STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG ZAKILA WATER DAN FRESQUA WATER KECAMATAN LINGGABAYU KABUPATEN MANDAILING NATAL

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi(S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Oleh

NURAINI
NIM. 16 402 00050

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2020

STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG ZAKILA WATER DAN FRESQUA WATER KECAMATAN LINGGABAYU KABUPATEN MANDAILING NATAL

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Manajemen Bisnis

OLEH

NURAINI

NIM. 16 402 00050

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

PEMBIMBING I	PEMBIMBING II
H. Aswadi Lubis, SE., M.Si	Windari, SE., M.A
NIP. 19630107 199903 1 002	NIP. 19830510 201503 2 003

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2020

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **NURAINI**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 01September 2020
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaahdan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n.**NURAINI** yang berjudul **"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudari tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

H. Aswadi Lubis, SE.,M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

PEMBIMBING II

Windari, SE.,M.A
NIP.19830510 201503 2 003

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama	:	NURAINI
NIM	:	16 402 00050
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	:	**Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, September 2020
Saya yang menyatakan,

METERAI TEMPEL
6000
ENAM RIBU RUPIAH

NURAINI
NIM. 16 402 00050

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, saya yang bertandatangan di bawahini:

Nama	: NURAINI
Nim	: 16 402 00050
Jurusan	: EKONOMI Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya	: Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul**"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal"**.Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam betuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Padangsidimpuan
Pada tanggal, 01 September 2020
Yang Menyatakan

METERAI TEMPEL
D3B59AHF649996394
6000
ENAM RIBU RUPIAH

NURAINI
NIM. 16 402 00050

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : NURAINI
NIM : 16 402 00050
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah MB-1
JUDUL SKRIPSI : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal

Ketua

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Sekretaris

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Anggota

Delima Sari Lubis, M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

Nurul Izzah, M.Si
NIP. 19900122 201801 2 003

Muhammad Isa, S.T., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

H. Aswadi Lubis, SE., M.Si
NIP. 19630107 199903 1 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah
Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Kamis/ 15 Oktober 2020
Pukul : 14.00 WIB s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus/ 74,25 (B)
Index Prestasi Kumulatif : 3,69
Predikat : CUMLAUDE

ABSTRAK

Nama : **NURAINI**
NIM : **16 402 00050**
Judul Skripsi : **Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal**

Latar belakang dalam penelitian ini adalah kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang. Semakin banyak permintaan akan air minum maka banyak perusahaan Depot Air Minum Isi Ulang yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan merupakan faktor utama dalam menentukan masa depan perusahaan. Rumusan masalah penelitian ini apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal? tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekata yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini juga merupakan penelitian analisis komparatif atau analisis perbandingan adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin menjawab secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dengan jumlah sampel 72 pelanggan. Alat analisis yang digunakan adalah uji *Independent Sampel T-test.*

Dengan menggunakan program *SPSS versi 23.0,* diperoleh hasil signifikansi 0,000 yaitu (0,000<0,1),maka Ha diterima dan H0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji *Independent Sampel T-test* terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal

Kata kunci: Perbandingan, Kualitas, Pelayanan.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal",** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan

Keuangan dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. Kamaluddin M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Delima Sari Lubis, M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak H. Aswadi Lubis, SE., M.Si selaku pembimbing I dan Ibu Windari, SE., M.A, selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah Bapak dan Ibu berikan.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuandandorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Kasino Arbianto dan Ibunda tercinta Masyani yang telah membimbing dan selalu berdoa tiada henti-hentinya, serta berjuang demi kami anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang di harapkan. Keduanya adalah semangat peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga dan bagi nusa dan bangsa sekaligus mendorong peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah dan yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Do'a dan usaha mereka yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.

Kepada abang peneliti Adi Saputra, kakak peneliti Wulan Dari dan Ana Mazlan serta adik peneliti Desri Wahyuni, Siti Sahara, dan Muzaki Riski yang turut menyemangati peneliti dalam mengerjakan skripsi ini, dan kepada saudara-saudari serta keluarga lainnya yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang turut mendo'akan selama proses perkuliahan dan penulisan skripsi ini.

