

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI TOKO BAROKAH BATOKABAN KONANG
BANGKALAN**

SKRIPSI



Oleh:

Samsuri

NIM. 201693290137

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM DARUL HIKMAH BANGKALAN**

2020

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI TOKO BAROKAH BATOKABAN
KONANG BANGKALAN**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Prodi Ekonomi Syariah
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

Samsuri

NIM. 201693290137

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM DARUL HIKMAH BANGKALAN**

2020

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko barokah batokaban konang” yang ditulis oleh samsuri NIM. 201693290137 ini telah diperiksa dan disetujui, serta layak diujikan.

Bangkalan, 16 Agustus 2020

Pembimbing,

Mudarris, S.Pd., M.Pd

NIY:991004042

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah

Juhari, S.Ag, M.E.I

NIDN. 990004008

PENGESAHAN PENGUJIAN

Skripsi dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasa konsumen di toko barokah batokaban konang” yang ditulis oleh samsuri, NIM 201693290137 ini telah dipertahankan di depan dean penguji pada tanggal: 15 bulan: agustus Tahun: 2020 dan telah dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana (ekonomi syariah).

Dewan penguji :

Penguji I

Tanda Tangan

Mohammad Munif, SH.MH

NIY 990004009

Penguji II

Tanda Tangan

Mudarris, S.Pd., M.Pd.

NIY 991004042

Sekretaris

Tanda Tangan

Umar Faruq S.Pd

NIY.....

Mengetahui

Mengesahkan

Ketua STAI Darul Hikmah

Ketua program Studi ekonomi syariah

KH. Bustomi Arisandhi, SH, MH

Juhari, S.Ag., MEI

MOTTO

*“berjuangah demi cinta,
berkorbanlah demi agama dan orang tua”
(KH. Zainal hakim, mpdi)*

“kennengah kennengeh lakonah lakonih”
(alm.KH djauhari aris elfannani)

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan rahmat allah yang maha pengasih lagi maha penyayang....

Dengan ini saya persembahkan karya ini untuk:

1. Bapak sulam terima kasih atas limpahan kasih sayang yang selalu memberikan motivasi-motivasi terbaiknya, yang selalu peduli akan semua hal tanpa sosok seperti bapak saya tak akan jadi seperti ini, terima kasih atas dorongan semangatnya, semoga anakmu selalu memberikan yang terbaik.
2. Ibu togiyah terima kasih atas limpahan do'a dan kasih sayang yang tak terhingga dan selalu memberikan yang terbaik, tanpa do'a dan dukungan anakmu tak akan menjadi apa yang diinginkan, terima kasih sekali lagi untuk segala-galanya.
3. saudara saudaku yang selalu perhatian dan membiayaiku terutama saudari sulipah dan misnadin semoga apa yang tlah di berikan kepadau di balas oleh allah swt dengan balasan yang berlipat ganda.
4. . Teman-teman ekonomi syariah angkatan 2016 senasib, seperjuangan dan sepenanggungan, terima kasih atas gelak tawa dan solidaritas yang luar biasa sehingga membuat hari-hari kuliah lebih berarti. Semoga taka da lagi duka nestapa di dada tapi suka dan bahagia juga tawa dan canda

Semoga ALLAH SWT membalas jasa budi kalian dikemudian hari dan memberikan kemudahan dalam segala hal, aaaaaamin,

KATA PENGANTAR

Segenap puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT. Karena atas rahmat dan hidayahnya, perencanaan, pelaksanaan, dan penyelesaian skripsi, sebagai salah satu syarat penyelesaian program sarjana dapat menyelesaikan dengan lancar. Seiring dengan itu, penulis sangat berterima kasih kepada orang tua dan kakak karena sudah memberikan semangat dan memberikan dukungan serta do'a yang selalu dipanjatkan.

Kesuksesan ini dapat penulis peroleh karena dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak KH. Bustomi Djauhari, S.H, M.H selaku ketua sekolah tinggi agama islam darul hikmah langkap burneh bangkalan sekaligus pengasuh pondok pesantren darul hikmah yang selalu kami taati, cintai dan sayangi.
2. Bapak Juhari, S.Ag, M.E.I selaku ketua program studi ekonomi syariah.
3. Bapak Mudarris selaku dosen pembimbing skripsi yang berkenan sehingga terselesaikan skripsi ini.
4. Bapak dosen beserta staf dan karyawan Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Langkap Burneh Bangkalan.
5. bapak moh toha selaku pemimpin toko barokah batokaban konang.
6. keluarga tercinta yang telah mensupport sampai saya lulus kuliah.

7. semua teman seperjuangan yang turut membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tiak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya, semoga segala amal baik yang telah bapak / ibu / saudara berikan kepada penulis mendapat balasan yang lebih berlipat ganda dari dunia hingga akhirat nanti, aaaamin.

Bangkalan, 16 Agustus 2020

Penulis

Samsuri

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Luar	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Motto	v
Halaman Persembahan.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	ix
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran	xi
Daftar Transliterasi	xi
Abstrak.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Definisi oprasional.....	5
F. Batasan penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. LANDASAN TEORI	6
a kualitas pelayanan	6
b penelitian terdahulu.....	13
c hipotesis peneltian	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	16

B.	Populasi Sampling dan Sampel.....	16
C.	Sumber Data Variabel Dan Skala Pengukuran.....	17
D.	Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian.....	19
E.	Teknik analisis Data.....	22
F.	Uji Asumsi	22
G.	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	26
H.	Uji Hipotesis	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Deskripsi Lokasi Penelitian	37
B.	Penyajian Data dan Analisis Data.....	41
C.	Uji Asumsi	48
D.	Pembahasan.....	57

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	61
B.	Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

3.1 Alternatif jawaban skala likert

3.2

ABSTRACT

“The effect of service quality on customer satisfaction in the barokah shop
Batokaban Konang”

Name : Samsuri
NIM : 201693010752
Study Program : Islamic Economics
Advisor : Mudarris, S.Pd. M.Pd

The effect of service quality on customer satisfaction is a top priority in this study because, in a company there must be employees working in it for the sake of advancing the company, as well as in a barokah shop so that employees with good performance are entitled to receive services from the company, therefore this study raises the problem. service quality in barokah shops with the aim of, knowing the effect of service quality on customer satisfaction at barokah shops batokaban konang.

In this study, researchers used quantitative research using data collection techniques consisting of questionnaires, observation, documentation, data analysis using microsof excel 2010, namely validity test, reliability test, normality test, simple regression.

Hypothesis testing using the t test shows that the variable has a positive effect on employees, the adjusted R square number is 0.603, indicating that 6.0% of variations in employee performance can be explained by the two variables used in the regression. While the remaining 60.9% is explained by other variables outside the two variables used in this study

Keywords: Customer satisfaction service quality

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan masyarakat di Indonesia saat ini sudah semakin bertambah dan mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan di bidang usahapun kini gencar, dan jumlah pelanggan semakin bertambah dan meningkat setiap tahunnya. Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda di antara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan.

Di zaman milenial ini di mana zaman yang sudah modern dan serba canggih dalam ber dunia bisnis kita harus cerdas dalam bidang bersaing untuk meningkatkan volume perusahaan di mana dalam bersaing kita harus bersaing secara jernih dan bijaksana dalam melakukannya. Hal ini sangat berdampak dalam ber dunia bisnis.

Kualitas adalah faktor yang sangat berpengaruh di dunia bisnis di mana kita harus memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan terhadap para konsumen dan pelanggan agar daya tarik dari para konsumen dan pelanggan ada dan punya rasa ingin kembali untuk berbelanja di perusahaan atau toko tersebut dan berdampak atas volume perusahaan.

Sikap juga merupakan salah satu konsep yang sangat dibutuhkan dalam ber dunia bisnis karena dampaknya sangat besar terhadap kepuasan

konsumen, sebagai mana dalam ilmu ekonomi kepuasan konsumen adalah hal sangat penting untuk meningkatkan kualitas toko dan menarik banyak konsumen rasa kepuasan konsumenlah yang akan meningkatkan hasil toko tersebut.

