3. Uji Multikolonieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.226	1.701		.133	.895		
	Kualitas_Pelayanan	.128	.038	.243	3.335	.001	.575	1.740
	Harga_Produk	.511	.056	.661	9.073	.000	.575	1.740

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

4. Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.704	.698	1.839	1.640

a. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

E. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

1. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.226	1.701		.133	.895
	Kualitas_Pelayanan	.128	.038	.243	3.335	.001
	Harga_Produk	.511	.056	.661	9.073	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

2. Uji Parsial/ Uji (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.226	1.701		.133	.895
	Kualitas_Pelayanan	.128	.038	.243	3.335	.001
	Harga_Produk	.511	.056	.661	9.073	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

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



3. Uji Simultan / Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	782.099	2	391.049	115.613	.000 ^b
	Residual	328.091	97	3.382		
	Total	1110.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

b. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

4. Koefisien Determinasi (R^2) dan Koefisien Korelasi (R)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.698	1.839

a. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

TABULASI DATA

	Kualitas Pelayanan															Jumlah
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	58
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	71
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	52
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	52
5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	58
6	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	55
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	61
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	49
9	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	54
10	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	5	57
11	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	50
12	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	57
13	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	65
14	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	68
15	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64
16	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	65
17	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	69
18	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	62
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
20	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4	4	58
21	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	60
22	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	4	59
23	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	54
24	3	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	59
25	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	66
26	5	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	67
27	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	53
28	4	1	1	1	5	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	43
29	5	4	3	3	3	3	2	2	5	2	4	4	4	4	3	51
30	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	58
31	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	63
32	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	57
33	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	52
34	4	3	4	3	3	4	1	4	4	4	3	5	4	4	5	55
35	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	5	5	5	4	55
36	5	4	4	4	4	3	1	2	4	3	3	4	3	4	4	52
37	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	4	58
38	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	56
39	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	52
40	5	3	2	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	58
41	4	3	3	3	3	5	2	2	4	2	2	4	4	3	3	47
42	4	3	3	3	3	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	50
43	4	3	3	3	3	4	1	4	4	3	3	3	3	4	4	49
44	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	60
45	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	62
46	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	49

- Hak Cipta Dilindungi
1. Dilarang
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan penelaahan, penemuan, 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 1. Dilara	Kualitas Pelayanan															Jumlah
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	
47	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	59
48	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	61
49	4	3	3	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	58
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61
51	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	58
52	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	4	5	63
53	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	63
54	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	60
55	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	62
56	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	64
57	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	63
58	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	58
59	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	59
60	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	4	58
61	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	3	4	55
62	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	58
63	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	56
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	58
65	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	53
67	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	65
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	60
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	45
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	73
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63
72	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	69
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	72
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	53
76	3	4	1	1	5	3	3	5	4	3	5	3	3	5	4	52
77	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	53
78	5	4	3	3	2	4	4	5	4	3	2	4	4	5	4	56
79	3	4	4	4	1	4	3	4	4	4	1	4	3	4	4	51
80	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	57
81	3	5	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	51
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
83	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	60
84	3	5	2	1	2	2	4	3	5	3	2	2	4	3	5	46
85	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	56
86	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	53
87	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	60
88	3	4	4	4	1	5	4	2	3	5	1	5	4	2	3	50
89	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3	45
90	3	5	3	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	66
91	4	4	3	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	63
92	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	60
93	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	58
94	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	53

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

f Kasim Riau



Hak Cipta	Kualitas Pelayanan															Jumlah
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	P.13	P.14	P.15	
95	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	57
96	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	53
97	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	55
98	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	55
99	5	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	55
100	5	4	3	3	4	4	3	4	5	2	4	4	3	4	5	57
402	385	358	360	380	384	363	370	413	385	374	412	386	402	412	5786	

Hak Cipta	Harga								Jumlah	Kepuasan Konsumen						Jumlah
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	
1	3	3	4	4	3	3	4	27	3	3	4	4	4	4	22	
2	4	5	4	5	5	5	3	36	5	5	4	5	5	5	29	
3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	4	20	
4	3	4	3	4	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18	
5	3	4	4	4	4	3	3	28	3	3	4	4	4	4	22	
6	3	4	5	5	4	3	4	31	3	2	3	3	4	4	19	
7	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24	
8	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	18	
9	3	3	3	4	4	4	4	28	4	3	3	3	4	4	21	
10	3	3	4	4	4	3	3	28	3	3	3	3	4	4	20	
11	3	4	3	4	3	3	4	27	3	3	3	3	3	3	18	
12	3	4	5	5	4	4	5	33	4	3	4	4	5	5	25	
13	3	3	4	4	4	3	4	28	3	4	4	4	4	4	23	
14	3	4	5	5	5	5	3	34	5	3	4	4	5	5	26	
15	3	4	4	4	4	3	4	29	3	4	4	4	4	4	23	
16	3	4	5	5	4	4	4	33	4	3	3	3	5	5	23	
17	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	5	5	26	
18	3	3	4	4	4	5	3	29	5	3	5	3	4	4	24	
19	4	4	4	5	5	5	3	35	5	3	4	4	5	5	26	
20	3	4	4	3	3	4	5	29	4	3	3	4	4	4	22	
21	3	4	4	5	4	5	2	31	5	3	4	4	5	5	26	
22	3	3	4	5	4	4	3	27	3	2	4	4	5	5	23	
23	2	3	4	3	4	4	3	25	4	1	3	4	4	4	20	
24	3	2	3	3	4	4	2	25	4	2	3	3	4	4	20	
25	3	3	4	4	5	4	3	30	4	3	3	4	5	5	24	
26	3	4	5	4	5	3	3	30	3	4	5	5	4	5	26	
27	3	3	3	3	2	3	4	24	3	3	2	4	3	3	18	
28	1	1	1	3	3	1	3	14	1	1	1	3	3	3	12	
29	3	2	4	4	5	4	3	29	3	2	3	4	4	4	20	
30	3	3	3	2	4	3	2	24	2	3	2	2	3	3	15	
31	2	2	4	2	4	4	3	25	4	2	3	4	4	4	21	

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



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang memperjualbelikan atau menyewakan seluruh atau sebagian karya tulis ini tanpa izin UIN Suska Riau.