Teman-teman Ekonomi Syariah 1 angkatan 2016 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan penulisan skripsi ini.

Teman-teman penerima Beasiswa Himadiksi IAIN Padangsidimpuan yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu namanya.

Teman-teman dan seluruh anak UKM Hadits IAIN Padangsidimpuan, terimakasih atas ilmu, pengalaman, abanghanda Dwi Purwanto, abanghanda Rinaldi, kak Ena

dan Eni, adek Marat dan seluruh teman-teman, kakak abang serta adik-adik UKM Hadits IAIN Padangsidimpuan.

Teman-teman yang berjuang bersama dari asrama sampai sekarang, Juwita Harahap, Ernida Harahap, Bida Sari Harahap, Mira Yusmaida, Anisyah Siregar, Safrida, Lely Handayani Margolang, Riski Agustina Zega, Misra Yanti, Sepriana Hasibuan

Kepada teman-teman yang berjuang bersama dalam melaksanakan KKL di Sayur Maincat Sibuhuan dan teman-teman magang di kantor koperasi UKM dan Ketenagakerjaan Sibolga

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidimpuan, September 2020

Peneliti,

NURAINI
NIM.16 402 00050

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	żal	ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	ṣad	ṣ	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	.‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vocal bahasa Indonesia, terdiri dari vocal tunggal atau monoftong dan vocal rangkap atau diftong.

Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagaiberikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	fatḥah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	ḍommah	U	U

Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....يْ	fatḥah dan ya	Ai	a dan i
..... وْ	fatḥah dan wau	Au	a dan u

Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

HarkatdanHuruf	Nama	HurufdanTanda	Nama
....ـَ ا....ـَى	fatḥahdanalifatauya	ā	a dangarisatas
..ـِ..ى	Kasrahdanya	ī	i dangaris di bawah
....ـُو	ḍommahdanwau	ū	u dangaris di atas

Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fatḥah, kasrah danḍommah, transliterasinya adalah /t/.

Ta Marbutahmati yaitu Ta Marbutah yang matiatau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya Ta Marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka Ta Marbutahitu ditransliterasikan dengan ha (h).

Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda syaddah itu.

Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

الNamun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bilahamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Penulisan Kata

Padadasarnyasetiap kata, baik*fi'il*, *isim*, maupun huruf ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga.Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama dirii tudilaluioleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tesebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memanglengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain

sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang LekturKeagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin.* Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
SURAT KETERANGAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN

ABSTRAK i
KATA PENGANTAR ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN vi
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR GAMBAR xv
DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN
Latar Belakang Masalah 1
Identifikasi Masalah 5
Batasan Masalah 5
Rumusan Masalah 6
Definisi Operasional Variabel 6
Tujuan Penelitian 7
Manfaat Penelitian 8
Sistematika Penulisan 9
BAB II LANDASAN TEORI
Kerangka Teori 11
Pengertian Kualitas Pelayanan 14
Rantai Kualitas Pelayanan 18
Hal Penting yang Harus di Perhatikan dalam Pelayanan 18
Faktor Utama yang Menentukan Kualitas Pelayanan 20
Kualitas Pelayanan Menurut Prespektif Islam 25
Penelitian Terdahulu 26
Kerangka Pikir 31
Hipotesis Penelitian 34
BAB III METODE PENELITIAN
Lokasi dan Waktu Penelitian 35
Jenis Penelitian 35
Populasi dan Sampel 36
Populasi 36
Sampel 36
Instrumen Pengumpulan Data 39
Angket 39

