

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DALAM PELAYANAN

Toko Kue Bay Tat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

OLEH:

HENDRA RADITIA

NIM. 1611130175

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU 2021 M/1442 H**


PERSETUJUAN PEMBIMBING

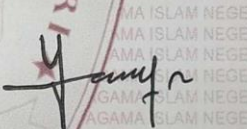
Skripsi yang ditulis oleh Hendra Raditia, NIM 1611130175 dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Kue Baytat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu” Program Studi Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

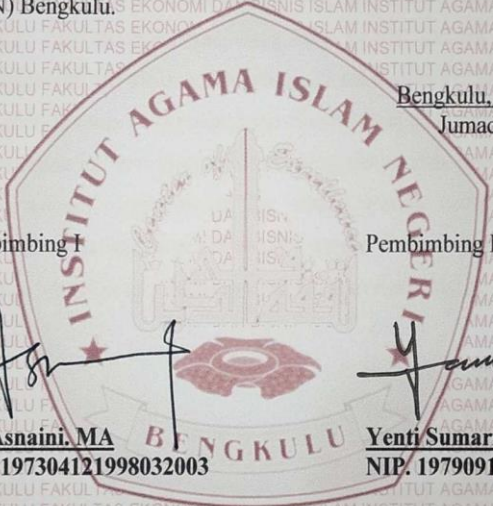
Bengkulu, 2 Februari 2021
Jumadil Akhir 1442 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003


Yenti Sumarni, MM
NIP. 1979091620072020





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu”, oleh Hendra Raditia NIM. 1611130175, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Februari 2021 M / 06 Rajab 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 22 Februari 2021 M
10 Rajab 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002

Penguji I

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002

Sekretaris

Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012

Penguji II

Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2200220038102

Mengetahui,

Dekan

Dr. Ashaini, MA
NIP. 197304121998032003

MOTTO

*"Tak perlu seseorang yang sempurna, cukup temukan orang yang selalu
membuatmu bahagia & membuatmu berarti lebih dari siapapun"*

(B.J Habibie)

"Berbuat Baiklah kepada siapapun tanpa perlu alasan"

(Hendra Raditia)

PERSEMBAHAN

Terima kasih kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan dan kemudahan sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- ❖ Skripsi ini saya persembahkan untuk Orang tua tercinta Papa Jadi Suprihanto dan Mama Suryani yang tak henti-hentinya berdoa dan memperjuangkan segala usaha untuk kesuksesan saya yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya.*
- ❖ Saudara/i saya, Rizka Yuniati, Dekha Ari Gilang, Hendry Raditia yang telah memberikan doa dan sekaligus menjadi pahlawan yang mencurahkan demi kesuksesan saya.*
- ❖ Kepada tim Wadidaw Waddaww Cyn, Yuni, Tia, Hima, Rana, Mel, Adli, Daus, Ilyas, Yovan, Cel, Win, Peb, dan Jak telah bersedia bertukar ide, memberikan motivasi, pikiran serta revisi skripsi demi kesuksesan bersama.*
- ❖ Kepada Teman Seperjuangan Cyntia, Yuni Andriani, Yuni Mutia, Himanisyah Wardani, Khairana, Adli Febrian, Firdaus Zulpiabri telah menjadi teman sekaligus sahabat dari semester 1 (satu) hingga saya lulus sekarang, Terima Kasih atas suka dan dukanya selama ini.*
- ❖ Kepada The Pororo Edamq, Bi, Sesty, Serly, Rega, Refo dan Ilyas Terima kasih sudah memberikan dukungan dan dorongan untuk saya terus berjuang dalam membuat skripsi ini.*
- ❖ Kepada Anggota Praktik Pengalaman Lapangan Nita, Lia, Molén dan Jek, selama satu bulan. Terima kasih atas suka dan dukanya selama PPL berlangsung.*
- ❖ Kepada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu*

akt 2017/2018 yang telah banyak memberikan saya pengalaman baru.

- ❖ Kepada Teman-teman KKN 132 Tahun 2019 Desa Bumi Agung Bengkulu Selatan selama dua bulan ini yang telah berbagi suka dan duka selama saya disana.*
- ❖ Almamaterku IAIN Bengkulu yang telah menempahku. Terima kasih ya*
- ❖ Dan Kepada Teman-teman Seperjuanganku Ekonomi Islam angkatan 2016 yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu. Saya mengucapkan banyak terima kasih. Tanpa kalian, aku dan karya ini tak akan pernah ada*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya mengatakan :

1. Skripsi dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pelayanan Toko Kue Bayat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 09 Februari 2021
Jumadil Akhir 1442

Mahasiswa yang menyatakan

HENDRA RADITIA
NIM 1611130175

ABSTRAK

“Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Kue Bayat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu”

Oleh Hendra Raditia, NIM 1611130175

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen di toko citra sari yaitu dari Bukti Fisik bahwa konsumen merasa puas atas kebersihan di toko citra sari, Keandalan bahwa konsumen merasa puas atas pelayanan yang cepat dan tepat, Daya Tanggap bahwa konsumen merasa puas atas keperluannya terpenuhi dan informasi disampaikan benar dan cepat, Jaminan bahwa konsumen merasa puas atas kesopanan dan kemampuan para karyawan toko citra sari dan Empati bahwa konsumen merasa puas atas perhatian yang tulus terhadap individu. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa observasi, wawancara dan dokumentasi. Konsumen langsung berjumlah 6 orang dan karyawan atau pemilik. Teknik analisis data yang digunakan adalah Reduksi Data, Penyajian Data dan Penarikan Data. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian yang menggunakan tehnik wawancara dan observasi ini, peneliti menemukan kesamaan antara pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh karyawan toko Citra Sari dan pelayanan yang diterima oleh konsumen dan semua yang diterapkan sudah mencapai nilai positif bagi konsumen. Yang paling dominan dari kelima indikator pelayanan adalah empati. Konsumen sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh toko citra sari.

Kata Kunci : *Pelayanan, Tingkat Kepuasan Konsumen, Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT atas Rahmat dan HidayahNyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pelayanan Toko Kue Bayat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu”. Shalawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan pada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menjadi Uswatun Hasanah bagi kita semua. Aamiin.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mengucapkan rasa terima kasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada :

1. Prof. Dr. H Sirajuddin M, M.Ag, M.H, Selaku Rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, MA, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.
3. Desi Isnaini, MA, Selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.

4. Eka Sri Wahyuni, MM, Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.
5. Dr. Asnaini, MA, Selaku Pembimbing I, yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan serta ilmu yang bermanfaat.
6. Yenti Sumarni, MM, Selaku Pembimbing II, yang telah memberikan motivasi, semangat dan arahan serta ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orang tua Jadi Suprihanto dan Suryani yang selalu menyemangati, mengingatkan dan mendoakan kesuksesanku.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulis ke depan.

Bengkulu, 09 Februari 2021
Jumadil Akhir 1442

HENDRA RADITIA
NIM: 1611130175

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Masalah.....	10
D. Kegunaan Penelitian.....	10
1. Kegunaan Teoritis	10
2. Kegunaan Praktis	10
E. Penelitian Terdahulu	11
F. Metode Penelitian.....	16
1. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	16
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	17
3. Subjek Penelitian.....	17
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	18
a. Sumber Data.....	18
b. Teknik Pengumpulan Data.....	19
5. Teknik Analisis Data.....	20
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Tingkat Kepuasan Konsumen	23
B. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen	25
C. Pandangan Islam Tentang Kepuasan Konsumen	29
D. Konsep Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam.....	29
E. Pengertian Pelayanan	32
F. Kualitas Pelayanan Untuk Menilai Tingkat Kepuasan	34
G. Pelayanan Dalam Perspektif Islam.....	37
H. Dimensi Kualitas Pelayanan Perspektif Islam	40
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Toko Citra Sari.....	45
B. Bayat	46
C. Visi dan Misi	47
D. Struktur Kepengurusan.....	47
E. Produk Toko Citra Sari	49

F. Daftar Informan.....	49
-------------------------	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Citra Sari	51
2. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen.....	62

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	69
B. Saran.....	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Daftar Nama Informan

No	Nama	Pekerjaan	Umur
1	Ria	Guru	42
2	Mala	Mahasiswi	25
3	Amalia	Ibu Rumah Tangga	31
4	Desi	Guru	35
5	Himanisyah	Mahasiswi	22
6	Fitriani	Dosen	27
7	Yeni	Karyawan	33

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan dunia bisnis telah mengalami banyak kemajuan yang cukup pesat sehingga mendorong persaingan antar perusahaan semakin meningkat. Persaingan tersebut muncul karena adanya perubahan yang terjadi pada pola hidup dan konsumsi masyarakat yang selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya baik kebutuhan biologis maupun psikologis. Perusahaan harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat. Sebelum menciptakan suatu produk, perusahaan harus dapat memperkirakan seberapa banyak konsumen yang benar-benar ingin dan mampu membeli produknya. Kotler dan Keller menyebutkan bahwa perusahaan berusaha memenuhi kebutuhan Konsumen dengan memberikan sebuah proporsi nilai yang merupakan serangkaian keuntungan dimana perusahaan menawarkannya kepada Konsumen untuk memenuhi kebutuhan.¹

Semakin banyaknya pesaing dari suatu produk, maka semakin banyak pula alternatif pilihan bagi konsumen untuk dapat menentukan produk mana yang akan dibeli. Produk yang berkualitas tinggi adalah kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang nantinya akan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Persaingan yang semakin ketat dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan

¹ Analia Lumban Gaol, dkk. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Administrasi Bisnis* : Vol . 38, No 1 September 2016

konsumen, menyebabkan setiap pengusaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Dengan cara itu, perusahaan mengharapkan agar konsumennya dapat loyal terhadap merek yang diproduksinya

Pada prinsipnya setiap perusahaan tatkala menjual produk-produknya akan dihadapkan dengan strategi maupun teknik penjualan yang bagus, sehingga komoditas yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu teknik penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap konsumen. Kualitas pelayanan yang diberikan adalah merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan konsumen. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi konsumen, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Demikianlah sebagaimana yang disampaikan oleh banyak pakar Ekonomi yang memberikan definisi mengenai kepuasan konsumen. Pada dasarnya kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan² dan hakikatnya kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya dapat memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan dapat terjadi apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan yang diinginkan konsumen.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan

²Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction*(Jakarta:PT. Gramedia Pustaka, 2000), h.23.

maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan, maka niscaya konsumen merasa puas. Dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Harapan itu biasanya bertumpu pada sebuah citra dari produk atau jasa pada sebuah perusahaan, bila suatu perusahaan bisa mempertahankan citranya serta memberikan harapan yang dibutuhkan Konsumen dalam rangka menjaga kepuasan Konsumen maka tidak menutup kemungkinan perusahaan tersebut mendekati keuntungan yang setinggi-tingginya. Sebaliknya bila hasil akhir yang diberikan pada Konsumen tidak sesuai dengan harapan Konsumen, diduga akan terjadi ketidakpuasan Konsumen. Dampak dari hal tersebut citra perusahaan menjadi negatif. Citra negatif yang melekat pada suatu produk membawa pengaruh negatif bagi Konsumen dan sebaliknya apabila citra positif melekat pada suatu produk akan membawa pengaruh positif bagi Konsumen. Konsumen yang mengkonsumsi suatu produk dengan citra tertentu secara otomatis akan melekat citra produk tersebut pada diri Konsumen.

Citra produk yang baik dapat dibangun melalui pelayanan yang baik pula dari produsen sehingga akan menjadikan Konsumen enggan untuk mengkonsumsi produk atau jasa yang ditawarkan dari produsen lain. Nasution³ menyatakan apabila citra produk yang disampaikan oleh Konsumen berkaitan dengan pembelian barang atau jasa yang dibeli, maka

³M. Nur Nasution, Manajemen Jasa Terpadu (Bogor: Ghalia Indonesia,2004), h. 114

Konsumen biasanya melakukan tindakan-tindakan *Voice Action* (mengkritik) atau *Public Action* (melakukan tindakan). Sedangkan Kepuasan Konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan keperluan Konsumen dipenuhi. Hal ini dipertegas oleh Engel⁴ yang menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan Konsumen dapat dinilai dari hasil pembelian apakah memenuhi harapan.

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan Konsumen yaitu nilai total Konsumen yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* (citra), dan biaya total Konsumen yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran⁵.

Sistem Ekonomi Islam adalah sistem Ekonomi yang mandiri terlepas dari sistem Ekonomi lainnya.⁶ Tujuan kesejahteraan Ekonomi Islam adalah yang selaras dengan maqashid al-syariah (tujuan-tujuan syari'ah). Artinya, kesejahteraan itu terletak pada perlindungan terhadap agama (*diin*), diri (*nafs*), akal, keturunan (*nasl*), harta benda (Ekonomi).⁷

Chapra menggambarkan secara jelas bagaimana eratnya hubungan antara Syariat Islam dengan kemaslahatan. Ekonomi Islam yang merupakan salah satu bagian dari Syariat Islam, tentu mempunyai tujuan yang tidak lepas

⁴James F Engel, Roger D. Blacwell. dan Miniard, Paul W. Perilaku Konsumen (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), h. 409

⁵Philip Kotler dan Susanto, A.B, Manajemen Pemasaran di Indonesia. Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian edisi pertama. (Jakarta: Salemba Empat, 2000), h. 50.