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

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

No	Harga							Jumlah	Kepuasan Konsumen						Jumlah
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7		P.8	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	
1	3	3	3	3	3	4	1	23	4	3	3	3	3	3	19
2	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	4	3	19
3	2	2	2	4	3	4	2	22	4	1	5	1	4	1	16
4	2	3	3	4	4	4	2	24	4	3	4	4	4	4	23
5	2	4	4	4	3	3	3	25	3	3	4	3	4	4	21
6	2	3	2	4	4	4	3	24	4	3	2	4	4	3	20
7	2	2	3	3	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	18
8	3	3	2	4	3	3	3	23	3	4	2	3	4	3	19
9	3	4	3	3	4	4	4	28	4	3	2	2	5	4	20
10	2	1	3	4	2	3	2	20	3	3	3	2	3	4	18
11	2	1	2	4	3	4	3	22	4	3	3	3	3	3	19
12	2	2	2	4	3	3	2	21	3	5	4	3	2	1	18
13	4	4	5	5	5	5	3	35	5	3	4	3	4	5	24
14	4	3	4	5	5	4	3	32	4	2	3	3	4	4	20
15	3	3	4	3	4	3	3	26	3	2	4	4	4	4	21
16	3	3	3	4	4	3	4	27	3	3	3	3	4	4	20
17	4	4	5	5	4	4	4	34	4	3	4	5	5	5	26
18	3	4	4	5	5	4	4	33	4	3	4	4	5	3	23
19	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	5	3	32	5	3	4	3	5	5	25
21	3	3	5	5	4	5	4	32	5	4	4	4	4	5	26
22	4	4	4	4	5	5	4	34	5	4	5	5	5	5	29
23	4	4	3	5	4	4	3	31	4	3	4	5	5	5	26
24	3	3	4	5	4	4	5	31	4	3	4	4	4	5	24
25	4	5	5	5	4	5	4	36	5	4	5	5	5	5	29
26	3	4	4	4	4	4	3	29	4	3	4	4	5	5	25
27	3	4	4	4	4	4	5	31	4	3	4	4	4	5	24
28	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	3	3	4	4	21
29	3	4	4	4	4	4	5	32	4	3	4	3	4	4	22
30	3	4	4	4	4	3	3	28	3	2	3	3	4	4	19
31	4	4	4	5	5	4	3	34	4	3	4	4	5	5	25
32	4	3	3	4	4	4	3	28	3	3	3	3	4	4	20
33	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24
34	4	3	4	4	4	5	4	31	4	5	4	4	5	5	27
35	3	3	3	3	3	3	5	26	3	3	3	3	3	3	18
36	4	4	4	4	4	4	5	33	4	3	4	3	4	4	22
37	4	4	4	5	5	4	5	36	5	3	4	4	5	5	26
38	3	3	3	5	5	4	3	29	3	2	4	3	4	4	20
39	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	5	5	29
40	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	4	4	23



© Hak cipta mi

Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Ur
1. Dilarang Mengutip

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

	Harga							Jumlah	Kepuasan Konsumen						Jumlah
	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8		P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	
4	5	5	5	5	5	5	3	36	5	4	4	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	4	5	5	5	5	29
3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	18
5	3	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	3	3	22
4	5	4	4	4	5	4	3	33	3	4	4	4	3	4	22
2	4	4	4	4	5	3	3	29	4	3	4	4	5	3	23
1	4	3	4	4	2	4	3	25	3	4	4	4	3	4	22
4	5	4	4	4	3	3	5	32	3	4	4	4	3	3	21
3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	3	4	3	5	4	23
4	5	4	4	4	3	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	3	5	4	5	3	24
2	4	4	4	3	4	3	3	27	4	4	3	5	5	3	24
3	5	4	5	5	3	4	4	33	4	4	4	4	4	3	23
4	4	3	3	3	4	5	3	29	4	3	4	3	4	3	21
4	4	4	5	3	3	3	5	31	4	4	5	4	4	3	24
1	5	4	4	4	4	4	3	29	4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	3	5	3	3	4	30	4	5	4	5	4	3	25
4	4	5	5	5	4	4	3	34	4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	5	4	3	5	35	4	4	4	5	4	5	26
3	4	4	5	5	5	3	3	32	5	4	5	5	4	3	26
3	4	4	4	4	4	3	4	30	3	4	4	5	5	4	25
3	4	4	4	4	4	3	4	30	4	5	4	3	4	3	23
4	4	3	4	4	3	3	3	28	4	4	4	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	3	3	4	5	21
3	5	3	4	4	3	5	5	32	3	4	4	4	3	3	21
4	3	3	5	3	3	4	4	29	4	4	4	5	5	4	26
3	3	3	4	3	4	5	3	28	4	4	4	4	5	3	24
4	3	4	5	3	4	4	3	30	4	3	4	4	5	3	23
336	338	362	385	411	383	375	345	2935	378	329	370	373	415	394	2259