Wawancara 40
Uji Validitas dan Realibilitas 41
Uji Validitas 41
Uji Reliabilitas 42
Analisis Data 42
Uji Normalitas 42
Uji Homogenitas 43
Uji *Independent Sampel T-test* 43
BAB IV HASIL PENELITIAN
Gambaran Umum Depot Air Minum Isi Ulang 45
Sejarah Singkat Depot Air Minum Isi Ulang 45
Depot Air Minum Zakila Water 45
Depot Air Minum Fresqua Water 46
Visi dan Misi Depot Air Minum 46
Depot Air Minum Zakila Water 47
Visi 47
Misi 47
Depot Air Minum Fresqua Water 47
Visi 47
Misi 47
Struktur Organisasi Depot Air Minum 48
Depot Air Minum Zakila Water 48
Depot Air Minum Fresqua Water 49
Gambaran Umum Responden 50
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 52
Hasil Analisis Data 52
Uji Validitas Kualitas Pelayanan 52
Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan 54
Teknik Analisis Data 54
Uji Normalitas 55
Uji Homogenitas 56
Uji *Independent Sampel T-test* 57
Pembahasan Hasil Penelitian 66
Keterbatasan Hasil Penelitian 70
BAB V PENUTUP
Kesimpulan 71
Saran 72
DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Defenisi Operasional Variabel 7
Tabel II.2 Penelitian Terdahulu 16
Tabel III.1 Skala Likert 40
Tabel III.2 Indikator Angket Kualitas Pelayanan 41
Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 51
Tabel IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 51
Tabel IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 52
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan 53
Tabel IV.6 Hasil Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan 54
Tabel IV.7 Hasil Uji Normalitas Kualitas Pelayanan 55
Tabel IV.8 Hasil Uji Homogenitas Kualitas Pelayanan 56
Tabel IV.9 Hasil Uji *Independent Sampel T-Test* 57
Tabel IV.10 Penentuan Klasifikasi 58
Tabel IV.11 Penentuan Klasifikasi Indikator *Realibility* 59
Tabel IV.12 Penentuan Klasifikasi Indikator *Responssivenes* 60
Tabel IV.13 Penentuan Klasifikasi Indikator *Competence* 60
Tabel IV.14 Penentuan Klasifikasi Indikator *Access* 61
Tabel IV.15 Penentuan Klasifikasi Indikator *Courtesy* 62
Tabel IV.16 Penentuan Klasifikasi Indikator *Communication* 63
Tabel IV.17 Penentuan Klasifikasi Indikator *Credibility* 63
Tabel IV.18 Penentuan Klasifikasi Indikator *Security* 64
Tabel IV.19 Penentuan Klasifikasi Indikator *Unknowing Knowing* 65
Tabel IV.20 Penentuan Klasifikasi Indikator *Tangibles* 66

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Kerangka Pikir 37
Bagan IV.1 Struktur Organisasi Depot Zakila Water 56
Bagan IV.2 Struktur Organisasi Depot Fresqua Water 46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan air minum sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang sehat merupakan dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Dibarengi dengan meningkatnya jumlah penduduk yang mengakibatkan bertambahnya kebutuhan hidup manusia. Pada kenyataannya semakin meningkatnya permintaan akan air minum isi ulang, perusahaan depot air minum tidak lagi memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diukur dengan sepuluh indikator yaitu, *Relibility, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding* atau *Knowing the Customer,* dan *Tangibles.* Kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, kualitas dapat pula didefinisikan sebagai Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan, dan menyebarkan berita positif.[1] Didalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, tingkat keunggulan, Sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.[2]

[1]Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Prespektif Indonesia Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm.91.
[2]Toni Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: PT Indeks, 2011), hlm.11.

Kualitas pelayanan menurut Kotler adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.[3] Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan senang.[4]Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang terbaik juga harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan oleh konsumen. Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.[5]

---

[3]AlfiSyahriLubisdanNurRahmahAndayani, Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam, *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2017, hlm. 234.

[4]JanuarEfendiPanjaitandan Ai LiliYuliati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, De Re Ma *Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016, hlm. 266.

[5]HeruAndikadanShintaWahyuHati, Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kota Batam, *Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis* Vol. 6 No. 2, December 2018, 119-134.