⁶M. Nur Rianto Al arif, *Pengantar Ekonomi Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2015), h.69

⁷Misbahul Munir, *Ekonomi Qur'ani*, (Malang: UIN Maliki Press), h.6

dari tujuan utama Syariat Islam. Tujuan utama Ekonomi Islam adalah merealisasikan tujuan manusia untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat (*falah*), serta kehidupan yang baik dan terhormat (*al-hayah al-thayyibah*). Ini merupakan definisi kesejahteraan dalam pandangan Islam, yang tentu saja berbeda secara mendasar dengan pengertian kesejahteraan dalam Ekonomi konvensional yang sekuler dan materialistic. Untuk meningkatkan kesejahteraan, setiap orang haruslah bekerja keras.⁸

Dalam Ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan *maslahah* dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap *isrof* (royal) dan *tabzir* (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.⁹

Agar tercapainya kepuasan konsumen, sehingga konsumen terus tetap menjadi konsumen setia yang nantinya akan menimbulkan loyalitas dibenak Konsumen. Sebab itu, perlu adanya survei kepuasan konsumen untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen seperti apa terhadap produk

⁸Amirus Sodiq, *Konsep kesejahteraan Dalam Islam*, Dikutip Dari <https://media.neliti.com/media/publications/194933-ID-kesejahteraan-dalam-perspektif-islam.pdf>

⁹Siti Umi Hanik, *Teori Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam*, Dikutip dari : <http://memoryhanik.blogspot.com/2016/11/teori-kepuasan-konsumen-dalam.html>

perusahaan, sehingga konsumen tersebut akan menjadi loyal kepada perusahaan tersebut.¹⁰

Adiwarman Karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan.¹¹

Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran [3]: 159, yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawaralah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sungguh, Allah mencintai orang yang bertawakal”

Menurut Ibnu Katsir di dalam tafsirnya al-Qur‘an al-Azhim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh Nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugerahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak Nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan: “Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh darimu”. Artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan bekeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu.

¹⁰Ani Lestari dan Edy Yulianto, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Konsumen Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)” Universitas Brawijaya kota Malang: *Jurnal Administrasi Bisnis*, h.75

¹¹Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, (Jakarta: IITIndonesia, 2003) h. 73

Akan tetapi Allah menghimpun mereka disekelilingmu dan membuat hatimu lemah lembut terhadap mereka sehingga mereka menyukaimu. Kemudian disini Rasulullah selalu bermusyawarah dengan mereka apabila menghadapi suatu masalah untuk mengenakan hati mereka, agar menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukannya.¹²

Tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu barang atau jasa akan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya suatu produk atau jasa akan menjadi gagal apabila tidak dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Namun usaha untuk memuaskan konsumen sangatlah sulit karena persaingan yang begitu ketat dan perubahan lingkungan sosial mempengaruhi perilaku konsumen serta tingkat pertumbuhan Ekonomi yang semakin tinggi. Dengan melakukan bauran pemasaran yang tetap yaitu meliputi produk, harga, pelayanan dan tempat (*place*) akan meningkatkan kepuasan Konsumen. tetapi pada kenyatannya selama menjalankan bisnis, adanya persaingan bukan merupakan hal baru. Persaingan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Produk toko Citra Sari Kota Bengkulu kue tradisional seperti Baytat, perut punai, keripik pisang dll. dari Namun yang menjadi tolak ukur kepuasan Konsumen lebih pada harga, kualitas produk dan pelayanan. Seperti halnya pada Toko Citra Sari belum adanya menerapkan kualitas layanan 5 dimensi, seperti Bukti Fisik, Keandalan, Empati, Daya Tanggap dan Jaminan. Kualitas layanan Perlunya meningkatkan kinerja perusahaan agar kepuasan

¹²Ibnu Katsir, *Tafsir al-Qur'an al-., Azhim, juz 4, h. 245-252*

Konsumen menjadi meningkat dan Konsumen bisa dipertahankan Hal ini juga terjadi pada toko kue Citra Sari. Perlunya meningkatkan kinerja perusahaan agar kepuasan Konsumen menjadi meningkat dan Konsumen bisa dipertahankan.¹³

Dalam penelitian ini sebagai kerangka berpikir, penulis mengacu pada pendapat Parasuraman, Zeithml dan Berry dalam penelitian tentang kualitas pelayanan mengidentifikasi 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan berdasarkan persepsi konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung), dimensi ini mencakup kondisi fisik fasilitas, peralatan,serta penampilan kerja.
2. *Reliability* (kehandalan), Dimensi ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan andal, dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yg di janjikan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap), dimensi ini mencakup keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat.
4. *Assurance* (jaminan), Dimensi ini mencakup pengetahuan dan kesopanan pekerja serta kemampuannya untuk memberikan kepercayaan kepada pelanggan.
5. *Empathy* (empati), dimensi ini menunjukkan derajat perhatian yang di berikan kepada setiap pelanggan.

¹³Albertus Ferry Rostya Adi, “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*,Universitas Diponegoro Semarang : Skripsi Sarjana, Jurusan Fakultas Ekonomika dan Bisnis, h.7

Makanan tradisional adalah makanan yang biasa di konsumsi oleh masyarakat tertentu dengan citarasa khas yang diterima oleh masyarakat. Salah satu makanan tradisional yang ada di Kota Bengkulu adalah kue baytat. Kue baytat merupakan kue tradisional Kota Bengkulu yang berbentuk segi empat dengan ukuran yang bervariasi berisi toping selai nanas di dalamnya. Pembuatan kue baytat dilakukan dengan cara pencampuran tepung terigu, santan, gula, margarin, telur dan bahan pendukung lainnya.¹⁴

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan di toko Citra Sari beralamatkan di jl. Depati Payung Negara No 23 RT IV Sukarami Kota Bengkulu dengan alasan lokasinya kurang strategis tempatnya berada di pinggir jalan. Wawancara kepada seorang konsumen tetap toko kue Citra Sari. Ahmad mengatakan bahwa sejauh ini toko bay tat Citra Sari mempertahankan cita rasa khas Bengkulu dan pelayanan yang diberikan sangat diperhatikan sehingga saya sering memborong kue baytat..¹⁵

Kemudian pada observasi selanjutnya, saya mewawancarai salah satu masyarakat medan baru. Hartanto mengatakan bahwa sudah menjadi konsumen tetap di toko kue Citra Sari. Karena ada pelayanan yang diberikan karyawan ramah sehingga saya membeli ulang produk kue baytat..¹⁶

Berdasarkan uraian diatas, penulis ini tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan Judul **“Analisis Tingkat Kepuasan**

¹⁴Eka Kurniawati, dkk. “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Baytat Bengkulu” Universitas Bengkulu : *Jurnal Teknologi dan Industri Pertanian Indonesia*, h.67

¹⁵Hasil wawancara Ahmad (Masyarakat Kelurahan Pagar Dewa) Pada Tanggal 19 Oktober 2020 pukul 14.21 WIB

¹⁶ Hasil wawancara Hartanto (Masyarakat Kelurahan Kandang Mas) Pada Tanggal 19 Oktober 2020 pukul 10.21 WIB

Konsumen dalam Pelayanan Toko Kue Bay Tat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan Toko Kue Baytat Citra Sari?
2. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan Toko Citra Sari ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuannya adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan Toko Tat Citra Sari.
2. Untuk mengetahui pandangan Ekonomi Islam terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan Toko Citra Sari.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Untuk menambah wawasan dan khasanah ilmu pengetahuan tentang tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan dari pandangan Ekonomi Islam.

2. Kegunaan Praktis

- a. Toko Kue Baytat Citra Sari, yaitu sebagai acuan dalam meningkatkan pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

- b. Peneliti, untuk menambah pengetahuan dan pemahaman terhadap kepuasan konsumen.
- c. Konsumen, yaitu agar dapat memahami tentang kepuasan dari usaha tersebut.
- d. Fakultas, yaitu untuk menambah wawasan pengetahuan dan sebagai sumbangsi informasi bagi yang berminat penelitian yang lebih lanjut tentang tingkat kepuasan konsumen.

E. Penelitian Terdahulu

Untuk mendukung pembahasan yang lebih mendalam mengenai pembahasan di atas, maka penulis berusaha melakukan kajian pustaka ataupun karya-karya yang mempunyai hubungan dengan permasalahan yang akan dikaji. Adapun penelitian yang terkait terhadap hal ini adalah :

Pertama, Skripsi oleh Husni yang berjudul “Implementasi Kualitas Layanan Jasa Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi Pada Batu *Night Spectacular* (BNS)” Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui penerapan kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen, serta Untuk mengetahui kualitas layanan jasa dan kepuasan konsumen Di Batu *Night Spectacular* (BNS) . Dari hasil penelitian implementasi kualitas layanan jasa di Batu *Night Spectacular* (BNS) yang terdiri dari Kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh *BNS* (*Batu Night Spectacular*) telah menerapkan Lima dimensi pelayanan yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* dari lima dimensi tersebut telah diterapkan dengan baik sesuai standar yang digunakan oleh *BNS* (*Batu Night Spectacular*). Dari standar yang telah diterapkan itu sudah memberikan kepuasan terhadap konsumen tetapi masih ada

sedikit kekurangan dari segi *tangible*, yaitu dari segi tempat atau lahan parkir yang disediakan kurang luas, dan sosialisasi terkait asuransi di tempat wisata kurang baik, namun para konsumen sudah terpuaskan oleh semua pelayanan yang diberikan oleh *BNS (Batu Night Spectacular)*.¹⁷

Persamaan penelitian ini dengan penelitian Husni adalah sama-sama membahas kualitas layanan dengan menggunakan 5 dimensi. Perbedaan dengan penelitian penulis, yaitu penulis fokus dengan pelayanan yang dirasakan konsumen, sedangkan penelitian Husni Pelayanan pelanggan wisata.

Kedua, Penelitian Partua Pramana Hamongan Sinaga dalam skripsinya yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Lokasi terhadap Loyalitas Konsumen”, menjelaskan mengenai pengaruh faktor kepuasan, kualitas dan lokasi terhadap loyalitas Konsumen dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif untuk mengukur seberapa pengaruh ketiga variabel tersebut. Adapun yang membedakan penelitian Partua Pramana Hamongan Sinaga dengan penelitian ini adalah pada metode penelitian dan variabelnya. Pada penelitian Partua Pramana Hamongan Sinaga menggunakan metode penelitian campuran yaitu kualitatif dan kuantitatif dan terdapat tiga variabel yaitu kepuasan, kualitas dan lokasi. Sedangkan pada penelitian ini metode yang digunakan adalah metode kualitatif tingkat kepuasan Konsumen.

¹⁷ Husni, “Implementasi Kualitas Layanan Jasa Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen (*Studi Pada Batu Night Spectacular (BNS)*)”, 2013

Ketiga, Penelitian yang dilakukan oleh Indra Wahyu Dianto mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Negeri Yogyakarta, dalam skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Shake & Steak Jl Cendrawasih No. 30 Yogyakarta”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan bukti langsung, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat tingkat kepuasan konsumen yang tinggi pada kualitas pelayanan dilihat dari atribut bukti langsung, keandalan, Daya Tanggap, jaminan dan empati. Dalam penelitian ini terlihat bahwa peneliti sama – sama membahas mengenai tingkat kepuasan konsumen. Yang membedakan penelitian Indra dengan penelitian penulis adalah lokasi dan subyek yang diteliti. Penelitian Indra berada di Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30. Yogyakarta dan sasaran subyek penelitian Indra adalah konsumen waroeng steak & shake jl cendrawasih no 30 Yogyakarta. Sedangkan lokasi penelitian yang akan dilakukan penulis berada di Kota Bengkulu dan sasaran subyek penelitiannya adalah konsumen Citra Sari.¹⁸

Keempat, Penelitian yang dilakukan oleh Namira Nurul Putri, jurusan Sekolah tinggi Pariwisata Bandung dalam skripsi yang berjudul “Kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan Konsumen di hotel stevie 6 Bandung”. Dalam jurnal ini membahas tentang upaya yang dilakukan oleh manajer Hotel untuk meningkatkan kepuasan Konsumen. Rumusan masalah dalam penelitian ini bagaimana gambaran kualitas pelayanan (*service quality*)

¹⁸Indra Wahyu Dianto, “Analisis Kepuasan Konsumen Wroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta” (Yogyakarta, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).

dilihat dari lima dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* guna meningkatkan kepuasan Konsumen di Hotel Stevie 6 Bandung. Penulis menggunakan metode penelitian dengan alat pengumpulan data berupa wawancara, kuesioner dan studi kepustakaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling*, kemudian hasil pengolahan data menggunakan analisis *statistik deskriptif*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang mendapat nilai tertinggi adalah dimensi *tangibles* dan nilai yang terendah adalah dimensi *responsiveness*. Berdasarkan hasil dari tanggapan responden peneliti memberikan rekomendasi pada aspek terendah adalah perusahaan dapat memberikan motivasi atau *reward* kepada karyawan agar mereka dapat memberikan jasa secara cepat dan tepat. Penelitian ini bertujuan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan Konsumen di Hotel Stevie 6 Bandung. Berdasarkan skripsi tersebut terdapat kesamaan yaitu sama – sama membahas tentang 5 dimensi pelayanan. Yang membedakan adalah lokasi penelitian dan objek yang diteliti. Objek Namira Nurul Putri berada di Kota Bandung, sedangkan penulis berada di Kota Bengkulu.¹⁹