Hal tersebut sangat diperlukan oleh toko toko dan kios kios di zaman ini . Untuk menarik konsumen sangat di perlukan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen bisa merasa puas. Pelanggan harus merasa puas dimana rasa kepuasan pelanggan atau konsumen ini akan tercipta dengan keinginan dan harapan. Dengan adanya beberapa toko yang lokasinya dalam kawasan yang sama, maka persaingan yang amat ketat untuk merebut konsumen. Hal ini toko dituntut untuk semakin kreatif dalam memanjakan melalui pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan atau konsumen setelah belanja suatu produk seorang konsumen mungkin mendeteksi adanya suatu produk yang cacat. Beberapa pelanggan tidak menginginkan barang cacat tersebut. Kepuasan konsumen merupakan fungsi dari dekatnya antara harapan dari konsumen tentang produk dan kemampuan produk. Dengan kualitas pelayanan yang baik, akan menciptakan kepuasan terhadap para konsumen.

Toko barokah batokan konang bangkalan merupakan salah satu toko yang lengkap dan kualitas pelayanannya sangat bagus sehingga bisa menarik banyak pelanggan untuk membeli segala kebutuhannya dan menjadikan toko tersebut sebagai toko belanjaan yang selalu di padati

konsumen dalam sehari harinya di karenakan kualitas pelayanannya yang bagus dan lengkapnya barang.

Toko barokah batokaban selalu di padati konsumen karena menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat dan konsumen merasa puas karena pelayanan yang baik dan lengkap. Berbagai kebutuhan masyarakat semua ada diantaranya beras, sagu, jagung, gula, minyak, gas (LPG), barang keperluan rumah tangga, dan jasa keperluan para konsumen sehingga wajar bila jumlah konsumen sangat banyak.

Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan untuk untuk memahami pelanggan atau konsumen. Sikap tersebut juga sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam yang digunakan pelayanan untuk memahami konsumen di dalam ber dunia bisnis karena kepuasan konsumen adalah hal yang sangat berdampak terhadap peningkatannya toko tersebut.

Dan salah satu yang mempengaruhi pendapatan pedagang atau keberhasilan para pedagang dalam menjual dagangannya adalah lokasi dagang atau toko, semakin strategis lokasi toko semakin memudahkan para pedagang menjual dagangannya dan banyak peminat karena gampang dijangkau sehingga konsumen merasa puas dan gampang dalam berbelanja.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang judul PENGARUH KUALITAS PELAYANAN

TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN TOKO BAROKAH
BATOKABAN KONANG BANGKALAN

B. Rumusan masalah

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko barokah batokaban konang bangkalan ?
2. Berapa besarkah pengaruh kualitas pelayanan dan terhadap kepuasan konsumen toko barokah batokaban konang bangkalan ?

C. Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen toko barokah batokaban konang bangkalan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi usaha terhadap kepuasan konsumen toko barokah batokaban konang bangkalan.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi peneliti
 - a. Bisa menambah wawasan dan pengalaman karena guru yang terbaik adalah pengalaman.
2. Bagi akademik.
 - a. Bisa menambah isi perpustakaan kampus dan bisa dijadikan referensi untuk mahasiswa lainnya.

3. Bagi toko barokah

Diharapkan hasil dari penelitian ini bisa jadi info yang valid untuk mengembangkan dan supaya bias menambah kekurangan terhadap kualitas toko.

E. Defenisi operasional

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹
2. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan Antara apa yang dia terima dan harapannya.²

F. Batasan penelitian

Agar pembahasan tidak menyimpang dari pokok perumusan masalah yang ada, maka penulis membatasi permasalahan kualitas prlayanan terhadap kepuasan konsumen di TOKO BAROKAH BATOKABAN KONANG.

¹ Wyckop yang dikutip tjiptono.

² Umar,2005:65

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas pelayanan

Salah satu cara agar suatu perusahaan atau toko lebih unggul dari pada pesaingnya adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang bermutu memenuhi tingkat kepuasan konsumen, tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pelayan yang mereka terima akan dinilai dari pengalaman dan saran yang mereka peroleh. Dan sesudah menikmati pelayanan (*service*) konsumen akan cenderung membandingkan dengan apa yang konsumen dapatkan di tempat lain, berikut ini akan kami uraikan definisi dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

1. Kualitas pelayanan adalah keunggulan yang dimiliki suatu perusahaan yang hanya dapat dinilai oleh konsumen atau pelanggan yang mana kualitas pelayanan ini akan berdampak terhadap kemajuan sebuah perusahaan dan suksesnya seorang produsen.³
2. Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat 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.⁴

³ Nurliana, "kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada toko busana di Aditya Arosbaya", ("skripsi STAI Darul Hikmah, Bangkalan, 2019),

⁴ Nurliana, "kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada toko busana di Aditya Arosbaya", ("skripsi STAI Darul Hikmah, Bangkalan, 2019),

3. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁵
4. Kualitas adalah tingkat baiknya taraf atau drajat sesuatu, istilah ini banyak digunakan dalam bisnis, rekayasa, dan manufaktur dalam kaitannya dengan teknik dan konsep untuk kualitas produk atau jasa yang dihasilkan,⁶
5. Kualitas pelayanan banyak digunakan sebagai dasar bagi produk jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang nantinya akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa. Kualitas pelayanan dapat digambarkan sebagai suatu perbedaan antara harapan konsumen oleh konsumen dan pelayanan yang diterima oleh konsumen atau pelanggan.
6. Pengaruh kualitas pelayanan yang diteliti oleh Choiratul Ummah, Husnul Khatimah, Yuzza Baihaqi, dan Munica Apriliani pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, hal ini bertentangan dengan penelitian Adi Kuswanto yang menunjukkan bahwa hanya dimensi tangibles dan empathy yang berpengaruh positif. Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang sangat berpengaruh dengan produk jasa.

⁵ yckop yang dikutip tjiptono.

⁶ Kbbi, Wikipedia ensiklopedia bebas “,”dalam”
<https://id.wikipedia.org/wiki/Kualitas>, diambil tanggal 28 april 2020, pukul 09.35wib

Adapun faktor faktornya yang mempengaruhinya antara lain:

a. Ramah

Ramah dalam melayani konsumen dalam hal apa saja yang bersangkutan dengan dunia bisnis.

b. Cepat

Cepat dalam melayani pelanggan karena kebanyakan orang suka yang kilat instan

c. Kemampuan

Mempunyai kemampuan yang cukup dan berpengalaman di dalam bidangnya

d. Jujur

Jujur dalam bertransaksi dan memasarkan suatu produk

e. Jaminan

Berani menjamin dalam pelayanan

f. Tanggung jawab

Mempunyai tanggung jawab penuh atas semua transaksi yang dilakukan

g. Mudah

Kemudahan dalam setiap melakukan kegiatan produk

h. Komunikasi

Menjalin komunikasi yang baik dengan konsumen.

Pelayanan konsumen yang bermutu hanya bisa dirasakan dan difahami oleh konsumen kita harus merumuskan pelayanan yang bermutu

dan berkualitas melalui mata konsumen. Hanya bila konsumen menganggap bahwa anda sebagai pelayan telah memberikan pelayanan yang bermutu⁷.

kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan respon atau tangkapan konsumen mengenai pemenuhan kualitas pelayanan. Adapun penilaian mengenai ciri ciri atau keistimewaan suatu produk sebagai berikut:

1. Kualitas

Kualitas produk yang bagus

2. Biaya

Biaya sesuai dengan kualitas barang

3. Emosional

Adanya perasaan emosional atau kepuasan konsumen setelah mendapatkan suatu pelayanan

4. Tanggung jawab.

Tanggung jawab atas transaksi akan membuat konsumen puas.⁸

Menurut kotler kepuasan merupakan tingkat kepuasan dimana seorang konsumen menyatakan hasil perbandingan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan apa yang didapatkan. Sedangkan menurut Tjiptono, kepuasan konsumen merupakan situasi yang

⁷ Rambat Lupiyoadi, A, Hamdani. Manajemen pemasaran jasa. Jakarta:salemba Empat 2017, hal 168

⁸ Zeithaml,kualitas pelayanan:;da;lam:
<http://richardandreaspsckamis.blogspot.com/2014/04/kualitas-pelayanan-menurut-zeithaml>,
28,april,2020,pukul,10.06

ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.⁹

Menurut Tjiptono & Chandra, operasional pengukuran kepuasan konsumen bisa menggunakan dengan beberapa faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan, kinerja, dan faktor ideal' Berikut ini akan kami paparkan defenisi kepuasan konssumen menurut beberapa ahli:

1. Menurut pjilip kotler dan kevin lane keller, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan beberapa hasil produk yang didapatkan
2. Pelayanan adalah aktivitas seorang, sekelompok atau organisasi secara lamgung atau tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan orang lain¹⁰.