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian komperatif. Penelitian komperatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin menjawab secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu.[6] Metode penelitian komparatif adalah bersifat *ex post facto.* Artinya, data dikumpulkan setelah semua kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung, peneliti dapat melihat akibat dari suatu fenomena dan menguji hubungan sebab akibat dari data-data yang tersedia. Dalam penelitian komparatif, sering digunakan teknik korelasi, yaitu meneliti derajat ketergantungan dalam hubungan-hubungan antar variabel dengan menggunakan koefisien korelasi. Namun perlu dijelaskan bahwa penggunaan koefisien korelasi hanya menyatakan tinggi rendahnya ketergantungan antara variabel yang diuji, tetapi tidak menyatakan ada tidaknya hubungan yang terjadi.[7]

Fenomena Depot Air Minum Fresqua Water sudah lama berdiri yang seharusnya perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan yang baru, tapi kenyataannya perusahaan Depot Air Minum Fresqua Water belum bias menguasai pasar. Sedangkan perusahaan Zakila Water yang baru saja berdiri sudah mampu bersaing dengan perusahaan yang berdiri sebelumnya. Jika dilihat dari lokasi dan alat penyaringan kedua perusahaan

[6]Moh. Nazir, *Metode Penelitian,* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hlm.46.
[7]*Ibid.,* hlm.47-48.

tersebut memilik kesamaan di alat penyaringan dan lokasi nya sama-sama berada di pinggir jalan sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen yang ingin mengetahuinya. Jika dilihat dari segi pelayanan perusahaan, Fresqua Water juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, tetapi kenyataannya perusahaan Fresqua Water tidak mampu menarik konsumen. Sedangkan perusahaan Zakila Water yang baru saja berdiri sudah mampu menguasai pasar.

Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri didalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan ataupun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan.

Dengan semakin meningkatnya usaha tersebut dan persainga yang ketat pada bisnis ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Penelitian berjudul "**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG ZAKILA WATER DAN FRESQUA WATER KECAMATAN LINGGABAYU KABUPATEN MANDAILING NATAL".**

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah dari Studi Perbadingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal”

1. Kualitas layanan menjadi input utama agar pelanggan menjadi puas.
2. Memberi pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Jumlah penduduk meningkat menyebabkan kebutuhan pokok manusia semakin meningkat.
4. Dasarnya kedua Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water bersaing.
5.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah oleh peneliti agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah hanya membahas tentang perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan padaDepot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas maka rumusan masalah dalam peneliti ini adalah Apakah Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas mutu standard dan sebagainya.[8]Jadi dalam penelitian ini variabel dapat diDefinisikan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.Untuk menghindari kesalah pahaman, terdapat istilah yang digunakan dalam penelitian, maka dibuatlah Definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah berikut:

Tabel I.1
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
	Kualitas pelayanan	Kualitas yang di rasakan dari pelayanan adalah hasi dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa	1.*Realibility* (kehandalan) 2.*Responsiveness* (Daya tanggap) 3.*Competence* (Kemampuan) 4.*Access* (Akses) 5.*Courtesy* (Kesopanan)	

[8]Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan kebijakan serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 59.

		yang mereka harapkan. Oleh karena itu kita menDefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan	6.*Communication* (Komunikasi) 7.*Credibility* (Kepercayaan) 8.*Security* (Jaminan) 9.*Understanding/ Knowing the customer* (mengerti kebutuhan pelanggan) 10.*Tangibles* (Bukti langsung)[9]	Ordinal

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis secara objektif akan bermanfaat untuk:

1. Peneliti

   Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk kedunia bisnis.

[9]Hessel Nogi S Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (*Jakarta: PT Grasindo, Anggota Ikapi,2005*),hlm. 219.

2. Pihak Zakila Water dan Fresqua Water

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkkah-langkah selanjutnya. Sehingga dapat diharapkan dapat lebih meningkatkan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pembelian.

4. Penelitian Selanjutnya

Menambah ilmu pengetahuan serta bahan acuan bagi peneliti yang lain dengan topik yang berkenaan. Kesimpulan yang dimaksudkan untuk melengkapi apa yang dirasa kurang dari tulisan ini sehingga dapat mengembangkan pasca penelitian.