Kelima, Penelitian oleh Saleha Anwar Amir Gulzar dari *university Islamabad* Pakistan dengan judul “*Impect of perceived value on word of mouth endorsement and customer satisfaction: Mediating role of repurchase intentions*” Tahun 2011. Penulis berpandangan bahwa karakteristik atau fitur produk atau layanan tidak memiliki artinya bagi konsumen kecuali dan

¹⁹Namira Nurul putri “Kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan Konsumen di hotel stevie 6 Bandung”

sampai ia menginterpretasikan fitur-fitur tersebut dengan cara yang bermakna melalui nya mereka kerangka kerja mental. Penulis juga mengeksplorasi makna "penting" dalam konteks kepuasan. Menurut Baginya, apa yang penting dalam membeli suatu produk / jasa bukan berarti juga memberikan kepuasan penilaian. Sambil menjelaskan kinerja fitur, atribut, dan dimensi, tidak semua analisis kinerja mencakup skor kepuasan nyata dalam keseluruhan proses dan sampai sekarang dapat diasumsikan demikian konsumen membeli produk karena mereka berharap dapat memuaskan keinginan mereka. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui dampak dari nilai yang dirasakan pada dukungan dari mulut ke mulut dan Konsumen kepuasan mengeksplorasi peran mediasi dari niat pembelian kembali. Ini adalah studi yang didasarkan pada analisis empiris data dikumpulkan dari 300 responden. Uji korelasi, regresi dan sobel telah digunakan untuk menganalisis data. Pengambilan sampel kenyamanan dilakukan dari orang dewasa muda yang telah mengunjungi rantai makanan cepat saji seperti Pondok McDonald, KFC, Hardees, Subway atau Pizza.²⁰

Pada penelitian ini terdapat persamaan dan perbedaan, dimana persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti kepuasan Konsumen. Perbedaan dengan peneliti penulis, yaitu masalah yang diteliti, yang dimana penulis lebih berfokus kepada kepuasan konsumen, sedangkan penelitian terdahulu untuk mengetahui dampak dari nilai yang dirasakan hubungan antara kepuasan Konsumen dan pengesahan dari mulut ke mulut

²⁰Saleha Anwar Amir Gulzar, Jurnal Internasional : *"Impact Of Perceived Value In Word Of Mouth Endorsement And Customer Satisfaction: Mediating Role Of Repurchase Intentions"* Tahun 2011, Vol.1, No.5, pp. 46-54

dan Konsumen kepuasan mengeksplorasi peran mediasi dari niat pembelian kembali.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

a) Jenis penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.²¹

b) Pendekatan penelitian

Pendekatan Penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian untuk menggambarkan keadaan, kondisi, situasi, peristiwa, kegiatan dan lain lain, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan.²² Data yang dihasilkan adalah data kualitatif. Dimana data kualitatif adalah data yang diwujudkan dalam kata keadaan atau kata sifat. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat diketahui bahwa deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu kondisi maupun peristiwa yang diwujudkan dalam bentuk kata.

²¹ Abdurrahmat Fathoni , Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2011), h. 96

²² Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,(Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), h. 3

Oleh karena itu, pendekatan kualitatif ini dipilih oleh penulis berdasarkan tujuan penelitian yang ingin mendapatkan gambaran tentang analisis tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan di toko Citra Sari di Jl. Depati Payung Negara No 23 RT IV Sukarami Kota Bengkulu.

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai pada tanggal 10 November sampai 10 Desember 2020. Penelitian ini dilakukan di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu. Menurut peneliti lebih memilih lokasi penelitian disana dengan alasan karena Toko kue Baytat Citra Sari belum ada yang melakukan penelitian disana dengan metode 5 dimensi pelayanan dan dalam operasionalnya sangat mengedepankan loyalitas konsumen sehingga terjalannya kesetiaan konsumen untuk membeli di Toko kue baytat Citra Sari. Begitu pula lokasinya kurang strategis. Berada di pinggir jalan masuk gang di dalam tertutupi oleh sebuah bengkel.

3. Subjek Penelitian

Narasumber atau informan adalah orang yang bisa memberikan informasi – informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian kita. Narasumber atau informan itulah yang dimaksud dengan subjek penelitian.²³ Subjek Atau Informan dalam penelitian ini terdiri dari 1 orang yaitu, pemilik toko atau karyawan toko serta 6 konsumen toko

²³ Andi Prastowo, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, (Yogyakarta: AR-RUZZ MEDIA, 2016), h. 195

Citra Sari. sehingga pemilik toko atau karyawan dalam melayani konsumen.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan, penulis akan mengumpulkan data dengan memperoleh dua sumber data, yaitu :

a. Sumber Data

1. Data Primer

Merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa subjek (orang) secara individual atau kelompok, kejadian/kegiatan dan hasil-hasil pengujian.²⁴ Sumber Data primer pada penelitian ini yaitu 6 orang konsumen dan 1 karyawan atau pemilik toko Citra Sari Kota Bengkulu.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan responden yang digunakan oleh peneliti adalah *Sampling Insidental*. *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.²⁵

²⁴ Wanda J.N dkk, "Analisis Dengan Menggunakan Informasi Akuntansi Diferensial Dalam Pengambilan Keputusan Membeli Atau Membuat Sendiri Bakso Pada Bakso Pasuruan", *Jurnal EMBA*, No.2, Tahun 2014, Vol.2, h. 144

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 122

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dengan jalan penelitian pustaka (*library research*), yaitu berasal dari buku-buku atau arsip-arsip yang berhubungan dengan objek yang diteliti.²⁶ Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan dengan teori tingkat kepuasan dalam islam.

b. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara yaitu teknik pengumpulan data dengan menggunakan tanya jawab dengan konsumen tentang tingkat kepuasan dalam pelayanan di toko Citra Sari Kue Baytat. Metode ini untuk menggali data agar tidak terjadi penyimpangan atau salah satu pengertian mengenai permasalahan yang diangkat dalam judul penelitian ini.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Dalam observasi data penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah dengan melakukan pengamatan secara langsung kepada konsumen yang pernah membeli di Toko kue Baytat Citra Sari Sukarami sebanyak 2 orang.

²⁶Joko subagyo, *Metode Penelitian dalam teori dan praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2016).

c. Dokumentasi

Dokumen adalah rekaman peristiwa yang lebih dekat dengan percakapan, persoalan pribadi dan memerlukan *interpretasi* yang berhubungan sangat dekat dengan rekaman peristiwa tersebut dan mengumpulkan data dengan melihat atau mencatat suatu laporan yang sudah tersedia.

5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁷

Setelah semua data direduksi maka langkah selanjutnya yaitu *mendisplaykan* data atau penyajian data. Dengan *mendisplaykan* data maka akan mempermudah peneliti untuk memahami apa yang terjadi sehingga peneliti bisa mengambil tindakan selanjutnya atau penarikan kesimpulan.

Selanjutnya dalam penelitian kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal hanya bersifat sementara dan bisa berubah apabila tidak ditemukan bukti yang kuat untuk mendukung pengumpulan data berikutnya. Akan tetapi apabila kesimpulan awal memiliki bukti yang kuat atau valid dan

²⁷ Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis.... h. 428

konsisten saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Data hasil penelitian di lapangan akan dianalisis melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

a. Tahap Reduksi Data

Data yang diperoleh dilapangan dituangkan dalam uraian atau laporan yang lengkap dan terinci. Reduksi data adalah proses analisis untuk memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, mengabstraksikan dan mentransformasikan data mentah yang didapat dari catatan-catatan yang muncul dilapangan.²⁸

b. Tahap Penyajian Data

Penyajian data dimaksudkan agar memudahkan bagi peneliti untuk melihat gambaran secara keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari penelitian ini dan dapat disajikan dalam bentuk uraian naratif. Penyajian data adalah pengumpulan data-data atau informasi-informasi dan hasil observasi partisipatif dan wawancara mendalam peneliti yang sudah direduksi.²⁹

c. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Muara dari kesimpulan kegiatan analisis data kualitatif yang terletak pada pelukisan atau penuturan tentang apa saja yang dihasilkan dapat dimengerti berkenaan dengan suatu masalah yang

²⁸Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi Pengembangan Profesi Pendidikan Tenaga Kependidikan*, (Jakarta: Kenacana Prenada Media, 2010), h. 289

²⁹Trianto, *Pengantar Penelitian Pendidikan Bagi...*, h. 289

diteliti. Pada tahap penarikan kesimpulan ini yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap analisis data dan evaluasi kegiatan yang mencakup pencarian makna serta pemberian penjelasan dari data yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap, yang pertama menyusun simpulan sementara, tetapi dengan bertambahnya data maka perlu dilakukan verifikasi data, yaitu dengan cara mempelajari kembali data-data yang ada. Kedua, menarik kesimpulan akhir setelah kegiatan pertama selesai. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan responden dengan makna yang terkandung dalam masalah peneliti secara konseptual.³⁰

³⁰Zainal Arifin, *Penelitian Pendidikan Metode dan paradigma baru*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2012), h. 173

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Tingkat Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler, tingkat kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan Tse dan Wilton dalam Lupiyoadi menyebutkan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan Konsumen adalah respon Konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*Disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut Tjiptono³¹, Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan di kalangan konsumen. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Pengukuran terhadap kepuasan konsumen telah menjadi hal yang penting bagi perusahaan, karena dengan mengetahui tingkat kepuasan konsumen, perusahaan memperoleh umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan konsumen.

³¹Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik(Jakarta: Salemba Empat, 2001)

Kepuasan konsumen atau Konsumen merupakan suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan Konsumen dapat terpenuhi pada suatu produk yang dikonsumsi. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan Konsumen adalah kebutuhan dan keinginan, pengalaman masa lalu, pengalaman dari teman sejawat, dan komunikasi lainnya.³²

Menurut Rand yang dikutip didalam Buku Nasution mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sebaliknya bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan konsumen, maka kepuasan tidak tercapai. Konsumen yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsumsinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Angel, Roger dan Miniard yang dikutip dalam Buku Nasution mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi pada konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan.³³

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga dan orang lain, maupun makhluk hidup lain. dengan demikian, konsumen bisa orang atau perorangan atau sekelompok masyarakat mampu makhluk hidup lain yang membutuhkan barang atau jasa dikonsumsi oleh yang bersangkutan atau dengan kata lain barang atau jasa tersebut tidak untuk diperdagangkan.³⁴

³²Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2001)h.60

³³Nasution, *Manajemen ...*,h.48

³⁴Paul Peter J, *Perilaku Konsumen dan Straregi Pemasaran 2 Edisi 9* (Jakarta : Saleh Empat,2014),h.94

Salah satu cara untuk merebut perhatian Konsumen dan membentuk anggapan produk yang baik kepada konsumen adalah dengan melakukan strategi pelayanan Konsumen, penempatan sebagai tindakan membangun dan mengkomunikasikan manfaat pokok yang istimewa dari produk didalam pasar. Suatu perusahaan yang telah berhasil memposisikan produknya dengan baik berarti perusahaan tersebut berhasil dalam menanamkan suatu citra produknya pada pikiran Konsumen.³⁵

B. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler yang dikutip dari buku *Total Quality Management* ada beberapa metode yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran kepuasan Konsumen, diantaranya Tjiptono³⁶ :

- a. Sistem keluhan dan saran organisasi yang berpusat Konsumen (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas kepada para Konsumennya untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi – informasi ini dapat memberikan ide – ide cemerlang bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah – masalah yang timbul.
- b. *Ghost Shopping* Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan Konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan – temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing

³⁵Uus MD Fadli, dkk. “Analisis Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen”, *Jurnal Manajemen* : Vol. 10, No 1, Oktober 2012

³⁶Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*(Yogyakarta: Andi Offset,1996), h. 78

berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk –produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara pengamanan setiap keluhan.

- c. *Lost Customer Analysis* Perusahaan seyogyanya menghubungi para Konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan customer *loss rate* juga penting, peningkatan customer *loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan Konsumennya.
- d. Survei Kepuasan Konsumen Umumnya penelitian mengenai kepuasan Konsumen dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung. Perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari Konsumen dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para Konsumennya.

Sedangkan Umar mengemukakan adanya 6 konsep pengukuran kepuasan Konsumen sebagai berikut³⁷ :

- a. Kepuasan Konsumen Keseluruhan

Caranya adalah menanyakan Konsumen mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan Konsumen keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari para pesaing.