Kepuasan yang tinggi merupakan polis asuransi terhadap suatu yang salah, yang tidak akan terhindar karena adanya keragama yang terkait dengan produksi jasa. Penggan yang puas tidak akan tertari dengan tawaran pesaing . tidak heran kalau perusahaan telah berobsesi dengan kepuasan konsumen, mengingat hubunganya langsung dengan kesetiaan konsumen, pangsa pasar dan keuntungan.

⁹ Suryadi, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bmt cabang ketapang sampan", (skripsi STAI darul hikmah, bangkalan, 2008), 19

¹⁰ Harbani pisolong, Apa yang dimaksud pelayanan:, [https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-pelayanan/14452/5\"diambil\"28,april,2020,pukul,09](https://www.dictio.id/t/apa-yang-dimaksud-dengan-pelayanan/14452/5\) 57

Memuaskan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan selain yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat memberikan keunggulan dalam bersaing, konsumen yang puas terhadap pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakannya kembali untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen adalah faktor yang sangat penting dan bisa meningkatkan volume perusahaan.

ada beberapa kriteria untuk mengukur dan mengetahui kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

1. Kesetiaan

Kesetiaan seorang terhadap suatu layanan adalah refleksi dari hasil pelayanan yang memuaskan. Ukuran kepuasan dapat diukur kesetiaan ya untuk menggunakan produk/jasa tersebut.

2. Keluhan (komplain)

Keluhan merupakan suatu keadaan dimana seorang konsumen merasa tidak menerima kualitas pelayanan yang baik sehingga hal ini dapat menimbulkan larinya seorang konsumen ketempat pesaing apabila keluhan ini tidak di tangani secara cepat.

Adapun metode untuk mengukur rasa kepuasan konsumen biasanya perusahaan menggunakan metode sebagai berikut:

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap konsumen sangat perlu untuk menyediakan akses yang mudah seta nyaman terhadap

para konsumen untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

b. Pembeli bayangan

Adapun pembeli bayangan adalah memperkerjakan seorang ghost shopper yang berperan sebagai konsumen suatu perusahaan dan kemudian menilai bagaimana cara perusahaan melayani konsumen.

c. Survey keuaan pelanggan

Melalui survey, perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari konsumen dan juga akan memberikan dampak positif terhadap perusahaan bahwa perusahaan menaruh rasa perhatian terhadap konsumen, kepuasan konsumen adalah batu penjuru bagi hubungan antar manajemen dan pemasaran dan keunggulan kompetitif bagi suatu organisasi.¹¹

B. Penelitian terdahulu

Untuk menghndari pengulangan hasil temuan yang membahas permasalahan yang sama dari seseorang dalam bentuk skripsi atau dalam bentuk tulisan lainnya, maka penulis akan memaparkan beberapa penelitian yang sudah dilakukan. Dari hasil temuan lainnya akan dijadikan hasil sandaran teori dan sebagai pembanding dalam mengupas permasalahan tersebut sehingga diharapkan akan muncul

¹¹ Kotler, Philip dan Kevin, Manajemen Pemasaran, edisi ketiga belas, (Jakarta: Indeks); 2007, 136

penemuan baru. Adapun penelitian penelitian yang dipaparkan diantaranya sebagai berikut:

No.	Nama peneliti (tahun)	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Suryadi (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah bmt cabang sampang	Membahas tentang kepuasan pelanggan	Dari peneliti ini menfokuskan kepada kepuasan nasabah
2	Nurliana(2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko busana aditiya di arosbaya	Membahas kualitas menurut perspektif islam	Peneliti ini menfokuskan pada kualitas agar konsumen puas

C. Hipotesis penelitian

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang penting kedudukannya dalam penelitian¹². Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian :

1. Hipotesis kerja disingkat Ha.

Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok¹³.

Dengan demikian, hipotesis kerja (Ha) dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

2. Hipotesis nol (*null hypotheses*) disingkat Ho.

Hipotesis nol sering juga disebut hipotesis statistik, karena biasanya dipakai dalam penelitian yang berdifat statistik, yaitu diuji dengan perhitungan stastistik. Hipotesis nol menyatakan tidak adanya perbedaan antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh veriabel X terhadap variabel Y¹⁴.

Dengan demikian, hipotesis nol (Ho) dalam penelitian ini menyatakan tidak adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konmsumen

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2013), 112.

¹³ *Ibid.*, 112.

¹⁴ *Ibid.*, 113.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan rancangan penelitian kuantitatif. “penelitian dengan meneliti seberapa besar pengaruh variable bebas (*independent*) terhadap variabel terikat (*dependent*).¹⁵ Penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomena yang diteliti secara objektif dengan menggunakan angka-angka dan pengolahan statistik. Dengan cara itu, suatu fenomena dapat dapat di analisis untuk kemudian ditemukan hubungan di antara variabel-variabel yang terikat di dalamnya.

B. Populasi sampel dan pengambilan sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok/kumpulan orang-orang. Namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian. Suatu pengamatan/survey terhadap seluruh anggota populasi disebut sensus.¹⁶ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan di TOKO BAROKAH BATOKABAN KONANG.

¹⁵ Sugiono. *Statistic Untuk Penelitian*. (Bandung: Afabeta.2006), 11

¹⁶ Harinaldi, prinsip statistik, (jakarta: PT. Gelora aksara pratama, 2005), 3

2. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik tertentu, yaitu teknik sampling. Teknik ini berguna untuk mereduksi anggota populasinya, sehingga kesimpulan terhadap populasi dapat dipertanggung jawabkan, lebih teliti menghitung dengan apa yang sedikit daripada yang banyak. Dalam peneliti ini, peneliti mengambil 50 responden (pelanggan tetap)

3. Teknik pengambilan sampling

Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan¹⁷.

Dalam menentukan jumlah sampel pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian¹⁸.

¹⁷ Prof. Dr. Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 81

¹⁸ Anwar Hidayat, "Penjelasan Teknik Purposive Sampling Lengkap Detail", dalam <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html/amp>, diambil tanggal 18 Maret 2020, pukul 20.01 Wib

C. Sumber Data dan Variabel

1. Sumber data

Sumber data adalah dari mana data itu dapat diperoleh. Apabila peneliti didalam menumpulkan data dengan menggunakan kuesioner, maka sumber data disebut responden. Jadi, pengertian sumber data adalah subjek atau objek penelititi dimana darinya akan diperoleh data.¹⁹ Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 2 macam, yaitu:

- a. Data primer, yaitu data yang didapatkan dari sumber pertama dilapangan. Jenis data ini sering disebut dengan istilah data mentah berupa hasil angket, observasi, maupun penggunaan instrument pengukuran yang khusus dirancang sesuai dengan tujuannya yang dilakukan oleh peneliti.
- b. Data skunder, yaitu merupakan data yang berasal dari sumber kedua yang berkaitan dengan penelitian. yang dapat diperoleh melalui buku buku, dan artikel yang didapat dari *website*.
Pengertian Variabel.