Hak Cipta
1. Diilang
a. Pe
b. Pe
2. Diilang

© Ha
X1

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.405**	.426**	.361**	.413**	.209*	.113	.193	.219*	-.028	.273**	.091	.148	.078	.018	.458**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.037	.264	.054	.029	.783	.006	.367	.143	.438	.862	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.405**	1	.549**	.508**	.188	.241*	.457**	.308**	.567**	.331**	.262**	-.004	.243*	-.017	.189	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.061	.016	.000	.002	.000	.001	.008	.965	.015	.865	.060	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.426**	.549**	1	.734**	.197*	.339**	.307**	.148	.391**	.497**	.304**	.248*	.208*	.038	.146	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.050	.001	.002	.142	.000	.000	.002	.013	.038	.706	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.361**	.508**	.734**	1	.314**	.469**	.387**	.274**	.420**	.460**	.293**	.264**	.179	-.072	.016	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.006	.000	.000	.003	.008	.074	.476	.877	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.413**	.188	.197*	.314**	1	.205*	.215*	.311**	.183	.190	.596**	.101	.082	.172	.097	.528**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.050	.001		.041	.032	.002	.068	.058	.000	.316	.420	.087	.339	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.209*	.241*	.339**	.469**	.205*	1	.316**	.306**	.308**	.210*	.130	.272**	.167	.008	-.002	.501**
	Sig. (2-tailed)	.037	.016	.001	.000	.041		.001	.002	.002	.036	.199	.006	.097	.937	.986	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	.113	.457**	.307**	.387**	.215*	.316**	1	.421**	.369**	.430**	.411**	.126	.367**	.051	.186	.654**
	Sig. (2-tailed)	.264	.000	.002	.000	.032	.001		.000	.000	.000	.000	.210	.000	.615	.065	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	.193	.308**	.148	.274**	.311**	.306**	.421**	1	.273**	.242*	.373**	.074	.185	.192	.304**	.562**
	Sig. (2-tailed)	.054	.002	.142	.006	.002	.002	.000		.006	.015	.000	.467	.066	.055	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_9	Pearson Correlation	.219*	.567**	.391**	.420**	.183	.308**	.369**	.273**	1	.448**	.457**	.134	.188	.062	.325**	.656**
	Sig. (2-tailed)	.029	.000	.000	.000	.068	.002	.000	.006		.000	.000	.185	.062	.539	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_10	Pearson Correlation	-.028	.331**	.497**	.460**	.190	.210*	.430**	.242*	.448**	1	.364**	.230*	.124	-.067	.156	.594**
	Sig. (2-tailed)	.783	.001	.000	.000	.058	.036	.000	.015	.000		.000	.021	.219	.505	.122	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_11	Pearson Correlation	.273**	.262**	.304**	.293**	.596**	.130	.411**	.373**	.457**	.364**	1	.145	.110	.225*	.224*	.648**
	Sig. (2-tailed)	.006	.008	.002	.003	.000	.199	.000	.000	.000	.000		.150	.276	.024	.025	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_12	Pearson Correlation	.091	-.004	.248*	.264**	.101	.272**	.126	.074	.134	.230*	.145	1	.344**	.236*	.319**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.367	.965	.013	.008	.316	.006	.210	.467	.185	.021	.150		.000	.018	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_13	Pearson Correlation	.148	.243*	.208*	.179	.082	.167	.367**	.185	.188	.124	.110	.344**	1	.344**	.348**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.143	.015	.038	.074	.420	.097	.000	.066	.062	.219	.276	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_14	Pearson Correlation	.078	-.017	.038	-.072	.172	.008	.051	.192	.062	-.067	.225*	.236*	.344**	1	.302**	.274**
	Sig. (2-tailed)	.438	.865	.706	.476	.087	.937	.615	.055	.539	.505	.024	.018	.000		.002	.006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_15	Pearson Correlation	.018	.189	.146	.016	.097	-.002	.186	.304**	.325**	.156	.224*	.319**	.348**	.302**	1	.420**
	Sig. (2-tailed)	.862	.060	.148	.877	.339	.986	.065	.002	.001	.122	.025	.001	.000	.002		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.458**	.639**	.679**	.692**	.528**	.501**	.654**	.562**	.656**	.594**	.648**	.410**	.474**	.274**	.420**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.006	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.481**	.464**	.439**	.378**	.429**	.449**	.200*	.722**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.046	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.481**	1	.605**	.522**	.322**	.302**	.381**	.242*	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.002	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.464**	.605**	1	.625**	.468**	.523**	.351**	.255*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.439**	.522**	.625**	1	.457**	.466**	.407**	.218*	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.378**	.322**	.468**	.457**	1	.478**	.342**	.067	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.509	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.429**	.302**	.523**	.466**	.478**	1	.485**	-.037	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.714	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	.449**	.381**	.351**	.407**	.342**	.485**	1	-.011	.629**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.915	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	.200*	.242*	.255*	.218*	.067	-.037	-.011	1	.385**
	Sig. (2-tailed)	.046	.015	.010	.029	.509	.714	.915		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.722**	.731**	.803**	.779**	.635**	.662**	.629**	.385**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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



Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	Total_Skor
item_1	Pearson Correlation	1	.289**	.558**	.399**	.588**	.421**	.762**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.289**	1	.414**	.490**	.109	.065	.571**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.280	.521	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.558**	.414**	1	.488**	.385**	.243*	.726**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.399**	.490**	.488**	1	.449**	.423**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	.588**	.109	.385**	.449**	1	.584**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.280	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	.421**	.065	.243*	.423**	.584**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.521	.015	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_Skor	Pearson Correlation	.762**	.571**	.726**	.774**	.728**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

ber:

laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

REALIBEL X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	15

REALIBEL X 2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	8

REALIBEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	6

Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.698	1.839

a. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	782.099	2	391.049	115.613	.000 ^b
	Residual	328.091	97	3.382		
	Total	1110.190	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

b. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.226	1.701		.133	.895
	Kualitas_Pelayanan	.128	.038	.243	3.335	.001
	Harga_Produk	.511	.056	.661	9.073	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.226	1.701		.133	.895		
	Kualitas_Pelayanan	.128	.038	.243	3.335	.001	.575	1.740
	Harga_Produk	.511	.056	.661	9.073	.000	.575	1.740

a. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

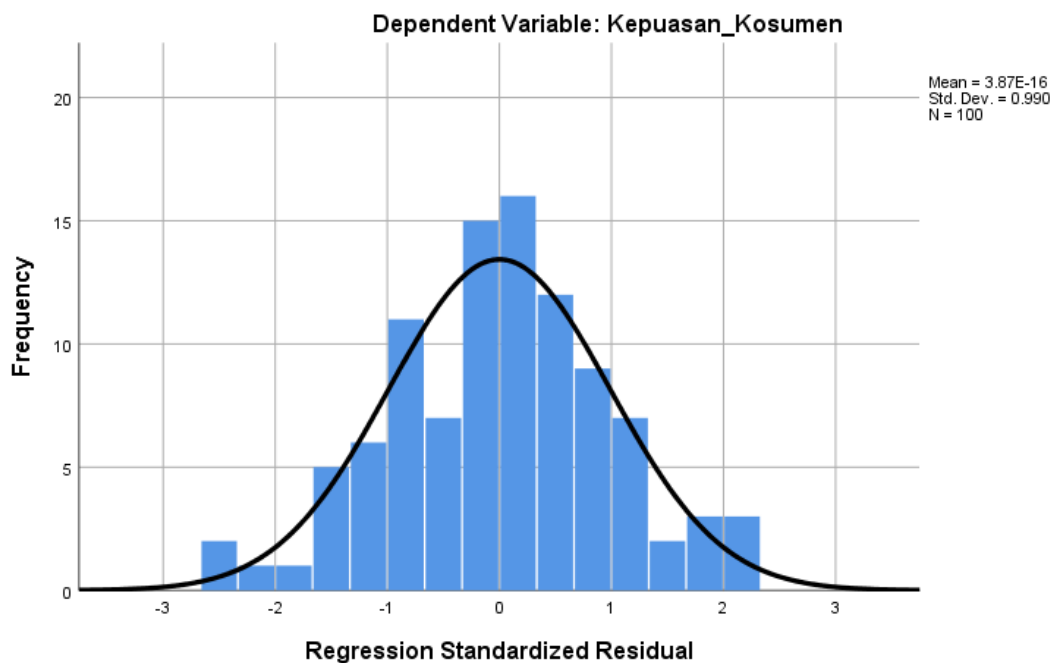


One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82045445
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.036
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