³⁷Umar, 2003, Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa, Ghalia Indonesia, Jakarta, hal. 15

b. Dimensi Kepuasan Konsumen

Prosesnya melalui empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan Konsumen. Kedua, meminta Konsumen menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan atau keramahan staf pelayanan terhadap Konsumen. Ketiga, meminta Konsumen menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama, keempat, meminta Konsumen menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada di kelompok penting dalam menilai kepuasan Konsumen keseluruhan.

c. Konfirmasi Harapan

Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan sesuai atau tidaknya antara harapan Konsumen dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.

d. Minat Pembelian Ulang

Kepuasan Konsumen diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang atas jasa yang sama yang dia konsumsi.

e. Kesiediaan Untuk Merekomendasi

Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relatif lama, seperti jasa pendidikan tinggi.

f. Ketidakpuasan Konsumen

Hal ini dapat dikaji misalnya dalam hal *complain*, biaya garansi, *word of mouth* yang negatif, serta *defections*.

Maka dari uraian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa Memuaskan kebutuhan Konsumen adalah keinginan setiap produsen/lembaga penyedia layanan jasa. Selain menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup lembaga tersebut, memuaskan kebutuhan Konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Konsumen yang puas terhadap produk/jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali dan mengajak calon Konsumen baru untuk menggunakan jasa yang telah mereka rasakan kepuasan kinerja pelayanannya.

C. Pandangan Islam tentang Kepuasan Konsumen

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu hubungan yang baik dengan Allah dan hubungan baik dengan manusia. Dalam konteks kepuasan Konsumen, interaksi antara penjual dan pembeli sangat penting. Allah berfirman dalam Al-Quran surah Ali-Imran ayat 159:

فَمَا رَحْمَةٌ مِّنَ اللَّهِ إِنَّتَ لَهُمْ وَأَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ
وَسَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“maka disebabkan sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (Q.S Ali Imran, 3: 159)

Dari ayat diatas dapat dijelaskan bahwa Allah telah memberikan pedoman kepada penjual untuk bersikap lemah lembut kepada sesama pembeli untuk

menciptakan kepuasan atau kenyamanan diantara kedua belah pihak agar saling memberikan keuntungan.

D. Konsep Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Lahirnya teori kepuasan konsumen dalam perspektif Ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional konsumsi dibangun atas dasar *utility* (kepuasan). Secara sederhana setidaknya ada dua hal yang perlu untuk kritis dari perilaku konsumsi yang beroriental pada *utility* yakni pertama tujuan konsumsi hanyalah untuk mencapai kepuasan dan kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang dia mempunyai pendapat maka tidak ada yang bisa membatasinya untuk melakukan konsumsi. Tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya barang). Dalam menentukan kepuasan konsumsi bagi seorang muslim harus berorientasi dalam mengoptimalkan *masalah* bukan memaksimalkan. Karena dalam rasionalitas islam menganggap prinsip lebih banyak tidak selalu lebih baik (*the more isn't always the better*). *Maslahah* akan terwujud ketika nilai berkah optimum dapat terpenuhi. Oleh karena itu kandungan berkah sangat mempengaruhi preferensi konsumen pada saat akan mengonsumsi barang. Hal ini menjadikan konsumen akan selalu mengoptimalkan berkah dalam usaha mengoptimalkan *masalah*.³⁸ Dalam pandangan Islam yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan Konsumen adalah standar syariah. Kepuasan Konsumen dalam pandangan syariah adalah

³⁸Sumarin, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perpektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h. 100-103

tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut Yusuf Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan:³⁹

a. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus menanamkan rasa jujur kepada seluruh personil yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Hal ini berdasarkan sabda Nabi Muhammad SAW:

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَ إِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ
وَ مَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَ يَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدِّيقًا

Artinya: “Hendaklah kalian bersikap benar/ jujur, karena kebenaran itu akan mengantarkan pada kebaikan dan kebaikan akan menyampaikan ke surga. Seseorang itu selalu berlaku benar dan berusaha mencarinya hingga ia ditulis di sisi Allah sebagai orang yang suka berlaku benar”

b. Sifat amanah

Al-qur'an memerintahkan pada manusia untuk jujur, tulus/ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis. Pada saat penipuan dan tipu daya dilakukan dan dilarang, bahkan hampir mendekati titi nadir, kejujuran bukan hanya diperintahkan. Ia dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak dan absolut. Sikap jujur akan terlihat dalam kemampuan dalam menjalankan amanah-amanah yang diberikan. Orang yang jujur sudah pasti amanah dalam setiap kepercayaan yang diberikan kepadanya.

³⁹ Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (GIP: Jakarta, 1997), h. 175

Firman Allah dalam surat al-Anfaal:27

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (muhammad) dan juga janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedangkan kamu mengetahui.”

Oleh karena itu, prinsip amanah hanya dapat dijalankan selain dengan profesionalisme. Profesionalisme adalah bagian yang penting dari prinsip amanah dan muamalah.

c. Benar

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas nama Allah. Dalam hadist Muttafaq Alaih dari Hakim bin Hazm disebutkan bahwa:

Artinya: *“Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan, maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan dan berbohong, maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu”* (HR. Bukhori).

E. Pengertian Pelayanan

Dalam kamus Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pelayanan adalah sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain, sedangkan melayani yaitu membantu menyiapkan (mengurus apa yang diperlukan seseorang). Pada hakekatnya pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang merupakan proses. Sebagian proses pelayanan berlangsung secara rutin dan

berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat, proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain.⁴⁰

Menurut R.A Supriyono pelayanan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen yang berkepentingan sehingga dilayani dengan keinginan konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri. Dengan adanya pelayanan yang baik maka konsumen akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedang definisi yang lain menyatakan pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.⁴¹

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan atau konsumen.⁴²

Selanjutnya Moenir juga mengatakan pelayanan umum adalah kegiatan yang oleh seseorang (sekelompok orang) dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur dan metode dalam rangka usaha

⁴⁰Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka,1990),h.415

⁴¹Malayu Hasibuan,Dasar-Dasar Perbankan, (Jakarta :PT.Bumi Aksara,2005),cet.ke-4,h.152.

⁴²Daryanto & Ismanto Setyo budi,Konsumen dan Pelayanan, (Yogyakarta : Gava Media, 2014), h.135.

memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Moenir mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar baik dalam waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi, dan mengevaluasi kegiatan pelayanan agar hasil akhir memuaskan kepada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.⁴³

F. Kualitas Pelayanan untuk menilai tingkat kepuasan

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk atau jasa, konsumen umumnya mengacu pada beberapa faktor atau atribut-atribut yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan konsumen menurut Parasuraman⁴⁴ adalah :

- a. Bukti langsung (*Tangibles*) Yaitu kemampuan suatu produk perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuana serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Bentuk tangibles meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*Reliability*), Yaitu kemampuan pemberi layanan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan Konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua Konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

⁴³ Moenir, Manajemen Pelayanan Umum, (Jakarta : Bumi Aksara, 2006), h.275.

⁴⁴ A. Valerie Parasuraman, Delivering Quality Service diterjemahkan oleh Sutanto, (New York: the Free Press, h. 162

- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada Konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- e. Empati (*Emphaty*), meliputi memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para Konsumen dengan berupaya memahami keinginan Konsumen. Sebagai contoh perusahaan harus mengetahui keinginan Konsumen secara spesifik dari bentuk fisik produk atau jasa sampai pendistribusian yang tepat.

Dan berdasarkan penelitian Selanjutnya, Tjiptono menyatakan bahwa kualitas pelayanan ditentukan oleh dua hal, yaitu jasa yang dirasakan (*Perceived Service*) dan jasa yang diharapkan (*Expected Service*). Apabila pelayanan yang diterima/dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan adalah kualitas baik. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas yang dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan yang dipersepsikan buruk. Layanan yang diharapkan dan layanan yang dirasakan ditentukan oleh lima dimensi, yaitu :⁴⁵

⁴⁵ Fandy Tjiptono, Prinsip-Prinsip *Total Quality Service* (Yogyakarta: C.V Andi Offset,2005), h.128

- a. Bukti Fisik (*Tangible*), yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Contoh : Fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil.
- b. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan melakukan layanan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, yang berarti ketepatan waktu, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Daya Tanggap (*Responsibility*), yaitu Kemauan memberikan layanan cepat dan membantu pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas.
- d. Jaminan (*Assurances*), yaitu Pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan dan kompetensi.

Jaminan menurut Kotler yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

- e. Empati (*Emphaty*), yaitu Perhatian individual kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Kotler “adalah syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan”. Empati adalah memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang

diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

G. Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam sebuah bisnis islami tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif islam sebagai berikut:⁴⁶

a. Shidiq

yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna *tahanuji*, ikhlas serta memiliki kesinambungan emosional. Dalam suatu pelayanan harus memiliki sifat jujur pada konsumen. Selain itu kreatif, berani, dan percaya diri juga mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Hal ini hanya mungkin dapat dilakukan bila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan

⁴⁶Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung. 2003. Manajemen Syari'ah Dalam Praktik, (Jakarta: Gema Insani.) hal.56

keberanian untuk berbuat sekaligus siap menanggung berabagai macam resiko. Oleh karena itu Allah Swt., memerintahkan orang-orang beriman untuk senantiasa memiliki sifat shiddiq, Allah Swt., berfirman dalam surat At-Taubah/ 9: 119

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ

Terjemahnya:

“Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.”⁴⁷

b. Amanah

Amanah berarti dapat dipercaya, bertanggung jawab dan kredibel. *Amanah* bisa juga bermakna keinginan untuk memenuhi sesuatu sesuai dengan ketentuan. Dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban, amanah ditampilkan dalam keterbukaan, pelayanan yang optimal dan ihsan (berbuat yang baik) dalam segala hal. Sebagaimana firman Allah Swt., dalam QS. An-Nisa“/ 4: 58

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Terjemahnya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.”⁴⁸

⁴⁷Departemen Agama RI, 2006: 206)

⁴⁸(Departemen Agama RI, 2006: 87)

Ayat tersebut menegaskan kepada setiap manusia untuk menyampaikan amanat kepada orang yang hendak menerimanya. Sifat *amanah* harus dimiliki oleh setiap muslim. *Amanah* dapat diaplikasikan dalam bentuk pelayanan yang optimal dan *ihsan* (berbuat yang terbaik), termasuk yang memiliki pekerjaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat.

c. *Thabligh*

Sifat *Thabligh* artinya komunikatif dan argumentatif, dalam dunia bisnis orang yang memiliki sifat *thabligh*, akan menyampaikannya dengan benar dan dengan tutur kata yang tepat. Dalam melayani seorang karyawan dituntut untuk bisa menyampaikan keunggulan-keunggulan produknya dengan jujur dan berbicara secara komunikatif dan benar. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Ahzab/ 33: 70:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

Terjemahnya :

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar.”

d. *Fathanah*

Fathanah dapat diartikan sebagai intelektual, kecerdasan atau bijaksana. Dalam dunia bisnis bahwa segala aktivitas dalam manajemen suatu perusahaan harus dengan kecerdasan dan bijaksana serta profesional agar usaha bisa lebih efektif dan efisiensi serta mampu menganalisa persaingan dan perubahan dimasa yang akan datang. Sifat profesionalisme di gambarkan dalam QS. Al-Israa/ 17: 84

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى سَبِيلًا

Terjemahnya:

*"Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing".Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya."*⁴⁹

Pada ayat diatas artinya, seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Selain itu tidak melupakan akhirat ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat sehingga ketika waktu shalat wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

H. Dimensi Kualitas Pelayanan Perspektif Islam

Pada dasarnya sebuah pelayanan terhadap Konsumen tergantung dari latar belakang karyawan itu sendiri maka supaya pelayanan menjadi sebuah berkualitas dan memiliki keseragaman, kualitas yang diberikan tentunya harus sesuai dengan standar yang diinginkan perusahaan. Tanpa standar tertentu, maka akan sulit untuk memberikan pelayanan yang lebih berkualitas kepada pelanggan karena melalui standar akan menjadi tolok ukur bagi perusahaan dan Konsumen memilih penyedia jasa berdasarkan hal tersebut dan setelah menerima jasa itu, tentu mereka akan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan.

Dalam islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang atau pelayanan jasa, hendaknya memberikan yang berkualitas bagi orang lain.

⁴⁹Departemen Agama RI, 2006: 290

Seperti yang dijelaskan di Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267 yaitu :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan Ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.(QS. Al-Baqarah:267).

Secara umum para peneliti menggunakan acuan 5 dimensi kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithnaml dan Berry⁵⁰.

a. *Assurance* atau jaminan

Jaminan yaitu mencangkup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta berbicara bohong saat menawarkan suatu produk maupun jasa dalam sebuah perusahaan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'araa' ayat 181-182 yang berbunyi :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

Artinya : Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.

b. *Reliability* atau keandalan

⁵⁰ArA. Valerie Parasuraman, *Delivering Quality Service* diterjemahkan oleh Sutanto, (New York: the Free Press, h. 162) hlm. 23

Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang menjanjikan dengan segera dan memuaskan. Artinya pelayanan yang diberika kepada konsumen haruslah handal, bertanggung jawab, sopandan ramah. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam perniagaan/ muamalah.