Variabel penelitian adalah suatu atribut dari sekelompok objek yang diteliti yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut.²⁰ Variabel penelitian secara umum terdiri

¹⁹ Johni dimiyati, metode penelitian pendidikan dan aplikasinya,(jakarta:PT Fajar interpratama mandiri,2013),39

²⁰ Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D, (Jakarta: Alfabeta Media, 2011), hal 47

dari dua kelompok utama yaitu variabel dependen dan variabel independen.

- 1) Variabel dependen (Terikat) ini biasanya dinyatakan dengan tanda Y, variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan.
- 2) Variabel independen (bebas) ini biasanya dinyatakan dengan tanda X, variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

D. Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian

1. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data maka dibutuhkan metode atau tehnik pengumpulan data agar bukti-bukti atau fakta yang diperoleh berfungsi sebagai data yang objektif dan valid. Maka harus menggunakan metode yang sesuai, adapun metode yang dipakai dalam penelitian di antaranya yaitu.

a. Angket

Dalam penelitian ini penulis menggunakan angket untuk mencari data langsung dari pengelola yang diambil sebagai sampel. Teknik ini digunakan untuk memperoleh data primer yang mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan di took barokah batokaban konang. Dalam melakukan penelitian, data yang dikumouulkan akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada sehingga data-data tersebut harus benar venar dipercaya metode angket ini dimaksudkan untuk memeperoleh data tentang

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko barokah batokaban konang, adapun angket yang dipakai dalam penelitian ini adalah angket yang berstruktur dan tertutup, maksudnya adalah bahwa angket tersebut telah disusun sedemikian rupa menurut variable yang ada dan jawabannya telah disediakan sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai, berikut ini adalah indikator angket dalam penelitian ini:

Tabel 3,1 indikator kuesioner variable x(kualitas pelayanan)

VARIABEL X	INDIKATOR	Kriteria	Nomor
KUALITAS PELAYANAN	Respon yang cepat	Daya tanggap	1
	Kemampuan dalam melayani	Bukti fisik	2
	Pelayananya ramah	Empati	3
	Jujur dalam bertransaksi	Bukti fisik	4
	Kemudahan dalam melakukan produk	Bukti fisik	5
	Komunikasi yang bagus	Empati	6

Tabel 3.2 indikator kuesioner variabel Y(kepuasan pelanggan)

VARIABEL Y	INDIKATOR	KRITERIA	NO
KEPUASAN PELANGGAN	Kualitas bahan yang digunakan	Keluhan	1
	Memberikan pelayanan yang bagus	Emosional	2
	Keterjangkuwan harga yang diberikan	Harga terjangkau	3
	Tanggung jawab atas transaksi	Emosional	4
	Rasa kepedulian terhadap pelanggan	Partisipasi	5
	Keramahan dalam melayani	Fasilitas pelayanan	6

b. Observasi

Merupakan cara pengumpulan data melalui proses pencatatan perilaku subjek, objek, atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung dengan melakukan pengamatan secara langsung ke toko barokah batokaban konang.

Adapun peneliti menggunakan metode ini sebagai peneliti pelengkap, tidak lain bertujuan untuk mengecek kebenarannya tentang data yang dikumpulkan. Mengingat bahwa penelitian ini berkaitan dengan toko barokah batokaban konang dimana hal ini dengan melakukan observasi langsung.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan pengumpulan data yang diperoleh melalui keterangan tertulis yang berupa: buku, transkrip, raport, majalah. Agenda dan sebagainya.

E. Instrumen penelitian

Arikunto mendefinisikan “instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang dipergunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah, dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen berupa kuesioner dengan

skala *Likert* dengan 5 opsi jawaban. Angket yang digunakan disini adalah model tertutup karena jawaban telah ditetapkan.

Tabel. 3.3

Alternatif Jawaban Skala Likert:

Simbol	Alternatif Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Alasan menggunakan metode angket adalah sebagai berikut.

- a. Membantu memudahkan responden di dalam angket karena jawaban telah tersedia di dalam daftar pertanyaan.
- b. Waktu menjawabnya lebih singkat karena menuliskan salah satu jawaban di dalam kuesioner.
- c. Memudahkan di dalam mengklasifikan data.

Usman dan setiadi berpendapat bahwa skala likert merupakan skala yang paling terkenal dan sering digunakan dalam penelitian karena pembuatannya relatif lebih mudah dan tingkat realibilitasnya tinggi.²¹

²¹ Husaia, Usmandan Setyadi, Purnomo. *Metodologi pencitian sosial.* (Jakarta:2008), hal.65

F. Teknik analisis data

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data variabel ini adalah menggunakan regresi sederhana. Analisis regresi sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).²² Analisis yang akan digunakan akan dilakukan dengan bantuan *software* microsoft excel 2007/2013. Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko barokah batokaban konang;

$$Y=a+bx$$

Keterangan;

Y= variabel dependen (nilai yang diprediksi)

X= variabel independen

a= konstanta (nilai Y apabila X=0)

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

G. Uji asumsi

1. Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, agar data-data yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan. Terlebih dahulu harus diuji normalitasnya. Hal ini penting untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dalam penelitian tersebut normal atau tidak. Uji

²² duwi, "analisis regresi sederhana", dalam <http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/analisis-regresi-linier-sederhana.htm>, diambil tanggal 29 april 2020, pukul 6:35 wib

normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal²³.

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Z_t = X \frac{i-x}{s}$$

Keterangan :

X_i : Data / nilai

X : Rata rata (mean)

s : Standar deviasi

Dan untuk menguji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji lilliefors yang melihat hasil hitung dari program Microsoft excel 2007. Adapun kriteria pengujian pada ujinormalitas adalah sebagai berikut :

- a. Angka signifikansi uji lilliefors Sig > 0,05 maka nilai data tersebut menunjukkan data berdistribusi normal.
- b. Angka signifikansi uji lilliefors Sig < 0,05 maka nilai data tersebut menunjukkan data tidak berdistribusi normal²⁴.

²³ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat : Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT Gramedia, 2010), hal 43

²⁴ ABD. Gofar, *Skripsi "Pengaruh Bagi Hasil Produk AL Mudharabah Terhadap Minat Nasabah Pada BMT UGT Sidogiri Capem Kwanyar Kabupaten Bangkalan"*, (Bangkalan, STADHI, 2019), hal 42

Menetapkan tingkat signifikansi pada = 5% Membandingkan hasil t hitung dengan nilai t kritik tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Maka dengan adanya pengujian hipotesis yang dilakukan, akan ditentukan keputusan yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak, bahwasannya ada pengaruh yang signifikansi dari pengaruh kualitas pelayanan di TOKO BAROKAH BATOKABAN KONANG.

2. Uji linearitas

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terkait (Y) mempunyai hubungan linier atau tidak. Untuk mengetahui hal tersebut, kedua variabel harus diuji dengan menggunakan uji F pada taraf signifikansi 5% yang rumusnya sebagai berikut :

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

Keterangan :

F_{reg} : Harga F garis linier

RK_{reg} : Rerata kuadrat regresi

RK_{res} : Rerata kuadrat residual

Adapun kriteria yang digunakan untuk menguji linearitas dapat diketahui melalui nilai F atau F_{sig} yang memperhatikan dari table ANOVA pada analisis regresi yang diolah program Microsoft excel 2007, hubungan antara variabelbebas dengan variabel terikat dikatakan linier apabila nilai $F_{hitung} > F_{prob} (0,05)$ $F_{sig} < F (0,05)$.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear²⁵. Dan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji glejser yang melihat hasil hitung dari program Microsoft excel 2007. Adapun kriteria pengujian pada uji heteroskedastisitas adalah jika P- Value $> 0,05$ maka tidak ada kesamaan varian. Sedangkan P- Value pada penelitian ini diambil dari data residual yang dihasilkan dari analisi excel dengan membuat *Absolut Residual (Abs)* dan dijadikan variabel Y baru serta diregresikan dengan variabel X awalnya²⁶.