H. Sistematika Penulisan

Penulisan dalam penyusunan skripsi yang berjudul "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Zakila Water dan Fresqua Water di Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal" Menggunaan ejaan yang disempurnakan agar mudah dipahami pembaca, dan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi selanjutnya, maka peneliti mengklasifikasikannya kedalam lima bab yaitu:

BAB I, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, pada saat ini kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang merupakan dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat di tawar-tawar lagi. Ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang lebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan atau pun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan.Rumusan masalah pada penelitian ini adalah Apakah Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Pada Zakila Water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

BAB II, dalam bab ini membahas tentang landasan teori (tinjauan umum) permasalahan yang diteliti yakni teori-teori yang menyangkut variabel terikat dan variabel bebas. Dimulai dengan kualitas pelayanan, rantai kualitas pelayanan, sikap dan perilaku wirausaha, proses pelayanan, faktor utama yang

menentukan pelayanan. Untuk mendukung teori-teori yang ada, maka disertakan juga penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III, membahas tentang metode penelitian. Penelitian ini adalah penelitian perbandingan (komparatif) penelitian komparatif atau analisis perbedaan adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan.

BAB IV, membahas tentang hasil penelitian dan gambara tentang perusahaan Zakila Water dan Fresqua Water. Pada BAB ini membahas tentang hasil penelitian mengenai studi perbandingan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

BAB V penutup, membahas tentang kesimpulan akhir dari penelitian dan saran peneliti.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan kunci utama bagi konsumen untuk menentukan niat pembelian yang berkelanjutan. Pelayanan juga sebagian dari *service* untuk konsumen dan jika konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan, tindakankonsumen akan secara otomatis tidak akan melakukan pembelian lagi terhadap suatu perusahaan tersebut dan konsumen lebih memilih perusahaan lain yang dirasa konsumen lebih baik pelayanannya daripada perusahaan yang sebelumnya. Kualitas apabila dikelola dengan tepat, berkontribusi terhadap terwujudnya kepuasan dan loyalitas konsumen. Kualitas memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi konsumen untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Keharusan memberikan pelayanan secara profesional kepada pelanggan ternyata juga menjadi suatu kewajiban yang harus dipenuhi penyedia jasa pelayanan dan hal itu diatur dalam undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen.[1]

Dalam menjalankan suatu usaha, hal yang terpenting adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan pelayanan yang baik

[1]Rodame Monitorir Napitupulu, dkk, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Gunung Tua Kecamatan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara, *jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume.4, Nomor.2, Juli – Desember 2018, hlm. 287.

kepada pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas atau pelayanan yang baik. Kualitas merupakan usaha memenuhi harapan pelanggan yang kondisinya selalu berubah.[2]

Kualitas pelayanan pada perusahaan Zakila water sudah sangat baik dilihat dari cara karyawan melayani para pelanggan atau konsumen, dimana para karyawan perusahaan Zakila Water bersikap sopan santun, dan dapat berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Dan perusahaan Fresqua Water juga memberikan pelayanan yang baik diukur dari Kecamatanepatan dan sikap yang diberikan para karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumen nya. Kelebihan kualitas pelayanan pada perusahaan Zakila Water yaitu para karyawan dan pemilik perusahaan depot memiliki sifat sopan santun dan ramah terhadap masyarakat serta mengetahui keinginan para pelanggan. Adapun kurangnya kualitas pelayanan pada perusahaan depot Zakila Water yaitu para karyawan kurang cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen, seperti terlambat dalam mengantar, sehingga banyak pelanggan yang mengeluh. Sedangkan kelebihan dari perusahaan depot Fresqua Water para karyawan cepat dan tanggap dan mampu melihat keinginan para pelanggan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat. Sedangkan kekurangan dari

[1]M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu Cet- 1* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2010), hlm.75.

perusahaan depot Fresqua Water yaitu para karyawan kurang mampu dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan pelanggan.

Menurut teori kualitas pelayanan diukur dengan beberapa indikator, yaitu *Relibility, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding* atau *Knowing the Customer,* dan *Tangibles.* Dimana pada perusahaan Zakila Water dan Fresqua Water hampir memenuhi indikator-indikator kualitas pelayanan, tetapi pada kenyataannya perusahaan Fresqua Water belum mampu menguasi pasar.