Allah berfirman dalam surat Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya : “Sesungguhnya Telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.

c. *Tangible* atau bukti fisik

Bukti fisik yaitu yang meliputi fasilitas fisik, pegawai, perlengkapan dan sarana komunikasi. Bukti fisik merupakan tampilan yang sesungguhnya yang akan menjadi suatu identitas organisasi serta menjadi pendorong munculnya persepsi awal pelanggan, serta perusahaan dalam menjalankan oprasionalnya harus memperhatikan dari segi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika yang baik dan syar’i.

Sebagaimana firman Allah surat Al-A’raf ayat 26 :

يٰۤاٰدَمُ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰىكَ لِبَاسًا يُّوَارِيْ سَوْآتِكَمَّ وَرِيْشًا طَّوْلًا وَّلِبَاسُ التَّقْوٰى
ذٰلِكَ خَيْرٌ ذٰلِكَ مِّنْ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُوْنَ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah

sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”

d. *Empathy* atau empati

Empati yaitu yang meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan. Perhatian yang diberikan kepada konsumen hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain. Allah berfirman dalam surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ
الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

e. *Responsiveness* atau Daya Tanggap

Daya tanggap yaitu suatu karakteristik kecocokan dalam pelayanan manusia, yaitu keinginan staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan perusahaan. Komitmen yang telah diberikan harus dilaksanakan oleh perusahaan dengan baik, jika komitmen tidak dapat ditepati maka risikonya ialah pelanggan akan meninggalkan produk dari perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat ash sharh ayat 7 yang bunyinya:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : “Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

BAB III

GAMBARAN UMUM TENTANG TOKO CITRA SARI

A. Sejarah Singkat Toko Citra Sari

Kue Baytat di Toko Citra Sari dirintis oleh Ibu Nani pemilik usaha Toko Kue khas Bengkulu sejak tahun 2003, Berawal dari pemilik yang mempunyai Kebun Nanas. Pada saat itu pemilik menjual nanas di pasar, Nanas nya tidak semua nya laku, jadi sisa nanas yang tidak laku terjual daripada membusuk maka pemilik tersebut memiliki ide untuk mengolah nanas tersebut untuk membuat kue yang berbahan nanas dan tepung maka jadilah kue khas Bengkulu yaitu Baytat. Karena pemilik tidak mempunyai karyawan dan memproduksi sendiri terlalu banyak, maka pemilik mempunyai ide untuk memiki sebuah toko dan mencari karyawan. Lalu pemilik toko tersebut belum dikenal oleh banyak orang. Banyak cara yang dilakukan dari mempromosi lewat teman atau kerabat terdekat. Agar kue baytat bisa di kenal banyak orang. Untuk menjadi pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebenarnya tidak sulit. Selama memiliki kemauan kuat, siapapun bisa memulai langkah menjadi pelaku usaha skala mikro. Meski dengan segala keterbatasan, semisal modal kecil ataupun tidak ada tempat berjualan.

Setelah 7 tahun berlalu, Pada tahun 2010 akhirnya usaha atau doa pun membuahkan hasil. Produk kue baytat sudah dikenal khalayak umum. Hingga Sekarang toko Citra Sari sudah menjadi pusat toko oleh-oleh khas Bengkulu. Karena Banyak permintaan dari konsumen, pemilik menambah karyawan yang dari awal belum mempunyai karyawan sekarang mempunyai 3

karyawan. Produk - produknya pun sudah banyak bermacam-macam seperti, perut punai, bayat, pie tat, madurasa dan masih banyak lagi.

Namun, beda ceritanya bila ingin menjadi pelaku UMKM yang sukses mengembangkan usahanya dalam jangka waktu lama. Urusannya sama sekali tidak mudah. Kenyataan yang jamak terjadi di masyarakat, banyak pelaku UMKM bermunculan yang sejatinya punya potensi, tetapi lantak gulung tikar hanya dalam hitungan bulan setelah memulai usaha.

Penyebabnya, tidak banyak pelaku UMKM yang memiliki kesiapan dalam mengarungi dunia usaha yang penuh tantangan. Padahal, untuk menjadi pelaku UMKM yang sukses, harus siap capek, siap jatuh bangun dan bahkan siap menghadapi risiko gagal.

B. Bay Tat

Bay Tat sebagai makanan khas asli dari Bengkulu. Bay Tat terbuat dari tepung terigu, gula pasir, santan murni, soda, vanili, mentega dan selai nanas yang telah di olah secara tradisional. Setelah kue Bay Tat jadi kemudian barulah dioleskan selai nanas di atasnya yang telah diolah secara tradisional diaduk berjam-jam hingga menjadi sebuah selai nanas. Toko Citra Sari menjual Bay Tat dengan kisaran harga 20 ribu, selain itu juga ada beberapa makanan khas Bengkulu seperti keripik pisang, perut punai, pie tat dengan kisaran harga 10 ribu sampai 20 ribu rupiah.

C. Visi dan Misi

Dalam menjalankan tugas dan fungsi kesehariannya, Toko Citra Sari memberlakukan sistem tentang Visi dan Misi, dengan tujuan untuk diketahui,

dipahami dan dihayati serta dilaksanakan oleh seluruh karyawan dilingkungan Toko Citra Sari.

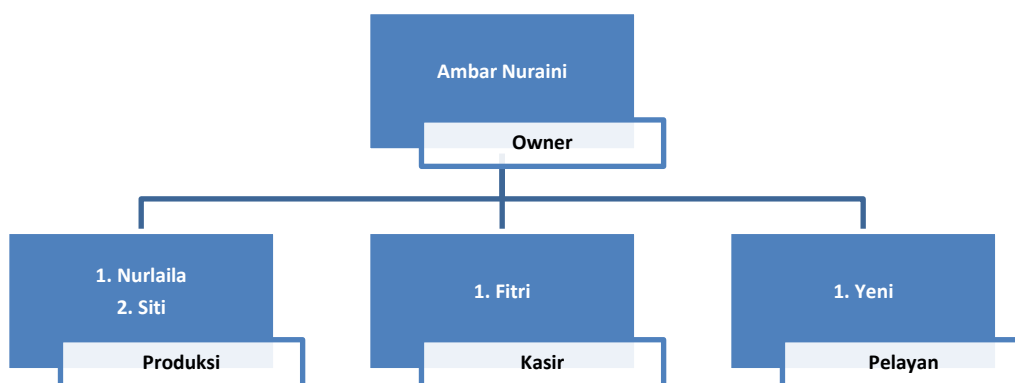
1. Visi

Menyediakan produk kue bayat yang berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau. Serta memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan.

2. Misi

Membuat toko oleh-oleh khas Kota Bengkulu karena yang diproduksi adalah khusus makanan khas Kota Bengkulu.

D. Struktur Kepengurusan



(Sumber : Data Dari Toko Kue Bayat Citra Sari Kelurahan Sukarami Kota Bengkulu Tahun 2020)⁵¹

Tugas dan Fungsi :

1. Owner

Tugas dan fungsi Ibu Ambar Nurainiselaku Owner Toko Citra Sari, yaitu :

- a. Mengecek dan memantau setiap laporan yang masuk secara rutin.
- b. Memastikan bahwa setiap karyawan mendapat haknya
- c. Mengelola dan memantau keuangan

⁵¹ Data Hasil Struktur kepengurusan toko Citra Sari

d. Pemilik toko Citra Sari yang memperkerjakan para karyawan

2. Produksi :

Tugas dan Fungsi Ibu Nurlaila dan Ibu Siti selaku karyawan Toko Citra Sari, yaitu :

- a. Membantu dalam membuat suatu produk
- b. Membuat produk yang berkualitas

Fungsi produksi adalah suatu bagian fungsi yang ada pada perusahaan yang bertugas untuk mengatur kegiatan-kegiatan yang diperlukan bagi terselenggaranya proses produksi. Dengan mengatur kegiatan itu maka diharapkan proses produksi akan berjalan lancar dan hasil produksi pun akan bermutu tinggi sehingga dapat diterima oleh masyarakat pemakainya.

3. Pelayan

Tugas dan fungsi ibu Yeni selaku karyawan toko Citra Sari sebagai seorang Pelayan atau juga dikenal dengan *waiter/waitress* merupakan posisi yang biasanya dibutuhkan di toko Citra Sari. Tugasnya adalah melayani dan mengarahkan produk sesuai keinginan konsumen.

4. Kasir

Tugas dan fungsi Ibu Fitri sebagai seorang Kasir juga merupakan posisi yang umumnya dibutuhkan juga pada sebuah toko Citra Sari. Tugasnya melayani pembayaran konsumen. Seorang kasir haruslah teliti dalam proses pembayaran, sopan dan mengerti tentang keuangan, serta bisa dipercaya (jujur).

E. Produk

Produk toko kue bayat Citra Sari :

1. Perut Punai
2. Keripik Pisang, Keripik Pisang Coklat dan Keripik Pisang Asin
3. Kue Gabus Keju
4. Kue Bayat
5. Pie Tat
6. Madurasa

F. Daftar Informan

Tabel III.1
Daftar Informan

No	Nama	Pekerjaan	Umur
1	Ria	Guru	42
2	Mala	Mahasiswi	25
3	Amalia	Ibu Rumah Tangga	31
4	Desi	Guru	35
5	Himanisyah	Mahasiswi	22
6	Fitriani	Dosen	27
7	Yeni	Karyawan	33

Sumber : Data Hasil wawancara kepada informan di toko Citra Sari 2020⁵²

⁵² Data Informan hasil wawancara Toko Citra Sari

Berdasarkan Tabel III.1 diatas, dapat diketahui bahwa informan berasal dari pekerjaan yang berbeda. Dari 7 informan diatas diantaranya merupakan Ibu Ria (Guru), Ibu Mala (Mahasiswi), Ibu Amalia (Ibu Rumah Tangga), Ibu Desi (Guru), Himanisyah (Mahasiswi), Ibu Fitriani (Dosen) dan Ibu Yeni (Karyawan Toko Citra Sari).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Tingkat Kepuasan konsumen dalam pelayanan di Toko Citra Sari

Data dari hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis dalam kurun waktu tanggal 10 November sampai 10 Desember 2020. Dimana informan yang diwawancarai secara mendalam adalah konsumen Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada informan mengenai tingkat kepuasan dalam pelayanan yang dirasakan konsumen. Berikut hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis.

a. Dimensi *Tangible*

Suatu toko dalam menunjukkan kemampuannya kepada konsumen. Penampilan dan kemampuan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan, hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dengan Karyawan secara ramah dan sangat baik dalam melayani konsumen Toko Citra Sari ?

Menurut Ibu Mala, selaku konsumen Toko Citra Sari, bahwa :

“Karyawan di Toko Citra Sari cukup ramah. Bahkan saya dilayani nya dengan penuh tanggung jawab. Karyawan sungguh baik dalam pekerjaannya.”⁵³

⁵³Ibu Mala. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 10 November 2020

Dan selanjutnya menurut Ibu Amalia yang merupakan salah satu konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, mengatakan bahwa

“Saya sudah lama menjadi konsumen dari Toko Citra Sari. Karyawannya sangat ramah dalam melayani konsumennya. Apalagi dengan produknya sangat enak untuk dikonsumsi.”⁵⁴

Tanggapan Ibu Yeni selaku karyawan Toko Citra Sari, mengenai pelayanan yang diberikan kepada konsumen, mengatakan bahwa

“konsumen yang saya layani tidak pilih kasih. Yang penting konsumen terpuaskan layanan dari saya dan mau kembali lagi ke toko”

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara Ibu Desi dan 3 informan lainnya selaku konsumen toko Citra Sari menjelaskan bahwa pelayanan di Toko Citra Sari melayani konsumennya dengan sangat baik.⁵⁵

Kebersihan dan kerapian di Toko Citra Sari serta penataan ruangnya?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Desi selaku konsumen di Toko Citra Sari mengenai kepuasan pelayanan di Toko Citra Sari, mengatakan bahwa:

“Kebersihan di Toko Citra Sari sejauh ini sudah sangat bersih. Bahkan penataan ruang produk-produknya sangat rapi. Letak produk-produknya pun sesuai dengan apa yang dijualnya seperti: kue kering, kue tat, keripik, perut punai”⁵⁶

⁵⁴Ibu Amalia. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 10 November 2020

⁵⁵Ibu Desi, dkk. konsumen di toko Citra Sari, wawancara pada tanggal 10 November 2020

⁵⁶Ibu Desi. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 10 November 2020

Selanjutnya menurut Ibu Fitriani selaku konsumen di Toko Citra mengatakan, bahwa:

"Kerapihan karyawan di Toko Citra Sari disini sih rapi. Tetapi akses jalan masuk ke toko kalau sudah hujan pasti bakal becek dan harus ekstra hati-hati"⁵⁷

Tanggapan Ibu Yeni selaku karyawan toko Citra Sari mengenai kebersihan di toko Citra Sari, mengatakan bahwa

“setiap hari saya sapu toko nya dan membersihkan rak-rak produk nya agar tidak berdebu dan usahakan penampilan saya rapi agar terlihat bersih oleh konsumen yang datang ke toko ”

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Mala dan 3 informan lainnya selaku konsumen toko Citra Sari menjelaskan bahwa kebersihan dan kerapihan di Toko Citra Sari sangat nyaman dan sangat membantu dalam memilih produk. Serta penataan ruangnya sangat luas untuk berbelanja di toko tersebut.⁵⁸

Sedangkan Penampilan dari karyawan Toko Citra Sari menurut Ibu Ria selaku konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, bahwa

"Penampilan nya sangat rapi dan simpel, tapi saya hampir bias membedakan antara karyawan dan konsumen, soalnya karyawan baru pertama kali saya lihat dalam melayani di toko"⁵⁹

Selanjutnya menurut Himanisyah salah satu konsumen di Toko Citra Sari, bahwa:

"Karyawan di Toko Citra Sari sangat rapi dan bersih dalam penampilan nya."⁶⁰

⁵⁷Ibu Fitriani. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 12 November 2020

⁵⁸Ibu Mala, dkk. Konsumen toko Citra Sari, wawancara pada tanggal 12 November 2020

⁵⁹Ibu Ria. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 12 November 2020

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Amalia dan 3 informan lainnya menjelaskan bahwa karyawan menjaga penampilannya sudah cukup baik untuk melayani konsumennya.⁶¹

Bukti Fisik oleh Karyawan di Toko Citra Sari sudah memenuhi standar pelayanan kepada konsumen. Sedangkan standar kerja yang ada di toko Citra Sari juga sangat positif dalam menerapkan pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari. Walaupun akses jalan menuju toko sangat tidak memadai bagi pengendara motor namun itu semua sudah dianggap cukup karena sudah bisa memberikan bukti kepada konsumen bahwa pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari sudah diterima positif. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sejalan dengan teori Passuraman bahwa kemampuan serta keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen tentang pelayanan pada indikator bukti fisik, konsumen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya nilai positif.

b. Dimensi *Responsiveness*

Keperluan konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas Menurut Ibu Mala selaku konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, bahwa Karyawan Toko Citra Sari bersedia membantu keperluan konsumen?