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui adanya penyimpangan dari syarat syarat asumsi klasik dari regresi

²⁵ Anwar Hidayat, “Statistikian” dalam <http://www.stastikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html/amp>, diambil tanggal 21 maret 2020,pukul 09.02 wib

²⁶ ABD. Gofar, Skripsi “Pengaruh Bagi Hasil Produk AL Mudharabah Terhadap Minat Nasabah Pada BMT UGT Sidogiri Capem Kwanyar Kabupaten Bangkalan”, (Bangkalan, STAIDHI, 2019), hal 44

linier, dimana dalam model regresi linier ini harus dipenuhi syarat tidak adanya uji heteroskedastisitas²⁷.

H. Uji validitas dan uji realibilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengetahui tinggi rendah validitas suatu kuesioner dihitung dengan menggunakan metode *person's produk moment correlation*, yaitu dengan menghitung korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total²⁸.

Dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi r pearson

n : Jumlah sampel/observasi

x : Variabel bebas/variabel pertama

²⁷ Anwar hidayat, "statistikan", dalam [.statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html](http://statistikian.com/2013/01/uji-heteroskedastisitas.html), diambil tanggal 30 april 2020, pukul 05.32 wib

²⁸ Ibid, 45

y : Variabel terikat/variabel kedua

Dalam penelitian ini perhitungan validitas item akan dianalisis dengan menggunakan program komputer microsoft excel. Hasil perhitungan ini akan dibandingkan dengan critical value pada nilai r_{tabel} dengan taraf signifikan 0.05 (5%) pada jumlah sampel yang ada. Apabila hasil perhitungan korelasi produk moment lebih besar critical value. Maka instrumen ini dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner.

Pengujian reliabilitas akan dilakukan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, sebagai berikut :

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{St} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} : Nilai reliabilitas

$\sum S_i$: Jumlah Varian skor tiap-tiap item

k : Jumlah item

I. Uji Hipotesis

1. Uji statistik

Adapun untuk menguji signifikan dalam penelitian ini akan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terkait. Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut table.

Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi disbanding nilai t table, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi penelitian

1. Profil toko BAROKAH

Pendiri	: Moh. Toha
Berdiri	: 21 september 2007
Alamat	: Batokaban Konang Bangkalan
No. handphone	: 087849599216
Nama perusahaan	: Barokah
Jenis perusahaan	: Pemasaran offline
Pasar yang di tuju	- Masyarakat Desa

2. Riwayat perusahaan

Barokah adalah sebuah usaha bidang kebutuhan pokok masyarakat dan beberapa produk lainnya seperti sepatu, oli, sandal, paku, dan perlengkapan sekolah

3. Visi dan misi perusahaan

a. Visi

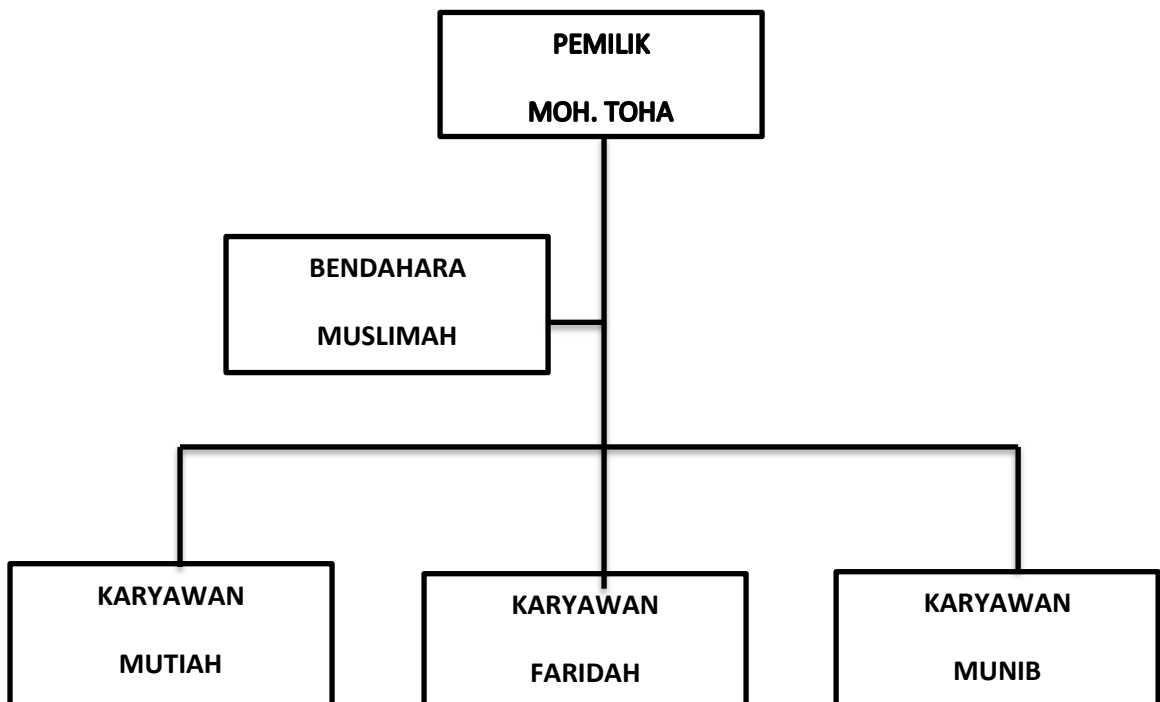
Dengan iman dan taqwa toko barokah menjadi toko yang bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi perusahaan yang maju dan kompetitif di Indonesia.

b. Misi

1) Menciptakan tenaga kerja dan memberi manfaat bagi

- 2) Memuaskan konsumen
 - 3) Menjadikan perusahaan yang maju.
4. Struktur organisasi

agar suatu organisasi tercapai, maka dalam dalam suatu usaha sangat diperlukan oraganisasi yang baik untuk mendapatkan suatu gambaran tentang sekelompok orang yang mengadakan kerjasama dengan pembagian tugas, tanggung jawab yang jelas. Adapun struktur organisasi perusahaan barokah sebagai berikut:



Gambar 4,1 Struktur Organisasi

B. Penyajian data dan analisis data

1. Penyajian data

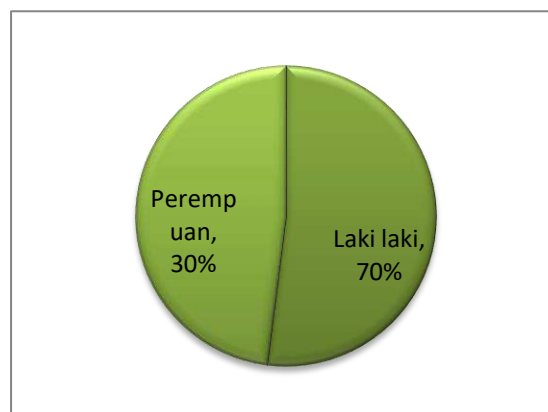
penyajian data tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di toko barokah batokaban konang. Maka dari peneliti menyajikan data sebagai berikut. Dari seluruh data yang masuk akan diteliti dan diperiksa kembali lalu disusun secara sistematis untuk disajikan . sebelum data disajikan terlebih dahulu perlu dijelaskan aturan terhadap data yang terkumpul dari penyebaran angket. Dari penelitian ini yang dilakukan peneliti dengan membagikan kuesioner kepada kepada responden dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden dapat di ambil gambaran mengenai jenis kelamin, usia, dan pekerjaan.