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

Histogram



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

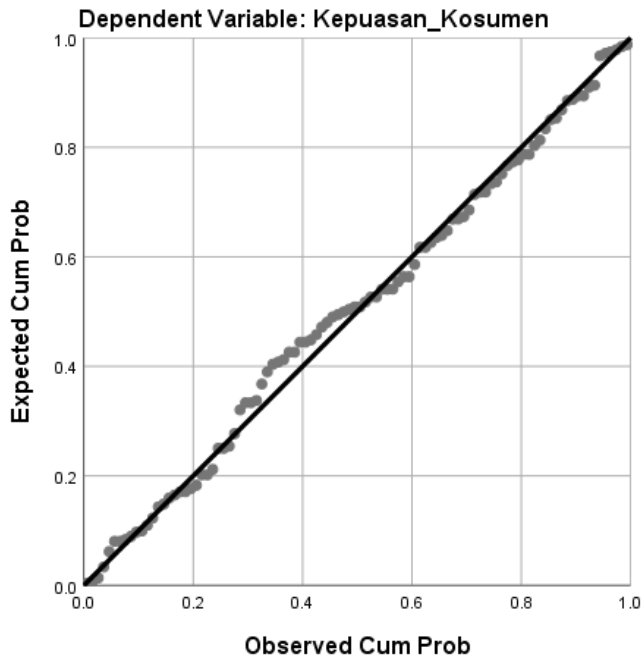
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar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



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

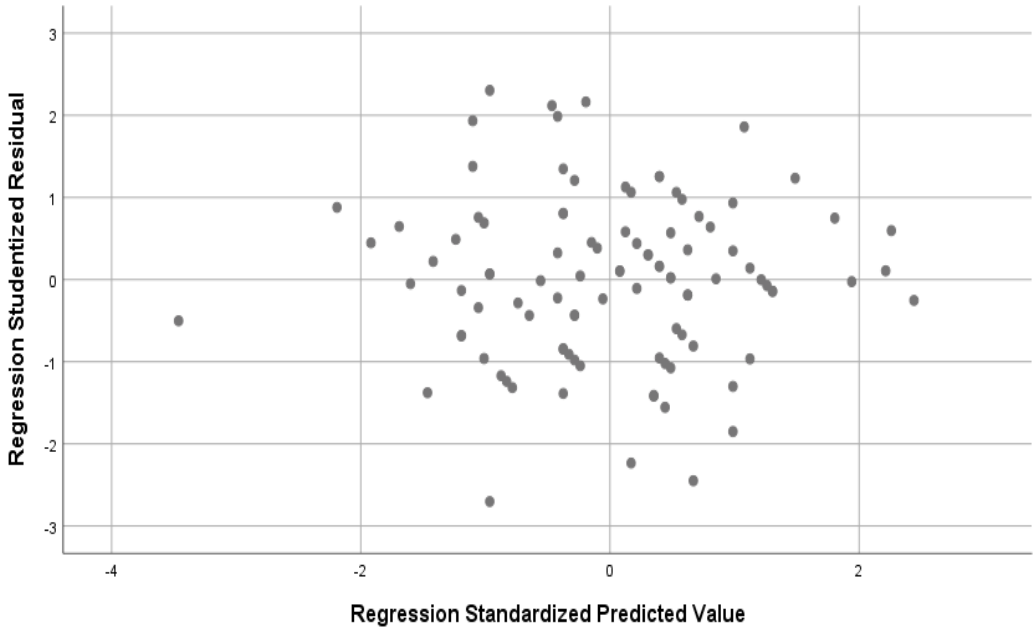
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.839 ^a	.704	.698	1.839	1.640

a. Predictors: (Constant), Harga_Produk, Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan_Kosumen

Statistics

		Kualitas_Pelayanan	Harga_Produk	Kepuasan_Kosumen
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		57.86	29.35	22.59
Median		58.00	29.50	23.00
Mode		58	29 ^a	24
Std. Deviation		6.374	4.333	3.349
Minimum		43	14	12
Maximum		74	39	30

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown



© Hal 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	20.0	20.0	20.0
	4	58	58.0	58.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	27	27.0	27.0	28.0
	4	57	57.0	57.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	5	5.0	5.0	7.0
	3	37	37.0	37.0	44.0
	4	45	45.0	45.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	3	39	39.0	39.0	42.0
	4	50	50.0	50.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	29	29.0	29.0	33.0
	4	48	48.0	48.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	30	30.0	30.0	31.0
	4	53	53.0	53.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0

item_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	5	5.0	5.0	8.0
	3	35	35.0	35.0	43.0
	4	40	40.0	40.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	37	37.0	37.0	41.0
	4	44	44.0	44.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.



item_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.0	17.0	18.0
	4	49	49.0	49.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



item_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	11.0	11.0	11.0
	3	20	20.0	20.0	31.0
	4	42	42.0	42.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



item_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	31	31.0	31.0	37.0
	4	44	44.0	44.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



item_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.0	12.0	13.0
	4	61	61.0	61.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	28	28.0	28.0	30.0
	4	51	51.0	51.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	13	13.0	13.0	14.0
	4	69	69.0	69.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0

item_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17.0	17.0	17.0
	4	54	54.0	54.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0