⁶⁰Himanisyah.Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 12 November 2020

⁶¹Ibu Amalia, dkk. konsumen di toko Citra Sari, wawancara pada tanggal 15 November 2020

“Selama menjadi konsumen, Keperluan saya sangat terpenuhi, informasi disampaikan dengan benar, cepat, kesopanan selalu dijaga dan saya merasa diperhatikan.”⁶²

Selanjutnya jawaban menurut Ibu Fitriani selaku konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, bahwa

“Karyawan cukup sangat membantu dalam jual beli. Bahkan karyawan sering memberi diskon jika membeli banyak atau memborong.”⁶³

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Ria dan 3 informan lainnya selaku konsumen di toko Citra Sari menjelaskan bahwa karyawan sangat sopan dan ramah bila diajak ngobrol.⁶⁴

Respon karyawan toko Citra Sari apabila ada *complain*, menurut Ibu Desi selaku konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, mengatakan bahwa

“Respon karyawan sudah cukup baik. saya tidak terlalu mengcomplain produk Citra Sari, karna produk toko Citra Sari saya jamin halal”

Ketanggapan karyawan dalam kinerja perlu diperhatikan bagi pihak toko karena menyangkut kebutuhan konsumen dan bersedia melayani konsumen dengan baik dan cepat. Seperti dalam penelitian ini yang dijadikan indikator Daya Tanggap adalah bersedia membantu keperluan konsumen. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sejalan dengan teori Passuraman kemampuan

⁶²Ibu Mala. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 15 November 2020

⁶³Ibu Fitriani. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 15 November 2020

⁶⁴Ibu Ria, dkk. Selaku konsumen di toko Citra Sari, wawancara pada tanggal 15 November

pemberi layanan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen tentang pelayanan pada indikator Daya Tanggap, konsumen dan karyawan yang peneliti wawancarai membuktikan adanya nilai positif.

c. Dimensi *Realiability*

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya oleh karyawan toko Citra Sari. Pelayanan di Toko Citra Sari sesuai apa yang diharapkan

Jawaban dari Himanisyah selaku konsumen toko Citra Sari mengatakan, Bahwa

“Apa yang saya harapkan dalam pelayanan di Toko Citra Sari ini sudah cukup terpenuhi. Produk kue bayat nya pun paling enak ”⁶⁵

Selanjutnya menurut Ibu Mala yang merupakan salah satu konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, mengatakan bahwa

“Saya mengharapkan mendapatkan pelayanan yang baik saat berbelanja di toko Citra Sari. Buktinya saya kembali lagi untuk berbelanja. Artinya karyawan nya pintar berbaur dengan konsumen dan juga sangat ramah.”⁶⁶

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Fitriani dan 3 informan lainnya selaku konsumen di toko Citra Sari

⁶⁵Himanisyah. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 20 November 2020

⁶⁶Ibu Mala. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 20 November 2020

menjelaskan bahwa karyawan melayani konsumen sudah cukup baik.⁶⁷

Suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan cepat dan tepat kepada konsumen, dengan penyampaian informasi yang jelas. Seperti dalam penelitian ini yang dijadikan indikator untuk mengukur kehandalan adalah mengharapkan pelayanan yang baik. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan.

Dalam Kehandalan di toko Citra Sari memberikan pelayanan untuk mengutamakan kenyamanan dan apa saja yang dibutuhkan konsumen adalah kewajiban bagi karyawan toko Citra Sari untuk bisa melayani, maka dari itu selalu mengutamakan kepuasan konsumen.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen tentang pelayanan pada indikator kehandalan, konsumen yang peneliti wawancarai membuktikan adanya nilai positif.

d. *Dimensi Assurance*

Untuk menumbuhkan rasa percaya pada toko Citra Sari menurut Ibu Mala merupakan salah satu konsumen di Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu, dengan cara karyawan bisa menumbuhkan kepercayaan pada konsumen dari segi pengetahuan, kesopanan dan kemampuan ?

“Pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menumbuhkan rasa kepercayaan pada konsumen dengan melayani dan jujur. Dalam segi pengetahuan karyawan sangat

⁶⁷Ibu Fitriani, dkk.Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 20 November 2020

mampu bila ada konsumen bertanya seputar kue baytat, sedangkan kesopanan sudah cukup baik”⁶⁸

Selanjutnya Untuk harga produk pada toko Citra Sari menurut Himanisyah selaku konsumen toko Citra Sari sukarami, mengatakan bahwa

“Untuk harga kue baytat, harga kue baytat harga nya sedikit mahal bagi mahasiswa seperti saya ini. Karena kue baytat ini adalah makanan khas oleh-oleh kota Bengkulu.Harga dari kuebaytat sesuai dengan kualitas nya.”⁶⁹

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Fitriani dan 3 Informan lainnya selaku konsumen di toko Citra Sari menjelaskan bahwa karyawan sangat sopan dan ramah melayani konsumen nya.⁷⁰

Pengetahuan, Kesopanan dan kemampuan para karyawan toko Citra Sari untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada toko Citra Sari. Seperti dalam penelitian ini yang dijadikan indikator Jaminan adalah menumbuhkan rasa percaya dan aman. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sejalan dengan teori Kotler“yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

Dalam jaminan dan kepercayaan terhadap karyawan toko Citra Sari dari hasil wawancara para konsumen sangat percaya dengan

⁶⁸Ibu Mala. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 20 November 2020

⁶⁹Himanisyah.Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 20 November 2020

⁷⁰Ibu Fitriani, dkk. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 5 Desember

kemampuan dan pelayanan yang diberikan oleh toko Citra Sari yang memuaskan.

e. Dimensi *Emphaty*

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen pada toko Citra Sari menurut Ibu Fitriani selaku konsumen toko Citra Sari cara karyawan memberikan pemahaman kepada konsumen ?

“Karyawan Toko Citra Sari dalam memberikan perhatian dan pemahaman kepada konsumen selalu memberi rasa empati dan bersikap sopan serta ramah kepada konsumen dengan melayani kebutuhan konsumen”.⁷¹

Selanjutnya karyawan mengutamakan kepentingan dan pelayanan terhadap konsumen?

Jawaban dari Ibu Ria selaku konsumen toko Citra Sari, mengatakan bahwa

“Perhatian dalam bentuk pelayanan ya sudah mas, soalnya ketika di toko saya diberi air minum dan cemilan sembari menunggu produk kue bayat siap untuk di jual”.⁷²

Kemudian peneliti juga melakukan wawancara dengan Ibu Mala dan 3 informan lainnya selaku konsumen di toko Citra Sari menjelaskan bahwa karyawan melayani konsumen sudah cukup baik.

Empati merupakan perhatian individu karyawan kepada konsumen. Karyawan diusahakan mengerti dan memahami keinginan

⁷¹Ibu Fitriani. Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 5 Desember 2020

⁷²Ibu Ria. Selaku Konsumen di Toko Citra Sari, Wawancara pada Tanggal 5 Desember 2020

konsumen. Seperti dalam penelitian ini yang dijadikan indikator empati adalah perhatian yang tulus bersifat individual selalu memahami keinginan konsumen. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sejalan dengan teori Kotler dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memahami kebutuhan konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

Toko Citra Sari dalam segi empati selalu mengutamakan semua hal yang dibutuhkan oleh konsumen dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa karyawan toko Citra Sari selalu memberikan pelayanan yang baik dan bantuan dengan baik.

Dari hasil wawancara diatas bisa diketahui bahwa pelayanan yang telah diterapkan oleh toko Citra Sari sudah mencakup dari standar lima dimensi pelayanan dan konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari.

Dapat disimpulkan bahwa dari lima dimensi pelayanan yang telah diberikan toko Citra Sari yaitu *Tangible*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* telah diterima dengan baik dan para konsumen pun menanggapi dengan positif. Walaupun masih ada sedikit kekurangan dalam segi dimensi *Tangible* yaitu dari segi akses jalan menuju toko sangat tidak memadai bagi pengendara motor. Namun dari konsumen sudah terpuaskan oleh pemahaman dan pelayanan yang sudah diberikan oleh karyawan toko Citra Sari dan dari data itu menunjukkan

bahwa toko Citra Sari sudah memenuhi standar kualitas yang diberikan kepada konsumen walaupun masih ada kekurangan namun itu semua sudah mencukupi dalam standar pelayanan.

Dalam memberikan suatu pelayanan seharusnya memiliki manfaat yang bisa diberikan kepada pihak lain sehingga konsumen bisa merasa puas. Seperti menurut Philip Kotler⁷³ definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain. yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak kepemilikan apapun.

Dari hasil penelitian yang menggunakan teknik wawancara dan observasi ini, peneliti menemukan kesamaan antara pelayanan yang diberikan kepada konsumen oleh karyawan toko Citra Sari dan pelayanan yang diterima oleh konsumen dan semua yang diterapkan sudah mencapai nilai positif bagi konsumen.

Dalam memenuhi pelayanan toko Citra Sari selalu mengutamakan kepuasan dan pemahaman konsumen. Karena kepuasan dan pemahaman konsumen adalah tujuan dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari ini.

Maka, dari 5 dimensi pelayanan diatas yang paling dominan sikap karyawan dalam melayani konsumen terlihat di dimensi *Empathy* sejalan dengan teori Parasuraman “kemampuan karyawan menjalin komunikasi sangat baik dan memahami kebutuhan konsumen serta

⁷³Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta

berkaitan dengan ketulusan dalam memberikan perhatian secara individu”, Serta jawaban dari beberapa konsumen menyatakan bahwa karyawan toko Citra Sari melayani konsumennya dengan baik. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan terbukti karyawan di toko Citra Sari dengan sangat baik dalam melayani konsumen dan konsumen merasa puas dengan pelayanan oleh karyawan toko Citra Sari. Sejalan dengan teori Kotler menyatakan kesediaan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing pelanggan. *Empathy* berkaitan dengan kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, keramahan, komunikasi dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan.

2. Pandangan Ekonomi Islam Terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Citra Sari

Hasil penelitian yang diperoleh penulis melalui wawancara yang dilakukan dengan pemilik toko Citra Sari mengenai pandangan Ekonomi Islam terhadap tingkat kepuasan konsumen dalam pelayanan di toko Citra Sari diketahui bahwa :

Kepuasan merupakan suatu akibat terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan *masalah* merupakan suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau *fitrah*. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan

juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.⁷⁴

Ekonomi Islam konsumen dalam memenuhi kebutuhannya cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *masalahah* maksimum. Kecenderungan memilih ditentukan oleh kebutuhan dan keinginan.⁷⁵

Produk yang di produksi paling laku terjual adalah produk bay tat dan 100% halal. Bahkan kemasan kue baytat sesuai ekspetasi atau sesuai dengan gambar kue baytat. Dengan sabda Nabi Muhammad SAW:

عَلَيْكُمْ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ
وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ وَيَتَحَرَّى الصِّدْقَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا

Artinya : “Hendaklah kalian bersikap benar/ jujur, karena kebenaran itu akan mengantarkan pada kebaikan dan kebaikan akan menyampaikan ke surga. Seseorang itu selalu berlaku benar dan berusaha mencarinya hingga ia ditulis di sisi Allah sebagai orang yang suka berlaku benar”.