2. Hasil responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1hasil responden berdasarkan jenis kelamin

NO	Jenis kelamin	Jumlah	Persen
1	Laki-laki	28	70%
2	Prempuan	12	30%
jumlah		40	100%

Sumber: data primer diolah 2020

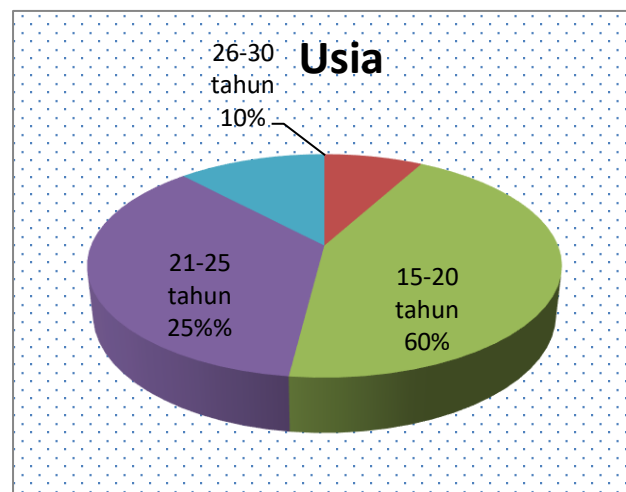


3. Hasil responden berdasarkan pekerjaan

Adapun data dan presentase mengenai karakteristik yang dijadikan responden berdasarkan tingkat usia konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia

No	Usia	Jumlah	Persen
1	15-20 tahun	24	60%
2	21-25 tahun	10	25%
3	26-30 tahun	4	10%
4	31-35 tahun	2	5%
Jumlah		40	100%



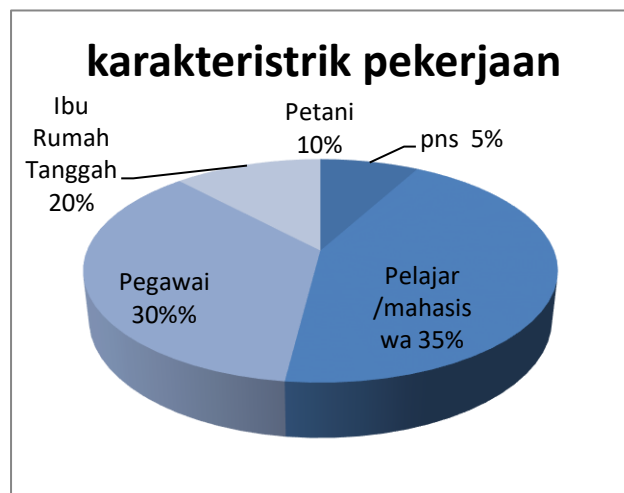
Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan table di atas karakteristik responden berdasarkan usia konsumen dimana jumlah responden berdasarkan usia banyaknya adalah responden dengan tingkat usia 15-20 tahun yaitu sebanyak 24 konsumen dengan tingkat persentase sebesar 60% dari keseluruhan

responden. Persentase responden berdasarkan usia di atas maka ditampilkan pada grafik gambar berikut:

4. Hasil responden berdasarkan pekerjaan

Adapun data dan persentase mengenai karakteristik yang dijadikan responden berdasarkan tingkat pekerjaan konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persen
1.	Pelajar/mahasiswa	14	35%
2.	Pegawai/karyawan swasta	12	30%
3.	PNS	2	5%
4.	Petani	4	10%
5.	Ibu rumah tangga	8	20%
	Jumlah	40	100%

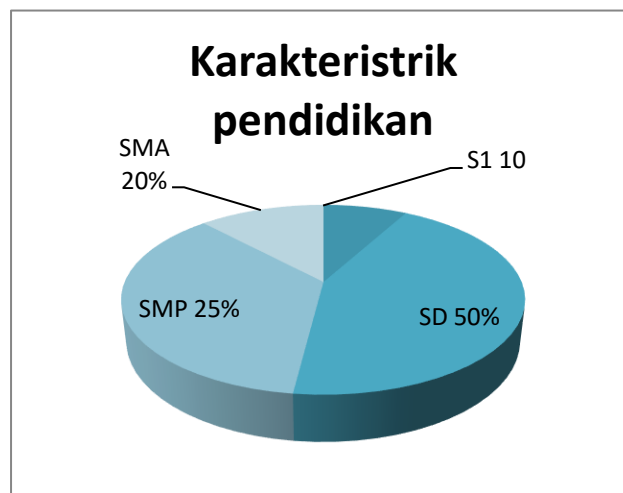
Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel diatas karakteristik responden berdasarkan tingkat pekerjaan dimana jumlah responden pekerjaan pelajar/mahasiwa penelitian ini mencapai 14 konsumen konsumen dengan nilai persentase

35% dari jumlah keseluruhan responden. Persentase responden berdasarkan tingkat pekerjaan diatas bias ditampilkan pada grafik berikut:

5. Hasil responden berdasarkan pendidikan terakhir

Adapun data dan persentase mengenai karakteristik yang dijadikan responden berdasarkan pendidikan terakhir konsumen yang dijadikan responden adalah sebagai berikut:



Tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

No	Pendidikan terakhir	Jumlah	Persen
1.	SD	6	50%
2.	SMP	10	25%
3.	SMA	20	20%
4.	S1	6	10%
Jumlah		40	100%

Sumber: data primer diolah 2020

Berdasarkan tabel di atas karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir dimana jumlah dimana responden yang berlatar belakang SMA sebanyak 20 konsumen dengan nilai persentase 50% dari jumlah keseluruhan jumlah responden persentase responden berdasarkan pendidikan terakhir diatas bias ditampilkan pada grafik berikut:

C. Deskripsi Hasil jawaban responden

Penelitian ini dilakukan dengan objek penelitian pada konsumen toko barokah batokaban konang untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan lonsumen berdasarkan hasil penyebaran angket atau kuesioner yang diberikan kepada 40 responden.

Adapun penyajian data hasil penelitian ini dinahas dan diuraikan data data yang diperoleh dan dikumpulkan toko barokah batokaban konang data variabel independen (X) adalah kualitas pelayanan. Dan variabel dependen (Y) ADALAH kepuasan konsumen yang diperoleh menyebarkan angket kuesioner terhadap 40 konsumen dan masing masing angket terdaaat 6 pertanyaan.

Tiap item yang disertai 4 alternatif jawaban yang memiliki kadar bobot yang berbeda beda diantaranya

a. Variabel X (kualitas pelayanan)

- 1) Skor untuk jawaban (sangat setuju) adalah 4
- 2) Skor untuk jawabn (setuju) adalah 3
- 3) Skor untuk jawaban (tidak setuju) adalah 2
- 4) Skor untuk jawaban (sangat tidak setuju) 1

Adapun hasil jawaban kuesioner kualitas pelayan dapat dilihat dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.5 hasil angket variabel X (kualitas pelayanan)

Nomor Responden	Item Pertanyaan						X
	1	2	3	4	5	6	
X1	4	4	3	3	4	4	22
X2	2	4	3	3	4	3	19
X3	3	4	3	4	3	4	21
X4	2	4	2	4	3	4	19
X5	4	4	3	4	3	4	22
X6	4	3	4	3	4	3	21
X7	3	4	3	4	3	2	19
X8	4	3	4	3	4	3	21
X9	3	4	3	3	2	4	19
X10	4	4	3	3	2	2	18
X11	4	4	3	4	3	2	20
X12	2	3	3	4	3	2	17
X13	3	1	3	2	4	3	16
X14	3	2	3	1	2	3	14
X15	2	3	3	3	3	3	17
X16	3	2	3	4	3	2	17
X17	4	4	3	3	3	4	21
X18	4	4	3	4	4	4	23
X19	3	4	3	3	1	3	17
X20	4	4	4	3	3	4	22
X21	3	3	3	4	3	4	20
X22	3	2	3	2	2	2	14
X23	4	4	4	4	4	3	23
X24	4	3	4	3	4	4	22
X25	4	3	3	4	4	4	22
X26	3	4	3	4	3	3	20
X27	4	3	4	3	3	2	19
X28	3	4	4	3	3	2	19
X29	3	2	2	4	3	3	17
X30	3	4	4	4	4	3	22
X31	4	4	4	4	2	2	20

X32	4	3	3	4	3	4	21
X33	3	4	3	3	3	4	20
X34	4	4	4	4	4	4	24
X35	4	4	3	3	4	4	22
X36	4	4	4	4	3	4	23
X37	4	3	4	4	4	4	23
X38	4	4	4	4	4	4	24
X39	4	4	4	4	4	3	23
X40	3	4	3	4	2	2	18

b. Variabel Y (Kepuasan Konsumen)