© Hak c

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	8	8.0	8.0	11.0
	3	46	46.0	46.0	57.0
	4	36	36.0	36.0	93.0
	5	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	12	12.0	12.0	13.0
	3	44	44.0	44.0	57.0
	4	34	34.0	34.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	3	3.0	3.0	6.0
	3	32	32.0	32.0	38.0
	4	53	53.0	53.0	91.0
	5	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	7	7.0	7.0	8.0
	3	20	20.0	20.0	28.0
	4	50	50.0	50.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19.0	19.0	19.0
	4	51	51.0	51.0	70.0
	5	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	27	27.0	27.0	30.0
	4	54	54.0	54.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0

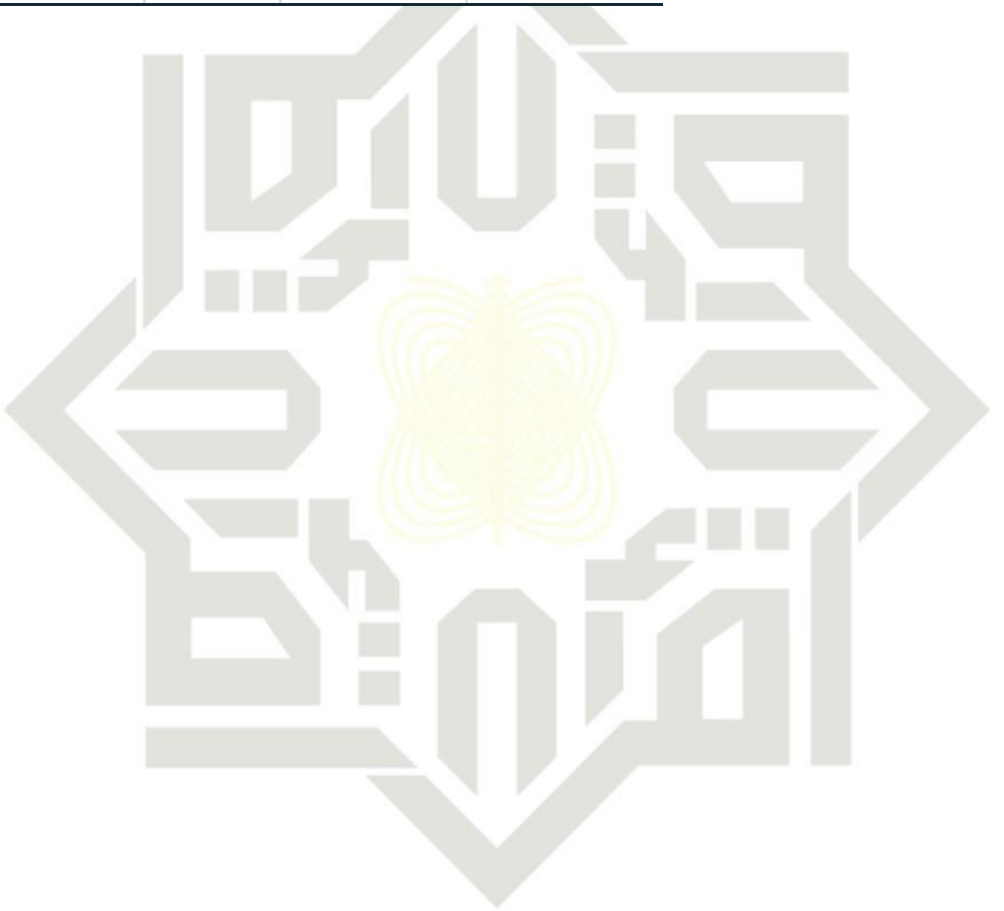
item_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	38	38.0	38.0	40.0
	4	42	42.0	42.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

		item_8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	7	7.0	7.0	9.0
	3	48	48.0	48.0	57.0
	4	30	30.0	30.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	





Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	33	33.0	33.0	35.0
	4	49	49.0	49.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	9	9.0	9.0	12.0
	3	51	51.0	51.0	63.0
	4	30	30.0	30.0	93.0
	5	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.0	5.0	6.0
	3	28	28.0	28.0	34.0
	4	55	55.0	55.0	89.0
	5	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

item_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	34	34.0	34.0	38.0
	4	46	46.0	46.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

item_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	17	17.0	17.0	18.0
	4	48	48.0	48.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0

item_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	3	29	29.0	29.0	31.0
	4	40	40.0	40.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
		Total	100	100.0	100.0



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
1	2	2	3	4	3
2	1	3	2	4	3
3	1	2	3	2	3
4	1	4	2	4	3
5	2	2	3	3	3
6	1	2	3	4	1
7	1	3	1	2	2
8	2	3	1	2	2
9	2	2	2	1	2
10	2	2	2	2	3
11	1	3	3	4	3
12	2	4	2	4	2
13	1	4	2	4	3
14	1	2	3	4	2
15	2	2	3	1	2
16	1	3	3	2	1
17	2	2	2	2	2
18	1	3	3	1	2
19	1	1	3	1	3
20	1	1	2	1	2
21	2	2	2	2	3
22	1	1	1	4	3
23	1	1	2	4	3
24	2	2	4	2	2
25	2	2	3	4	3
26	2	2	3	3	3
27	2	2	4	3	2
28	2	3	2	3	1
29	1	3	2	3	1
30	1	4	1	4	2
31	2	4	2	4	3
32	1	2	1	1	3
33	1	3	3	1	2
34	2	3	3	2	3
35	1	4	3	2	2
36	2	4	4	4	3
37	2	2	3	2	3
38	2	2	3	2	2
39	2	1	2	4	2
40	1	2	2	3	2
41	1	3	1	3	2
42	2	3	2	3	3
43	2	4	3	2	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.