Yang menyatakan bahwa di dalam Al-qur’an telah memerintahkan pada manusia untuk jujur, tulus/ikhlas, dan benar dalam semua perjalanan hidupnya, dan ini sangat dituntut dalam bidang bisnis. Pada saat penipuan dan tipu daya dilakukan dan dilarang, bahkan hampir mendekati titi nadir, kejujuran bukan hanya diperintahkan. Kejujuran dinyatakan sebagai keharusan yang mutlak dan *absolut*.

Dari uraian diatas ditarik kesimpulan bahwa kepuasan konsumen menurut Ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, *masalahah*, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan.

⁷⁴Zaki Fuas Chalil, Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam, (Yogyakarta: Erlangga, 2016), h.132

⁷⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Atas Kerjasama dengan Bank Indonesia dan Ekonomi Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2014),h.28

Dalam Ekonomi Islam kepuasan dikenal dengan istilah *masalahah* (segala sesuatu yang mendatangkan kemanfaatan) dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan nonfisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingakat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara dzatnya maupun cara memperolehnya, tidak bersifat *isrof*(royal) atau *tabzir*(sia-sia). Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas seberapa besar nilai ibadah yang didapat dari yang dikonsumsinya. Hal ini dengan sejalan dengan yang dikemukakan oleh Ibu Ria, Ibu Fitriani, Ibu Mala, Ibu Amalia, Himanisyah dan Ibu Desi. Ke enam konsumen tersebut berpendapat bahwa mereka puas dengan pelayanan dari karyawan toko Citra Sari kue baytat Sukarami Kota Bengkulu dan dengan didukung oleh 5 dimensi pelayanan menurut perspektif islam.

a. *Tangible*

Bukti Fisik yang meliputi penataan ruang, Karyawan, perlengkapan dan sarana komunikasi. Bukti fisik merupakan tampilan yang sesungguhnya yang akan menjadi suatu ciri khas toko Citra Sari serta menjadi pendorong munculnya pendapat awal konsumen, serta toko Citra Sari dalam menjalankan oprasionalnya harus memperhatikan dari segi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika yang baik dan *syar'i*. Dengan sesuai ajaran islam bila

ingin mendapatkan pelayanan yang baik hendaknya berpakaian yang rapi dan bersih. seperti dijelaskan Sebagaimana firman Allah surat Al-A'raf ayat 26:

يٰۤاِبْنٰٓىٓ اٰدَمَ قَدْ اَنْزَلْنَا عَلٰٓيْكَمۡ لِبَاسًا يُۤوَارِيْ سَوَاتِكُمۡ وِرۡيَاشًا وَّلِبَاسُ النُّقۡوٰى
ذٰلِكَ خَيْرٌۭ ذٰلِكَ مِّنۡ اٰيٰتِ اللّٰهِ لَعَلَّهُمۡ يَذَّكَّرُوۡنَ

Artinya : “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”

Dari kesimpulan ayat diatas Allah sudah memerintahkan kita untuk menutupi auratmu dengan berpakaian yang rapi dan sopan. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan Konsumen sudah merasa puas karena dari cara berpakaian karyawan nya sudah memenuhi ajaran islam.

b. *Emphaty*

Keperhatian dalam pelayanan juga sudah diterapkan oleh toko Citra Sari yang harus diperhatikan oleh para karyawan karena kesopanan, kerapian dan selalu bersifat ramah adalah sebuah standar yang telah ditetapkan toko Citra Sari bertujuan demi kepuasan konsumen. Sesuai dalam teori parasuraman menjelaskan Perhatian yang diberikan kepada konsumen hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain. Seperti dijelaskan Allah berfirman dalam Surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi:

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”

Dapat disimpulkan bahwa Allah memerintahkan untuk tidak berbuat kebajikan (jahat) kepada konsumen. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan Konsumen sudah merasa puas dengan cara karyawan bersikap sopan dan memberikan perhatian sudah memenuhi ajaran Islam.

c. *Assurance*

Toko Citra Sari mengutamakan keamanan konsumen agar konsumen bisa merasa puas dan bisa memberikan nilai positif kepada toko Citra Sari sejalan dengan teori Parasuraman seperti mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan. Seperti dijelaskan dengan firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'araa' ayat 181-182 yang berbunyi :

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ

Artinya : Sempurnakanlah takaran dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.

Dari ayat di atas Allah melarang kita untuk tidak termasuk ke golongan orang-orang yang merugi. Apalagi berbohong untuk berbuat curang. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan

dan meyakinkan para konsumennya bahwa produk yang dijual atau ditawarkan benar-benar Halal atau bebas bahaya. Hal ini jelas merupakan sebuah standar diberikan oleh Citra Sari demi mempertahankan konsumen dan membuat konsumen merasa puas.

d. *Reliability*

Kebutuhan yang diinginkan konsumen dalam pelayanan yang diberikan cepat direspon oleh karyawan sejalan dengan teori Parassuraman mengatakan Kemampuan memberikan pelayanan yang cepat dengan segera dan memuaskan artinya pelayanan yang diberikan harus cepat, bertanggung jawab dan sopan santun. Seperti dijelaskan Allah berfirman dalam surat Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ
الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

Artinya : “Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah”.

Dari ayat diatas Allah menyuruh kita berbuat kebaikan kepada parakonsumen. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sudah memenuhi sebuah standar yang telah diberikan oleh toko Citra Sari demi mempertahankan konsumen dan membuat konsumen merasa puas dalam pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari.

e. *Responsiveness*

Yaitu suatu karakteristik kecocokan dalam pelayanan manusia, yaitu keinginan karyawan untuk membantu para konsumen dan

memberikan pelayanan dengan cepat tanggap. Sejalan dengan teori Parasuraman menjelaskan bahwa kemampuan dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat saat melakukan transaksi jual beli produk di toko Citra Sari. Seperti dijelaskan dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran surat ash sharh ayat 7 yang bunyinya:

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya : “Maka apabila kamu Telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain.”

Dalam ayat diatas Allah menyuruh kaumnya untuk mengerjakan sesuatu sungguh-sungguh atau didalam peneliti ini karyawan melayani konsumen nya dengan jujur dan sopan. Hal itu sesuai dengan hasil penelitian yang penulis lakukan dan sudah sudah jelas merupakan sebuah pelayanan yang diberikan menumbuhkan kepercayaan ke konsumen agar konsumen merasa puas.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penjelasan yang penulis paparkan dapat di tarik kesimpulan bahwa:

1. Tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan di toko Citra Sari sangat puas, karena karyawan toko Citra Sari telah memenuhi kebutuhan dan mengerti keinginan konsumen. hal ini terlihat berdasarkan indikator tingkat kepuasan konsumen meliputi: Bukti Fisik, Keandalan, Empati, Daya Tanggap dan Jaminan. Dimensi pelayanan yang paling dominan pada kepuasan konsumen adalah *Empathy*, Karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Citra Sari komunikasi dengan baik dan memahami kebutuhan konsumen serta ketulusan dalam memberikan perhatian secara individu dan Selain itu ada juga wawancara penulis dengan beberapa konsumen. Konsumen merasa puas dengan adanya produk kue bayat di toko Citra Sari. Karena produk kue bayat dijamin halal dan merasa aman untuk membeli produk kue bayat.
2. Dimensi yang paling dominan adalah terlihat dari Bukti fisik merupakan tampilan yang sesungguhnya yang akan menjadi suatu ciri khas toko Citra Sari serta menjadi pendorong munculnya pendapat awal konsumen, serta toko Citra Sari dalam menjalankan oprasionalnya harus memperhatikan dari segi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika yang baik dan *syar'i*. Dengan sesuai

ajaran islam bila ingin mendapatkan pelayanan yang baik hendaknya berpakaian yang rapi dan bersih.

B. Saran

Setelah peneliti mengkaji kepuasan konsumen, maka peneliti memberikan saran hendaknya :

1. Meningkatkan lagi pelayanan agar konsumen lebih merasa lebih nyaman, lebih puas dan lebih percaya kepada toko tersebut agar konsumen dapat membeli ulang kembali produk baytat dan harus mempertahankan cita rasa dari produk kue baytat
2. Serta lebih diperhatikan lagi akses jalan gang menuju toko Citra Sari. Karena itu lebih penting bagi pengendara motor.

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Hendra Raditia, NIM 1611130175 dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Kue Baytat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu” Program Studi Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Insitut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 2 Februari 2021

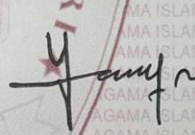
Jumadil Akhir 1442 H

Pembimbing I

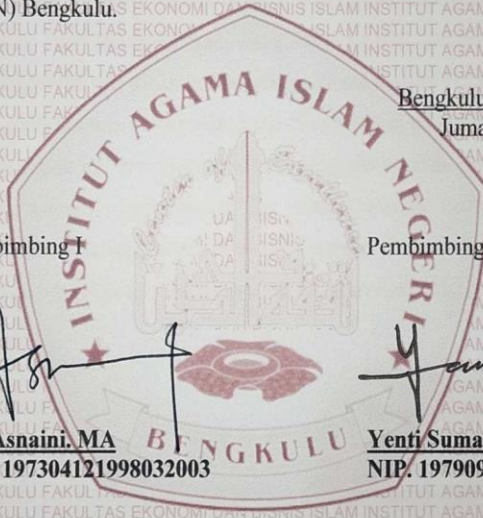
Pembimbing II



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003



Yenti Sumarni, MM
NIP. 1979091620072020





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU**

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736)5127651771 Fax (0736)51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu", oleh Hendra Raditia NIM. 1611130175, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 18 Februari 2021 M / 06 Rajab 1442 H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 22 Februari 2021 M
10 Rajab 1442 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002

Penguji I

Miti Yarmunida, M.Ag
NIP. 197705052007102002

Sekretaris

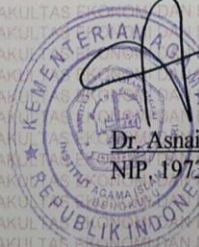
Debby Arisandi, MBA
NIP. 198609192019032012

Penguji II

Kustin Hartini, M.M
NIDN. 2200220038102

Mengetahui,
Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003





INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
 Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

IDENTITAS MAHASISWA

NAMA : HENDRA RADITIA
 NIM : 1611170175
 PRODI : EKONOMI SYARIAH
 SEMESTER : VII (TUJUH)

JUDUL YANG DIAJUKAN :

1. Analisis Kepuasan Konsumen terhadap kue bay Tat
 (Studi Kasus Toko kue bay tat citra sari sukarami kota Bengkulu)
2.
3.

PROSES KONSULTASI

- a. Konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan Fakultas

Catatan no. 1 - Dik

Pengelola Perpustakaan 14/12-15
 Delby Arisandi, MBA

- b. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan ACC. tambahkan cara mengolah kepuasan konsumen.

Pembimbing Akademik 19/12-2019
 Yunida een Fitrianti, M.Si

- c. Tim Kelayakan Proposal

Catatan Dinyatakan layak

Ketua Tim 1/4/20
 AMIMAH OKTARINA, M.E

- d. Konsultasi dengan Kaprodi

Catatan

Kaprodi

iii. JUDUL YANG DIUSULKAN

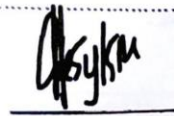
Setelah konsultasi dengan Pengelola Perpustakaan, Pembimbing Akademik dan Kaprodi, dan Tim Kelayakan Proposal, judul yang diusulkan adalah :

.....
.....
.....

Bengkulu,

Mengetahui

Kajur.....