- 1) Skor untuk jawaban (sangat setuju) adalah 4
- 2) Skor untuk jawabn (setuju) adalah 3
- 3) Skor untuk jawaban (tidak setuju) adalah 2
- 4) Skor untuk jawaban (sangat tidak setuju) 1

Adapun hasil jawaban kuesioner kepuasan konsumen dapat dilihat dalam tabel bi bawah ini:

Tabel 4.6 hasil angket variabel Y (kepuasan pelanggan)

Nomor Responden	Item Pertanyaan						Y
	1	2	3	4	5	6	
Y1	3	4	4	4	4	1	20
Y2	4	4	4	4	3	3	22
Y3	1	3	4	3	2	3	16
Y4	3	1	3	2	3	1	13
Y5	3	2	3	1	3	2	14
Y6	4	3	1	3	2	4	17
Y7	4	3	1	3	3	3	17
Y8	3	3	4	4	3	3	20
Y9	3	2	2	2	4	2	15
Y10	3	3	4	4	3	3	20
Y11	4	4	3	3	3	3	20

Y12	4	3	2	3	1	2	15
Y13	4	4	3	3	2	3	19
Y14	1	3	2	2	2	3	13
Y15	4	3	2	2	3	3	17
Y16	4	2	3	2	3	3	17
Y17	3	4	4	3	2	4	20
Y18	4	4	4	4	4	4	24
Y19	3	3	3	3	3	3	18
Y20	3	4	3	2	3	1	16
Y21	3	1	3	2	3	2	14
Y22	4	3	4	2	4	4	21
Y23	3	2	2	3	3	4	17
Y24	4	4	3	3	2	2	18
Y25	2	2	3	3	4	3	17
Y26	4	3	4	4	4	3	22
Y27	3	3	1	3	2	3	15
Y28	2	4	1	3	3	4	17
Y29	3	4	3	2	3	4	19
Y30	4	4	3	4	3	2	20
Y31	4	4	3	3	2	3	19
Y32	4	4	3	4	3	4	22
Y33	3	3	2	4	4	4	20
Y34	4	4	4	4	4	4	24
Y35	4	3	3	4	4	4	22
Y36	4	4	4	3	4	4	23
Y37	4	3	3	4	4	4	22
Y38	3	3	4	3	3	4	20
Y39	4	4	3	4	4	3	22
Y40	4	4	4	4	3	4	23

Sumber : Nilai hasil dari angket

D. Uji keabsahan data

1. Uji Asumsi

Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran angket terhadap 25 responden nasabah sehingga diperoleh data primer, dan data yang diperoleh perlu di uji dengan beberapa pengujian. Hal ini bertujuan

agar penelitian dapat menyajikan data yang akurat. Uji keakuratan data yang pertama kali adalah uji praasarat analisis atau uji asumsi yaitu uji normalitas, uji linearitas, dan dilanjutkan uji validitas dan uji reabilitas. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, uji R^2 (determinan) untuk mengetahui secara persial hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji adalah sebagai berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Untuk menentukan normal tidaknya suatu data maka dapat menggunakan uji liliefors. Apabila angka signifikan uji liliefors $\leq 0,05$ maka nilai data tersebut menunjukkan data berdistribusi normal sedangkan apabila angka signifikan uji liliefors $> 0,05$ maka nilai data tersebut menunjukkan data tidak berdistribusi normal. Berdasarkan hasil pengujian dengan uji yang dilakukan peneliti dalam penelitian dengan menggunakan program Microsoft Excel maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7 Hasil ujnormalitas pada variabel (X)

Taraf Nyata (α):	0.05
Ukuran Sampel (n):	40
Nilai Rata-rata (mean):	20.03
Simpangan baku (s):	2.57
Lilliefors hitung (L_o):	0.1042

Lilliefors tabel (L_{tabel}):	0.140
Kesimpulan:	H0 diterima, data sampel berdistribusi normal.

Tabel 4.8 Hasil ujinormalitas pada variabel (Y)

Taraf Nyata (α):	0.05
Ukuran Sampel (n):	40
Nilai Rata-rata (mean):	18.75
Simpangan baku (s):	3.05
Lilliefors hitung (L_o):	0.1168
Lilliefors tabel (L_{tabel}):	0.140
Kesimpulan:	H0 diterima, data sampel berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai hubungan linear atau tidak. Adapun untuk mengetahui linearitas melalui signifikan F atau F_{sig} dengan memperhatikan dari tabel ANOVA pada analisis regresi yang diolah program Microsoft excel 2010. Variabel bebas dengan variabel terikat dikatakan linear apabila nilai $F_{hitung} > F_{prob} (0,05)$ atau $F_{sig} < F (0,05)$. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Linearitas

<i>F</i>	<i>Significance F</i>
5.336453	0.02641

Data primer diolah menggunakan Microsoft excel

Berdasarkan tabel diatas Fhitung lebih dari 0,05 atau signifikan F kurang dari 0,05 maka data ini dinyatakan linear.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah data dari hasil penelitian pada variabel (X) dan variabel (Y) mempunyai nilai varian yang sama atau tidak. Dikatakan mempunyai nilai varian yang sama atau tidak berbeda (homogen) apabila taraf signifikannya yaitu $\geq 0,05$ dan jika taraf signifikannya yaitu $< 0,05$ maka data disimpulkan tidak mempunyai nilai varian yang sama atau berbeda (tidak homogen).

Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10 Hasil Uji Homogenitas

Uji Homogenitas Fisher	
Mean Kelompok 1	19,400
Mean Kelompok 2	18,440
Beda 2 Mean	0,960
Varian Kelompok 1	9,184
Varian Kelompok 2	9,925
N Kelompok 1	50

N Kelompok 2	50
DF1	49
DF2	49
Batas Kritis/Tingkat Signifikansi	0,05
F Hit (df1= 49, df2= 49)	1,080711111
P Value (left tailed)	0,606516513
P Value (right tailed)	0,393483487
P Value (2 tailed)	0,786966974
Homogenitas	Homogen

Data Primer diolah menggunakan Microsoft excel 2010

Berdasarkan tabel diatas P-Value kurang dari 0,05, yang artinya data dalam penelitian ini sama(HOMOGEN).

2. Uji validitas dan uji reliabelitas

a. Uji validitas

Uji kualitas data dengan menggunakan uji validitas adalah untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefenisikan satu variabel. Daftar pertanyaan ini sangat mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat dinyatakan valid. Penetuan valid tidaknya pernyataan atau pertanyaan dalam penelitian ini menggunakan tingkat kepercayaan 95% derajat kebebasan $(df) = n-2 = 30$. Maka berdasarkan pengelolaan dengan Microsoft excel diperoleh t_{tabel}

=0,312. Hasil uji validitas dalam penelitian dari setiap item pertanyaan adalah sebagai berikut:

1) Uji Validitas variabel X

berdasarkan hasil pengelolaan data maka uji validitas variabel produk tabungan sabar dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.11 Hasil uji validitas

NO	Item	Coretcp2ed item total orrelation (r hitung)	R tabel	Keterangan
1	X1	0,554	0.312	Valid
2	X2	0,611	0.312	Valid
3	X3	0,585	0.312	Valid
4	X4	0,74	0.312	Valid
5	X5	0,524	0.312	Valid
6	X6	0,55	0.312	Valid

Data primer diolah menggunakan Microsoft Exel

Berdasarkan uji validitas item pertanyaan pada variabel kepuasan kerja (X), dari 6 item pertanyaan semua pertanyaan valid, yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga bisa digunakan sebagai instrmen peneitian.

2) Uji Vaaliditas Variabel (Y)

Berdasarkan hasil pengolahan data maka uji validitas variabel (Y) dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.12 Hasil uji validitas variabel (Y)

NO	Item	Coretcp2ed item total orrelation (r	R tabel	Keterangan
----	------	-------------------------------------	---------	------------

		hitung)		
1	X1	0,651	0,312	Valid
2	X2	0,728	0,312	Valid
3	X3	0,897	0,312	Valid
4	X4	0,687	0,312	Valid
5	X5	0,613	0,312	Valid
6	X6	0,84	0,312	Valid

Berdasarkan uji validitas item pertanyaan pada variabel peningkatan (Y), dari 6 item pertanyaan terdapat 6 item pertanyaan yang valid, yaitu r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sehingga bisa digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji realibilitas

uji realibilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel. Untuk mengukur realibilitas dengan menggunakan uji statisti adalah cronbach alpha (a) lebih besar ($\bar{a}0.6$).