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
44	1	1	3	2	3
45	1	4	3	1	3
46	1	4	2	1	1
47	2	2	3	4	1
48	2	2	4	4	2
49	1	3	3	4	2
50	2	2	1	2	3
51	2	3	1	4	2
52	1	3	2	4	3
53	1	1	1	1	3
54	1	1	2	1	2
55	1	2	3	2	3
56	2	4	2	2	3
57	1	4	4	4	2
58	1	2	3	2	3
59	2	2	3	4	2
60	1	2	3	4	3
61	1	3	2	6	3
62	1	2	1	6	1
63	2	1	2	2	1
64	2	1	2	2	2
65	1	4	3	4	3
66	1	4	3	4	2
67	2	3	2	4	2
68	2	1	1	2	3
69	2	2	1	4	3
70	1	2	2	4	2
71	1	2	1	2	1
72	2	2	3	1	3
73	1	2	3	1	2
74	1	2	3	2	1
75	1	1	3	5	2
76	1	1	3	5	3
77	1	2	2	6	2
78	2	3	3	5	2
79	1	2	2	2	2
80	1	4	3	2	3
81	2	4	3	4	2
82	1	2	4	4	3
83	1	2	2	4	3
84	1	3	2	4	3
85	2	3	3	1	2
86	2	2	2	1	3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

No	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
87	1	3	3	4	1
88	2	1	1	2	1
89	1	1	1	2	2
90	1	4	3	4	3
91	2	2	3	4	3
92	2	3	3	6	3
93	1	2	3	6	2
94	1	3	2	2	2
95	2	1	3	3	2
96	1	1	2	3	3
97	2	2	2	3	3
98	1	3	3	3	3
99	2	2	1	2	2
100	1	3	3	4	3

atau



No	Kualitas Pelayanan															jm lh	Harga								jm lh	Kepuasan Konsumen						jm lh
	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8	P. 9	P. 10	P. 11	P. 12	P. 13	P. 14	P. 15		P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	P. 7	P. 8		P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	58	3	3	3	4	4	3	3	4	27	3	3	4	4	4	4	22
2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	71	5	4	5	4	5	5	5	3	36	5	5	4	5	5	5	29
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	52	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	3	3	3	4	4	20
4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	52	3	3	4	3	4	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	18
5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	4	58	3	3	4	4	4	4	3	3	28	3	3	4	4	4	4	22
6	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	55	3	3	4	5	5	4	3	4	31	3	2	3	3	4	4	19
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	61	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	49	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	3	18
9	5	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	54	3	3	3	3	4	4	4	4	28	4	3	3	3	4	4	21
10	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	5	57	4	3	3	4	4	4	3	3	28	3	3	3	3	4	4	20
11	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	50	3	3	4	3	4	3	3	4	27	3	3	3	3	3	3	18
12	3	3	3	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	57	3	3	4	5	5	4	4	5	33	4	3	4	4	5	5	25
13	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	65	3	3	3	4	4	4	3	4	28	3	4	4	4	4	4	23
14	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	68	4	3	4	5	5	5	5	3	34	5	3	4	4	5	5	26
15	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	64	3	3	4	4	4	4	3	4	29	3	4	4	4	4	4	23
16	4	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	65	4	3	4	5	5	4	4	4	33	4	3	3	3	5	5	23
17	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	69	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	5	26
18	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	62	3	3	3	4	4	4	5	3	29	5	3	5	3	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	5	4	4	4	5	5	5	3	35	5	3	4	4	5	5	26
20	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	4	3	4	4	58	3	3	4	4	3	3	4	5	29	4	3	3	4	4	4	22
21	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	60	4	3	4	4	5	4	5	2	31	5	3	4	4	5	5	26
22	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	5	3	4	4	59	3	3	4	5	4	4	3	1	27	3	2	4	4	5	5	23
23	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	54	2	2	3	4	3	4	4	3	25	4	1	3	4	4	4	20
24	3	3	3	4	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	59	3	2	3	3	4	4	4	2	25	4	2	3	3	4	4	20
25	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	66	3	3	4	4	5	4	4	3	30	4	3	3	4	5	5	24
26	5	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	67	3	4	5	4	5	3	3	3	30	3	4	5	5	4	5	26
27	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	53	3	3	3	3	3	2	3	4	24	3	3	2	4	3	3	18
28	4	1	1	1	5	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	43	1	1	1	1	3	3	1	3	14	1	1	1	3	3	3	12
29	5	4	3	3	3	3	2	2	5	2	4	4	4	4	3	51	3	2	4	4	5	4	3	4	29	3	2	3	4	4	4	20
30	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	58	3	3	3	2	4	3	2	4	24	2	3	2	2	3	3	15
31	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	63	2	2	4	2	4	4	4	3	25	4	2	3	4	4	4	21

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

32	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	57	3	3	3	3	3	3	4	1	23	4	3	3	3	3	3	19	
33	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	5	52	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	4	3	19	
34	4	3	4	3	3	4	1	4	4	4	3	5	4	4	5	55	3	2	2	2	4	3	4	2	22	4	1	5	1	4	1	16
35	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	3	5	5	5	4	55	2	2	3	3	4	4	4	2	24	4	3	4	4	4	4	23
36	5	4	4	4	4	3	1	2	4	3	3	4	3	4	4	52	2	2	4	4	4	3	3	3	25	3	3	4	3	4	4	21
37	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	4	58	2	2	3	2	4	4	4	3	24	4	3	2	4	4	3	20
38	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	56	3	2	2	3	3	3	3	2	21	3	3	3	3	3	3	18
39	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	52	2	3	3	2	4	3	3	3	23	3	4	2	3	4	3	19
40	5	3	2	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	58	3	3	4	3	3	4	4	4	28	4	3	2	2	5	4	20
41	4	3	3	3	3	5	2	2	4	2	2	4	4	3	3	47	3	2	1	3	4	2	3	2	20	3	3	3	2	3	4	18
42	4	3	3	3	3	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	50	3	2	1	2	4	3	4	3	22	4	3	3	3	3	3	19
43	4	3	3	3	3	4	1	4	4	3	3	3	3	4	4	49	3	2	2	2	4	3	3	2	21	3	5	4	3	2	1	18
44	4	4	5	4	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	60	4	4	4	5	5	5	5	3	35	5	3	4	3	4	5	24
45	3	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	62	4	4	3	4	5	5	4	3	32	4	2	3	3	4	4	20
46	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	49	3	3	3	4	3	4	3	3	26	3	2	4	4	4	4	21
47	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	59	3	3	3	3	4	4	3	4	27	3	3	3	3	4	4	20
48	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	61	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4	3	4	5	5	5	26
49	4	3	3	4	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	3	58	4	3	4	4	5	5	4	4	33	4	3	4	4	5	3	23
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	58	4	4	4	4	4	4	5	3	32	5	3	4	3	5	5	25
52	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5	63	3	3	3	5	5	4	5	4	32	5	4	4	4	4	5	26
53	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	4	4	63	4	4	4	4	4	5	5	4	34	5	4	5	5	5	5	29
54	4	4	3	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	60	4	4	4	3	5	4	4	3	31	4	3	4	5	5	5	26
55	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	62	3	3	3	4	5	4	4	5	31	4	3	4	4	4	5	24
56	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	3	4	5	64	4	4	5	5	5	4	5	4	36	5	4	5	5	5	5	29
57	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	63	3	3	4	4	4	4	4	3	29	4	3	4	4	5	5	25
58	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	58	3	3	4	4	4	4	4	5	31	4	3	4	4	4	5	24
59	5	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	59	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	3	3	4	4	21
60	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	3	3	5	4	58	4	3	4	4	4	4	4	5	32	4	3	4	3	4	4	22
61	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	3	4	55	3	3	4	4	4	4	3	3	28	3	2	3	3	4	4	19
62	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	58	4	4	4	5	5	5	4	3	34	4	3	4	4	5	5	25
63	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	56	4	3	3	4	4	4	3	3	28	3	3	3	3	4	4	20
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	58	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73	4	3	4	4	4	5	4	3	31	4	5	4	4	5	5	27