Mahasiswa





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

Senin/ 11 Januari 2021	BAB 1-5	1. Perbaiki pembahasan 2. Sistem penulisan	4
Senin/ 18 Januari 2021	BAB 1-5	1. Hasil wawancara diperbaiki 2. Abstrak lebih ditekankan lagi 3. Jarak spasi jawaban wawancara 1	4
Jumat/29 Januari 2021	Bab 1-5	1. Tambahkan teori tentang pelayanan dalam islam 2. Menentukan pembahasan dengan rumusan masalah	4
Senin/01 Februari 2021	Bab 1-5	1. Spasi footnote wawancara 2. Perbaiki pembahasan 3. Perbaiki Abstrak	4

Mengetahui,
Kepala Jurusan

Yenti Sumarni, M.A

NIP: 197412022006042001

Bengkulu, 1 Januari 2021

Pembimbing II

1/2/2021

Yenti Sumarni, M.M

NIP. 197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

			<ul style="list-style-type: none">3. Penulisan footnote harus diperbaiki4. Tambahkan indikator tingkat kepuasan5. Tambahkan teori tentang pelayanan dalam islam	
3.	Senin/ 16 November2020	BAB 3	<ul style="list-style-type: none">1. Cantumkan Sejarah Toko Citra Sari2. Tambahkan struktur kepengurusan3. Tambahkan Produk toko Citra Sari	
4.	Jumat/ 20 November2020	BAB 1-3	<ul style="list-style-type: none">1. Perbaiki penulisan2. Penulisan footnote3. Spasi	
5.	Senin/ 23 November 2020	BAB 1-3	Pedoman wawancara sesuai dengan Rumusan Masalah	
6.	Jumat/27 November 2020	BAB 3	<ul style="list-style-type: none">1. Bab 1Acc2. Bab 2Acc3. Bab 3Acc	



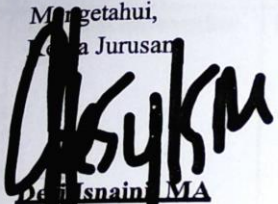
KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

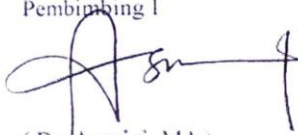
Nama Mahasiswa : Hendra Raditin
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nim : 1611130175
Pembimbing II : Yenti Sumarni, M.M
Judul Skripsi : Analisis tingkat kepuasan Konsumen dalam pelayanan
Toko kue BayTat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Jumat/6 November 2020	BAB 1	<ol style="list-style-type: none">1. Latar Belakang masih terlalu luas2. Perbaiki kembali penelitian terdahulu3. Rumusan masalah sesuai latar belakang masalah4. Teori tingkat kepuasan ditambah5. Teknik pengumpulan data harus lebih jelas	Y
2.	Senin/ 09 November 2020	BAB 2	<ol style="list-style-type: none">1. Teori tentang Pelayanan ditambahkan2. Kajian teori harus ditambah, teori Tingkat kepuasan dalam islam	Y

3.	Kamis 11-02-2021	Bab IV-V	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dibaca dan cek lagi sesuai arahan di grup WA 2. Penulisannya sesuaikan dengan pedoman 3. Setiap bab footnote diulang dari awal 	A
4	Senin 15-02-2021	Bab I-V	<ol style="list-style-type: none"> 1. ACC di Ujikan 	A

Mengetahui,
 Kepala Jurusan

 (Dr. Asnaini, MA)
 NIP. 197412022006042001

Bengkulu, 15 Februari 2021

Pembimbing I

 (Dr. Asnaini, MA)
 NIP. 197304121998032003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Raden Patah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon: (0376) 51276, 51171 Fax. (0736) 51172

LEMBAR BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hendra Raditia
Program Studi : Ekonomi Syariah
Nim : 1611130175
Pembimbing I : Dr. Asnaini, MA
Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan
Toko Kue Baytat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu

No	Hari/Tanggal	Materi Bimbingan	Saran Bimbingan	Paraf
1.	Selasa / 17-11-2020	BAB 1-3 ACC	1. Pastikan bagian informan dan 2. Metode pengambilannya benar 3. Pedoman Wawancara, Silahkan Lanjutkan	A
2.	Senin, 01-02-2021	1. Bab 1	1. Tulis kutipan sesuai buku pedoman 2. Perbaiki rumusan masalah 3. Tulis apa yang dilakukan selama penelitian 4. Jelaskan jenis dan alasan penelitian dengan benar 5. Perbaiki teknik pengumpulam data	A

3. Apakah karyawan toko Citra Sari memberikan perhatian dan pelayanan terhadap konsumen ?

Kepuasan Konsumen dalam Islam

1. Apakah prinsip kejujuran yang Ibu terapkan saat proses jual beli ?
2. Bagaimana Ibu meyakinkan konsumen bahwa produk Ibu sangat baik untuk dikonsumsi?
3. Apakah harga yang Ibu terapkan sesuai dengan kualitas produk di jual ?
4. Bagaimana Ibu menghindari kecurangan dalam proses jual beli?
5. Apakah produk yang Ibu jual halal untuk dikonsumsi ?

Bengkulu, 06 November 2020

21 Rabiul Awal 1442 H

Peneliti,

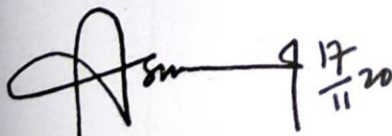


Hendra Raditia

NIM. 1611130175

Mengetahui,

Pembimbing I



Dr. Asnaini, MA

NIP.197304121998032003

Pembimbing II



Yenti Sumarni, MM

NIP.1979091620072020

PEDOMAN WAWANCARA

Pedoman Wawancara Mendalam Mengenai Gambaran **ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUE BAYTAT** "(Studi Kasus Tokokue Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu)"

Identitas Responden :

1. Nama :
2. Umur :
3. Pendidikan :
4. Pekerjaan :

Dimensi Kepuasan Bukti Fisik (*Tangibles*)

1. Apakah karyawan secara ramah dan profesional dalam melayani konsumen toko Citra Sari ?
2. Bagaimana kebersihan dan kerapian di toko Citra Sari ?
3. Apakah penataan ruangan sudah baik ?
4. Bagaimana penampilan karyawan di toko Citra Sari cukup baik ?

Dimensi Kepuasan Daya Tanggap (*Responsiveness*)

1. Apakah karyawan toko Citra Sari bersedia membantu keperluan konsumen ?
2. Apakah pelayanan administrasi toko Citra Sari cepat dan tepat ?
3. Apakah respon karyawan yang dilakukan dengan baik apabila ada complain ?

Dimensi Kepuasan Keandalan (*Reliability*)

1. Apakah pelayanan toko Citra Sari sudah sesuai dengan apa yang diharapkan ?
2. Apakah karyawan toko Citra Sari memberikan respon secara cepat terhadap kebutuhan konsumen ?
3. Apakah sikap karyawan sudah cukup baik dalam memenuhi kepuasan konsumen ?

Dimensi Kepuasan Jaminan (*Assurance*)

1. Apakah Ibu pernah menemui konsumen yang judes/galak ?
2. Bagaimana Ibu meyakinkan konsumen bahwa produk Ibu itu aman untuk dikonsumsi dan bebas dari bahaya ?
3. Apakah Ibu dapat dipercaya dalam menerapkan harga produk ?

Dimensi Kepuasan Empati (*Emphaty*)

1. Apakah karyawan toko Citra Sari memberikan kenyamanan pada saat pelayanan terhadap konsumen ?
2. Apakah toko Citra Sari mengutamakan kepentingan konsumen ?

HASIL UJI KELAYAKAN PROPOSAL SKRIPSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN BENGKULU

Nama Mahasiswa : HEUDRA RAD ITA
 NIM : 1611130175
 Program Studi : EKONOMI SYARIAH
 Judul : ANALISIS TINGKAT KEPuasan Konsumen Terhadap kue bap-tae

No	Komponen	Keterangan (√/×)	Catatan
1	Latar Belakang Masalah		
	a. Masalah	×	
	b. Data Empiris	×	
2	Konsistensi Rumusan Masalah dan Tujuan	√	
3	Manfaat Penelitian		
	a. Manfaat Teoritis	√	
	b. Manfaat Praktis	√	
4	Penelitian Terdahulu		
	a. 3 Skripsi	×	
	b. 1 Jurnal Nasional	×	
	c. 1 Jurnal Internasional	×	
5	Metode Penelitian	×	

Hasil Uji Kelayakan Proposal Skripsi:

Diterima 1/4 kw 1
 Direvisi

Mengetahui
Tim Uji Kelayakan Prposal Skripsi

1. Amimah Oktarina, M.E (.....)
2. Nonie Afrianty, M.E. (.....)
3. Yenti Sumarni, M.M (.....)
4. Yetti Afrida, M.Ak. (.....)
5. Adi Setiawan, M.E.I (.....)
6. Aan Shar, M.M. (.....)

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ambar Nuraini

Jabatan : Owner Toko kue Baytat Citra Sari

Alamat : Jl. Depati Payung Negara No. 23 Rt IV Sukarami Kota Bengkulu

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas:

Nama : Hendra Raditia

Nim : 1611130175

Fakultas/prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Universitas : Institut Agama Islam Negeri Bengkulu

Telah selesai melakukan penelitian di Toko kue Baytat Citra Sari Kota Bengkulu, Jl. Depati Payung Negara No 23 RT IV Sukarami Kota Bengkulu, selama kurang lebih satu bulan terhitung mulai Tanggal 10 November s/d 10 Desember 2020 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "**Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Pelayanan Toko Kue Baytat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu**".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Bengkulu, 10 Desember 2020
Owner Toko kue Baytat Citra Sari

ROTI & KUE
Citra Sari
SUKARAMI BENGKULU
Ambar Nuraini



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimil (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

Nomor : 1448/In.11/F.IV/PP.00.9/12/2020 Bengkulu, 08 Desember 2020
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Izin Penelitian.

Kepada Yth.
Pimpinan Toko Tat Citra Sari
Sukarami Bengkulu.
di-
Bengkulu

Assalamu'alaikumWr.Wb

Sehubungan dengan penyelesaian Studi Sarjana S.1 pada Program Studi
Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun
Akademik 2020/2021 atas nama :


Nama : Hendra Raditia

NIM : 1611130175

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Islam

Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi
data penulisan skripsi yang berjudul : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen
Terhadap Kue Bayat (Studi Kasus Toko Citra Sukarami Kota Bengkulu).
Tempat Penelitian : Toko Tat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu
Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih.

Mengetahui

Wakil Dekan I

Dr. Nurul Hak, MA
NIP. 196606161995031002



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JalanRaden Fatah Pagar Dewa Bengkulu
Telepon (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

SURAT PENUNJUKAN

Nomor : 0874/In.11/F.IV/PP.00.9/08/2020

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Asnaini, MA
NIP. : 197304121998032003
Tugas : Pembimbing I

2. N A M A : Yenti Sumarni,MM
NIP. : 197909162007012020
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Hendra Raditia
NIM. : 1611130175
JURUSAN : EKONOMI ISLAM
Judul Skripsi : ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUE BAYTAT (STUDI KASUS TOKO KUE CITRA SARI SUKARAMI KOTA BENGKULU).

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu
pada Tanggal : 12 Agustus 2020



Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan
3. Mahasiswa yang bersangkutan
4. Arsip

Bengkulu, 25 Juli 2020

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
IAIN Bengkulu
Di-
Bengkulu

Prihal : Mohon Penunjukan Pembimbing

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hendra Radita
NIM : 1611130175
Prodi/Semester : Ekonomi Syariah

Dengan ini mengajukan permohonan Penunjukan Pembimbing Skripsi.

Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen dalam Pelayanan Toko Citra
Sari Sukarami Kota Bengkulu

Sebagai bahan pertimbangan, bersama ini saya lampirkan :

1. Surat bukti selesai seminar
2. Proposal rangkap 3

Demikianlah permohonan ini, atas perkenan dan kebijaksanaannya diucapkan terima kasih.

Wassalam,
Pemohon



Hendra Radita

NIM : 1611130175

HALAMAN PENGESAHAN

Proposal skripsi berjudul “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kue Bayat (Studi Kasus Toko Kue Bayat Citra Sari Sukarami Kota Bengkulu ” yang disusun oleh :

Nama : Hendra Raditia
NIM : 1611130175
Prodi : Ekonomi Syariah

Telah diseminarkan pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada :

Hari : Senin
Tanggal : 08 Juni

Dan telah diperbaiki sesuai dengan saran-saran tim penyeminar. Oleh karenanya sudah dapat diusulkan kepada Jurusan untuk ditunjuk tim pembimbing Skripsi.

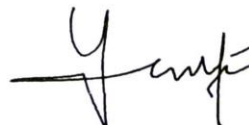
Bengkulu, 29 juni 2020 M
Jumadil Akhir 1441 H

Mengetahui,
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Eka Sri Wahyuni, SE,MM
NIP.197705092008012014

Penyeminar,



Yenti Sumarni, MM
NIP.1979091620072020

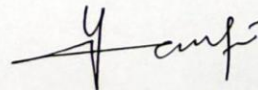
Fotokopi dan Cap 1 (Satu) Rangkap

CATATAN PERBAIKAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Hendra Raditia
NIM : 1611130175
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

No	Permasalahan	Saran Penyeminar
	Latar Belakang kurang menjelaskan permasalahan Kegunaan penelitian ditambahkan	Latar Belakang Masalah: Lebih dijelaskan tingkat kepuasan, indikator kepuasan konsumen, faktor-faktor yang menentukan kepuasan Rumusan Masalah : harus lebih jelas informan yang ditunjukkan Kegunaan praktis : ditambahkan Kajian teori : lebih banyak baca teori tingkat kepuasan, Perspektif islam tingkat kepuasan Metodologi : lokasi penelitian (alasan memilih toko tersebut) lebih dijelaskan lagi data primer dan sekunder, teknik analisis data ditambahkan.

Bengkulu, 08 Juni 2020
Penyeminar,



Yenti Sumarni, MM
NIP1474.0416.200701.2026



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

DAFTAR HADIR SEMINAR PROPOSAL MAHASISWA

Hari/Tanggal : Senin, 08 Juni 2020
Nama Mahasiswa : Hendra Raditia
NIM : 1611130175
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Proposal	Tanda Tangan Mahasiswa	Penyeminar
Analisis Tingkat kepuasan konsumen terhadap kue bayat(Studi kasus toko kue citra sari sukarami kota bengkulu)	 Hendra Raditia	 Yenti Sumarni, MM

Mengetahui,
a.n. Dekan
Wakil Dekan I,



Dr. Nurul Hak, M.A.
NIP 196606161995031003

Catatan:
Mohon Berkas ini dikembalikan kepada Pengelola