Dalam mendefinisikan kualitas ada lima pakar utama dalam manajemen mutu terpadu(*total quality management).*[3]

Crosby menyatakan bahwa kualitas adalah *conformance to requirement,* yaitu sesuai dengan yang di isyaratkan atau distandarkan suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi, dan produksi jadi.

Deming menyatakan bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu pruduk yang akan dihasilkan.

Feigenbaum menyatakan bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk

[3]*Ibid*.,hlm.42.

berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.

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

Juran menyatakan kualitas adalah Kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecamatanocokan penggunaan itu didasarkan atas lima ciri utama, yaitu:

1) Tekhnologi, yaitu kekuatan atau daya tahan
2) Psikologis, yaitu citra rasa atau status
3) Waktu, yaitu kehandalan
4) Kontraktual, yaitu adanya jaminan
5) Etika, yaitu sopan santu, ramah dan jujur

Meskipun tidak ada definisi kualitas yang diterima secara universal, namun kelima definisi kualitas diatas terdapat beberapa persamaan, yaitu:

1) Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2) Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.[4]

[4]M.N.Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu Cet- 2*, (Bogor: Ghalia Indonesia), hlm.41.

Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Koder dan Keller menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan.[5]

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan.

Atep Adya Brata menyatakan bahwa *service* adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:

S (*self awareness*) : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat.

E (*euthusiasm*) : Melaksanakan pelayanan penuh gairah.

R (*reform*) : Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu.

V (*value*) : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambahan.

[5]Rambat Lupiodi, *Management Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.143.

I (*impressive*) : Menampilkan diri seara menarik tetapi tidak berlebihan.

C (*care*) : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal.

E (*evaluation*) : Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah di berikan.

Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan menjadi hal penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Perusahaan yang pernah menjadi pesaing pasar berdasarkan tekhnologi atau harga rendah, dewasa ini harus bersaing berdasarkan kualitas dan jasa pelanggan.Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, sehingga peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah yang seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi yang disampaikan dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau, dan komunikasi eksternal.[6]

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan

[6]*Ibid.*,hlm.181.

yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Hubungan antara produsen dankonsumen menjangkau jauh melebihi dari waktu pembelian ke pelayanan puma jual, kekal abadi melampaui masa kepemilikan produk. Perusahaan menganggap konsumen sebagai raja yang harus dilayani dengan baik, mengingat dari konsumen tersebut akan memberikan keuntungan kepada perusahaan agar dapat terus hidup.

Jadi kualitas pelayanan adalah sikap yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, yaitu memberikan pelayanan yag baik, guna untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Pada prinsipnya kualitas pelayanan adalah tingkatan yang membedakan antara pengalaman menerima pelayanan dibandingkan dengan kualitas yang diterima. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain. Kualitas adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.[7]

[7]Rokhmat Subagiyo dan Ahmad Budiman, Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume.5, Nomor.2, Juli – Desember, 2019, hlm. 283.

2. Rantai Kualitas Pelayanan

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan pelanggan tentu perlu adanya kualitas pelayanan karyawan kepada pelangga merupakan kualitas pelayanan eksternal, sedangkan pelayanan kepada karyawan merupakan kualitas pelayanan internal. Untuk menciptakan kualitas pelayanan internal (karyawan), pimpinan perusahaan hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif kepada para karyawan dalam meningkatkan produktivitas karyawan dan akan menciptakan karyawan memberikan kualitas pelayanan yang efektif kepada pelanggan. Dengan demikian akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan dan loyalitas pelanggan akan terjadi. Apabila pelanggan puas dan loyal, maka dengan sendirinya akan memberikan pertumbuhan pendapatan dan peningkatan profitabilitas.

3. Dalam proses pelayanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu:

   a. Penyedia layanan

   Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. Dalam praktiknya, para pelaku bisnis sering pula mengartikan penyedia layanan sebagai pihak yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang atau jasa.

b. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang dituntut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Dalam praktiknya, para pelaku bisnis seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan.