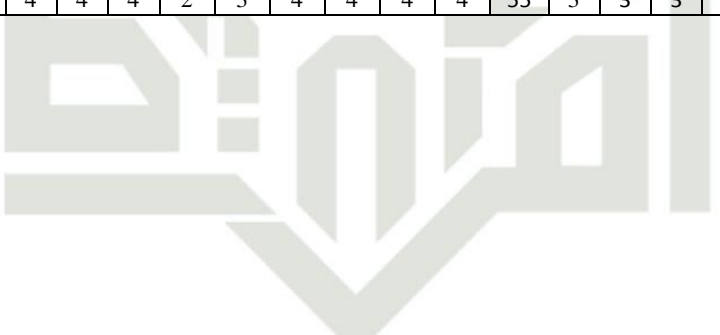
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	53	3	3	3	3	3	3	5	26	3	3	3	3	3	3	18	
67	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	65	4	4	4	4	4	4	5	33	4	3	4	3	4	4	22	
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	60	4	4	4	5	5	4	5	36	5	3	4	4	5	5	26	
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	3	45	3	3	3	5	5	4	3	29	3	2	4	3	4	4	20	
70	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	73	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	4	5	5	5	29	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	63	4	4	4	4	4	4	4	3	31	4	3	4	4	4	23	
72	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4	4	5	5	5	5	5	3	36	5	4	4	5	5	28	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	69	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	30	
74	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	72	5	5	5	5	5	5	5	3	38	5	4	5	5	5	29	
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	53	3	3	3	3	3	3	3	4	25	3	3	3	3	3	18	
76	3	4	1	1	5	3	3	5	4	3	5	3	3	5	4	52	5	3	4	4	4	4	4	5	33	4	4	4	4	3	22	
77	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	4	53	4	5	4	4	4	5	4	3	33	3	4	4	4	3	22	
78	5	4	3	3	2	4	4	5	4	3	2	4	4	5	4	56	2	4	4	4	4	5	3	3	29	4	3	4	4	5	23	
79	3	4	4	4	1	4	3	4	4	4	1	4	3	4	4	51	1	4	3	4	4	2	4	3	25	3	4	4	4	3	22	
80	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	57	4	5	4	4	4	3	3	5	32	3	4	4	4	3	21	
81	3	5	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	51	3	3	4	4	4	4	3	4	29	4	3	4	3	5	23	
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4	5	4	4	4	4	3	4	3	31	4	4	4	4	4	24
83	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	60	3	4	4	4	4	4	4	3	30	4	3	5	4	5	24	
84	3	5	2	1	2	2	4	3	5	3	2	2	4	3	5	46	2	4	4	4	3	4	3	3	27	4	4	3	5	5	24	
85	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	56	3	5	4	5	5	3	4	4	33	4	4	4	4	4	23	
86	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	53	4	4	3	3	3	4	5	3	29	4	3	4	3	4	21	
87	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	3	60	4	4	4	5	3	3	3	5	31	4	4	5	4	4	24	
88	3	4	4	4	1	5	4	2	3	5	1	5	4	2	3	50	1	5	4	4	4	4	4	3	29	4	4	4	4	5	25	
89	4	3	3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	2	3	3	45	4	4	4	3	5	3	3	4	30	4	5	4	5	4	25	
90	3	5	3	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	66	4	4	5	5	5	4	4	3	34	4	5	4	4	5	26	
91	4	4	3	3	5	5	4	4	5	3	5	5	4	4	5	63	5	4	5	4	5	4	3	5	35	4	4	4	5	4	26	
92	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	60	3	4	4	5	5	5	3	3	32	5	4	5	5	4	26	
93	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	58	3	4	4	4	4	4	3	4	30	3	4	4	5	5	25	
94	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	53	3	4	4	4	4	4	3	4	30	4	5	4	3	4	23	
95	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	57	4	4	3	4	4	3	3	3	28	4	4	4	4	4	24	
96	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	53	4	4	3	3	4	4	4	3	29	3	3	3	3	4	21	
97	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	55	3	5	3	4	4	3	5	5	32	3	4	4	4	3	21	
98	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	55	4	3	3	5	3	3	4	4	29	4	4	4	5	5	26	
99	5	4	3	3	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	55	3	3	3	4	3	4	5	3	28	4	4	4	4	5	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
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun t



10	5	4	3	3	4	4	3	4	5	2	4	4	3	4	5	57	4	3	4	5	3	4	4	3	30	4	3	4	4	5	3	23
0	4	3	3	3	3	3	3	3	4	38	37	41	38	40	41	57	3	3	3	3	4	3	3	3	29	3	3	3	3	4	3	22
To	0	8	5	6	8	8	6	7	1	5	4	6	2	2	86	3	3	6	8	1	8	7	4	35	7	2	7	7	1	9	59	
ta	2	5	8	0	0	4	3	0	3							6	8	2	5	1	3	5	5	8	9	0	3	5	4			

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic U



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



UIN SUSKA RIAU

DOKUMENTASI



ini tamp



tan Syarif Kasim

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



a. Pengumpulan karya untuk kepentingan perniagaan, penelitian, penerbitan, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu massa
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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. Pengumpulan karya untuk keperluan pendidikan, penelitian, peruisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengumpulan karya untuk kepentingan pembinaan, penelitian, penerbitan, penerjemahan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan buku 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. Pengumpulan karya untuk kepentingan penelitian, penemuan, 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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



is ini t



of Sultan Syarif Kasim

- a. Tenggulapan karya untuk keperluan penulisan, penerbitan, perulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - 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.