Tabel 4.13 Hasil uji realibilitas

Variabel	Alpha	N of item	keterangan
X	0.605	6	Realibel
Y	0,617	6	Realibel

Dari hasil realibitas variabel X di atas ditemukan bahwasannya masing-masing variabel memiliki nilai crombach alpha lebih besar dari 0.60 ($\bar{a}060$) dengan demikian setiap variabel yang diajukan 40

responden dinyatakan reliabel, karena nilai cronbach alpha variabel X dan Y dengan ketentuan 6 item pertanyaan yaitu lebih besar dari 0.60 (≥ 0.60),

3. Analisis Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan analisis program Microsoft excel 2010 diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 4.14 Uji Regresi Linear Sederhana

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>	<i>Lower 95,0%</i>	<i>Upper 95,0%</i>
Intercept	10.39245	3.646733	2.849798	0.007029	3.010026	17.77487	3.010026	17.77487
Kualitas pelayanan	0.417356	0.180668	2.310076	0.02641	0.051613	0.783098	0.051613	0.783098

Data primer diolah menggunakan Microsoft Excel 2010

Pada tabel diatas dapat diketahui bahwa persamaan regresi sederhana dihasilkan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 10.39245 + 0.417356 (X) + 3.646733$$

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan dan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta (α) atau dependen Y sebesar 10.39245 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan X sama

dengan nol (0), maka variabel peningkatan Laba Y adalah sebesar 10.39245

- b. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan X (b) = 0.417356, artinya koefisien regresi positif sebesar 0.417356 dalam artian jika kualitas pelayanan sebesar 1 satuan, maka peningkatan Laba Y akan turun 0.417356. Jika jumlah konsumen naik maka laba akan juga naik.

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya nilai Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan nilainya semakin tinggi atau naik maka peningkatan banyaknya pelangganpun semakin naik begitupun sebaliknya.

Oleh karena itu pihak toko barokah seharusnya lebih Kreative dan innovative lagi dalam mengembangkan usahanya sehingga dapat menghasilkan laba atau keuntungan yang lebih tinggi yang pada akhirnya nanti mampu menaikkan nilai plus dan hal ini nantinya akan meningkatkan jumlah pelanggan lebih banyak lagi

4. Uji R^2 (Koefisien Determinan)

Uji ini digunakan untuk mengetahui besarnya korelasi dan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di took barokah batokaban konang dari model regresi pada penelitian ini. R^2 mempunyai interval 0 sampai 1 ($0 \leq R \leq 1$). Semakin besar R^2 (Mendekati 1), semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan

semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat dijelaskan variabel dependen, dan hasil uji R^2 (Koefisien determinan) dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4.15 hasil Uji R2 (Koefisien Determinan)

<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0.350913
R Square	0.12314
Adjusted R Square	0.100065
Standard Error	2.89618
Observations	40

Data primer diolah menggunakan Microsoft Excel 2010

Data tabel diatas dapat dijelaskan besarnya nilai Korelasi (R) yaitu sebesar 0.350913 artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel Produk Tabungan dan variabel peningkatan Laba adalah cukup baik. Sedangkan nilai koefisien determinan yang merupakan hasil dari R square yaitu $0.12314 \times 100\% = 12,314\%$, jadi koefisien detrminasinya adalah = 12,314% yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah = 12,314% dan sisanya 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

C. Uji T

statistik t dilakukan untuk membuktikan hipotesis yang telah dibuat sebelumnya. Dengan melihat tabel berikut :

Tabel 4.6 Hasil Uji T

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	10.39245	3.646733	2.849798	0.007029
Kualitas pelayanan	0.417356	0.180668	2.310076	0.02641

Data primer diolah menggunakan Microsoft Excel 2010

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2.310076 dan nilai t tabel sebesar 1,681, maka dapat diambil kesimpulan bahwa jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka pengaruhnya signifikan, dengan demikian Pengaruh kualitas terhadap kepuasan konsumen ditoko barokah batokaban konang.

D. Pembahasan

Kualitas pelayanan salah satu cara untuk meningkatkan jumlah pelanggan di suatu perusahaan dimana peneliti telah melakukan riset penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan ini mempengaruhi terhadap meningkatnya jumlah pelanggan di toko barokah batokaban konang.

Berdasarkan hasil uji penelitian dari analisi regresi lineasederhana dan uji koefisien determinan pada sub sub pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa koefisien regresi Kualitas pelayanan X (b) = 0, artinya koefisien regresi positif sebesar 10.39245 dalam artian

jika kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka kepuasan konsumen Y akan naik 10,809806. Jika kualitas pelayanan di toko barokah batokaban konang naik maka peningkatan kepuasan konsumen juga akan naik.

Berdasarkan tabel diatas diperoleh nilai t hitung sebesar 2.310076 dan nilai t tabel sebesar 1,681, maka dapat diambil kesimpulan bahwa jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka pengaruhnya signifikan, dengan demikian Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di toko Barokah Batokaban Konang Bangkalan

Sedangkan nilai koefisien determinasi yang merupakan hasil dari R square yaitu $0.12314 \times 100\% = 12,314\%$, jadi koefisien determinasinya adalah 12,314% yang mengandung pengertian bahwa pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah 12,314% dan sisanya 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

Berdasarkan keterangan diatas dapat disimpulkan bahwasanya jika nilai kualitas pelayanan pada toko barokah batokaban konang nilainya semakin tinggi atau naik maka kepuasan pelangganpun akan semakin naik begitupun sebaliknya.

Oleh karena itu pihak toko barokah batokaban konang seharusnya lebih creative dan innovative lagi dalam mengembangkan usahanya sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih baik yang pada

akhirnya mampu meningkatkan jumlah pelanggan dan hal ini nantinya akan menarik pelanggan lebih banyak lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menguraikan dan menganalisa data yang telah diperoleh melalui observasi lapangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di toko barokah batokaban konang maka penulis dapat menarik kesimpulan dari seluruh pembahasan dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti melalui analisis kuesioner atau angket yang telah disebar kepada pelanggan di toko barokah batokaban konang memiliki pengaruh Positif terhadap kepuasan Konsumen artinya semakin tinggi kualitas pelayanan terhadap pelanggan maka semakin tinggi juga jumlah pelanggan pada toko barokah batokaban konang,
2. Besarnya nilai korelasi (R) yaitu sebesar 0.12314 artinya angka tersebut menunjukkan hubungan antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah cukup baik. Dan dalam penelitian ini diperoleh hasil pengaruh Produk Tabungan Sabar 12,314% dan sisanya 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, oleh karena itu, diharapkan toko barokah dapat memberikan kualitas pelayanan yang kompetitif. Karena kualitas pelayanan yang kompetitif dapat meningkatkan jumlah konsumen toko barokah batokaban konang. Dan kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang bisa didapat oleh pelanggan lewat *service* yang diberikan oleh karyawan perusahaan tersebut. Di era yang semakin berkembang ini, produk-produk dengan kualitas yang hampir sama semakin banyak ini merupakan tantangan bagi setiap pelaku usaha bisa tetap bertahan dan tetap menjual produknya, dengan banyaknya produk yang mirip, pelanggan akan mulai mempertimbangkan faktor lain ketika berbelanja, dan faktor itu adalah faktor pelayanan. Jika konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan, maka itu menjadi nilai tambah bagi pelaku usaha atau bisnis. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan mengadakan penelitian, diharapkan agar menambah faktor-faktor lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan toko barokah batokaban konang agar perusahaan dapat mengetahui faktor-faktor apa yang dapat meningkatkan jumlah pelanggan dan agar dapat memberikan pengetahuannya kepada orang lain.