di te



itan Syarif Kasim

- a. Penguatpari hanya untuk keperluan penunjukan, penemuan, peruisan karya mimi, peruisan laporan, peruisan kritik atau tinjauan suatu mass
 - b. Penguatpari tidak merugikan kepentingan 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. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الشريعة و القانون

FACULTY OF SYARI'AH AND LAW

Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km. 15 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 Po. Box. 1004 Telp. 0761-561645
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail : rektor@uin-suska.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR USUL PENELITIAN

N A M A : Ahlan Paraddi
 NOMOR MAHASISWA : 11525105468
 JUDUL USUL PENELITIAN : Analisis tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan da harga produk rumah makan aek matondang desa pintu padang julu mandailing natal menurut ekonomi syariah
 Hari/Tgl. Diseminarkan : Kamis / 14 Februari 2019
 Hasil Seminar dirumuskan adalah :
 a. Judul : ~~Disetujui / Ditolak / Disempurnakan~~
 b. Latar Belakang Masalah : ~~Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan~~
 c. Permasalahan : ~~Jelas / Masih Kabur / Dirumuskan kembali~~ agar menjadi jelas
 d. Tujuan dan Kegunaan Penelitian : ~~Jelas / Mengambang / Perlu Perbaikan~~
 e. Kerangka Teoritis (jika ada) : ~~Jelas / Kurang Jelas / Perlu Disempurnakan~~
 f. Rumusan Hipotesis (jika ada) : Cukup Tajam / Perlu Dipertajam
 g. Metode Penelitian : ~~Jelas / Masih Kabur / Perlu Perbaikan~~
 h. Daftar Pustaka : ~~Cukup / Belum~~ untuk mendukung pemecahan masalah yang diteliti

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

NARASUMBER

Bambang Hermanto, MA

UIN SUSKA RIAU

Catatan :
 Perubahan Judul dalam Seminar
 dikonsultasikan dengan WD I

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

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



PEMERINTAH PROVINSI RIAU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I & II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jenderal Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39119 Fax. (0761) 39117, PEKANBARU
 Email : dpmptsp@riau.go.id

Kode Pos : 28126



032010

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/NON IZIN-RISET/28608
 TENTANG

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

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : **Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau, Nomor : Un.04/F./PP.00.9/9548/2019 Tanggal 4 Desember 2019**, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

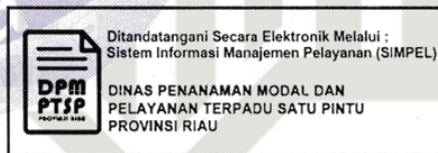
- | | | |
|----------------------|---|---|
| 1. Nama | : | AHLAN PAWWADIN |
| 2. NIM / KTP | : | 11525105468 |
| 3. Program Studi | : | EKONOMI SYARIAH |
| 4. Jenjang | : | S1 |
| 5. Alamat | : | PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : | ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK RUMAH MAKAN AEK MATONDANG DESA PINTU PADANG JULU MANDAILING NATAL MENURUT EKONOMI SYARIAH |
| 7. Lokasi Penelitian | : | RUMAH MAKAN AEK MATONDANG DESA PINTU PADANG JULU MANDAILING NATAL |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

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

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 9 Desember 2019



Tembusan :
 Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Pemilik Rumah Makan Aek Matondang Mandailing Natal Desa Pintu Gadang Julu Mandailing Natal
3. Dekan Fakultas Syariah dan Hukum UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.

Undang-Undang-Undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

UIN SUSKA RIAU



JURNAL HUKUM ISLAM

مجلة الأحكام الشرعية

Journal For Islamic Law

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM 18 Simpang Baru, Panam Pekanbaru 28293

Po. Box 1004 Telp. (0761) 561645 Fax. (0761) 562052

www. Jurnalhukumislam.com email. admin@jurnalhukumislam.com

HP. 081275158167 – 085213573669

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

SURAT KETERANGAN

Pengelola Jurnal Hukum Islam dengan ini menerangkan bahwa:


Nama : **AHLAN PAWADDIN**
 NIM : **11525105468**
 Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
 Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA
 PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
 RUMAH MAKAN AEK MATONDANG DESA PINTU
 PADANG JULU MANDAILING NATAL MENURUT
 EKONOMI SYARIAH**

Pembimbing : **Budi Azwar, S.E.M.S.Ec**

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

Pekanbaru, 26 Juni 2020

An. Pimpinan Redaksi


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

UIN SUSKA RIAU



RIWAYAT HIDUP

© Hak

Hak Cipta

1. Dilarang

a. Pengutipan hanya untuk keperluan

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

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



Ahlan Pawaddin, lahir di Mandailing Natal 15 Juli 1997, Alamat Desa Sinonoan Kecamatan Siabu Mandailing Natal, Sumatera Utara.

Anak dari pasangan bapak H. Azwarman Nasution dan ibu Hj. Deliati Sikumbang, merupakan anak bungsu dari delapan bersaudara. Hingga saat ini, penulis telah melewati jenjang pendidikan SD 142556

Sinonoan (2003-2009), SMP N. 1 Siabu (2009-2012), MAS NU Simangambat (2012-2015).

Pada Juli 2015, penulis diterima sebagai mahasiswa di Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas

Syariah dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur

UMPTKIN. Pada tahun 2018, penulis melaksanakan PKL (Prakter Kerja Lapangan) di Bank

Mamalat KCP Pamyabungan. Pada tahun 2018, penulis melaksana KKN (Kuliah Kerja Nyata)

di desa Batang Kulim, Kecamatan Pangkalan Kuras, Kabupaten Pelalawan. Kemudian, pada

Bulan November 2019-Januari 2020 penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh

Kualitas Pelayanan dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Aek

Matondang Desa Pintu Padang Julu Mandailing Natal Menurut Ekonomi Syariah”.

Alhamdulillah penulis bisa menyelesaikan studi Strata 1 ditahun 2020 dengan IPK terakhir 3.17

predikat lulusan sarjana sangat memuaskan dengan menyandang gelar Sarjana Ekonomi (S.E)