Penerima layanan atau biasa disebut sebagai konsumen dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:

a) Konsumen internal, adalah orang-orang yang berlebihan dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barangsejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.
b) Konsumen eksternal, adalah semua orang yang berada di luar organisasi perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari perusahaan.

c. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan.

a) Pemberian jasa-jasa saja.
b) Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang- barang saja.
c) Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada pelanggan terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen moderen telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima. Kata pelayanan dalam dunia bisnis biasa dikenal sebagai *service excellene.*

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan, kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kenerja produk yang diterima dan yang diharapkan. Tingkat kepuasaan yang tinggi dapat meningkatkan loyalias pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan.[8]

4. Faktor utama yang menentukan Kualitas Pelayanan Jasa

Ada beberapa tokoh ilmuan seperti Parasuraman, Zehami, dan Berry yang melakukan penelitian khusus pada beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa.[9]

---

[8]Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi Dan Kasus)* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm.193.
[9]Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2009), hlm. 180.

a. *Realibility*

Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*depandibility*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hal yang sangat penting dalam suatu usaha.

b. *Responssinvess*

Yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Dalam situasi dimana pelanggan membutuhkan barang ataupun jasa, pihak perusahaan dan karyawan harus cepat dan tanggap melayani pelanggan.

c. *Compentence*

Competence yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu. Karena keterampilan dan pengetahuan hal yang sangat perlu diperhatikan dan dimiliki oleh karyawan dan semua pihak yang bersangkutan didalam perusahaan tersebut, agar hubungan terhadap pelanggan tetap baik, sehingga pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

d. *Access*

Access meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini seperti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain. Lokasi yang mudah dijangkau dan waktu menunggu yang tidak terlalu lama dalam memberikan pelayanan tersebut merupakan hal yang selalu di pertimbangkan pelanggan. Adanya komunikasi yang baik kepada pelanggan, seperti cepat menaggapi kemauan pelanggan, akan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai perusahaan tersebut.

e. *Courtesy*

Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahayang dimiliki, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain. Sikap atau perilaku merupakan kucni utama dalam melakukan apa saja, apabila kita mempunyai prilaku yang baik, baik itu kepada pelanggan dan semua orang, pelanggan akan betah berhubungan dengan kita dan percaya terhadap pelayanan yang kita berikan.

f. C*ommunication*

Artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Karena komunikasi yang baik yang kita berikan kepada pelanggan dan selalu mendengarkan saran, keluhan

pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan di perhatikan.

g. *Credibility*

Credibility yaitu sifat jujur dan dapat di percaya, kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi c*ontact, personel,* dan interaksi dengan pelanggan. Dalam dunia usaha, sifat jujur memang sangat diperlukan, agar pelanggan bertahan dan memiliki kepercayaan terhadap apa yang kita berikan.

h. *Security*

Security yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan dalam hal keamanan, misalnya dalam air minum isi ulang kemasan air minum isi ulang tersebut terjamin untuk di konsumsi.

i. *Understanding Knowing the Coustemer*

Yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan. Memahami dan mengerti pelanggan kebutuhan pelanggan sangat perlu dilakukan, karena kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan yang berbeda-beda.

j. *Tangibles*

Yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Berry dan Parasuranman menemukan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok, kelima dimensi pokok tersebut sebagai berikut.

1. Bukti langsung (*tangibles*), adalah fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komukasi.
2. Kehandalan (*realibility*), adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsivness*), adalah respon atau kesigapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menambahkan kepercayaan konsumen, mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Perhatian (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.[10]

Jadi yang menjadi indikator dari kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah *Realibility*, *Responsiveness*, *Competence*, *Access*,

[10]Muhammad Isa, Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar "Potensi" Panyabungan, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, Volume. 5, Nomor. 1, Januari – Juni 2019, hlm.157.

Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding atau *Knowing the Customer,* dan *Tangibles.*

5. Kualitas Pelayanan Menurut Prespektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, Allah SWT memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar berlemah lembut kepada objek dakwah. Firman Allah SWT dalam Q.S Al-Imran ayat 159:[11]

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allahlah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu, karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu, kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah, sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Penjelasan ayat di atas Allah SWT memerintahkan berlaku lemah-lembut terhadap siapapun dan menjadi salah salu bukti bahwa Allah membentuk dan mendidik kepribadian nabi Muhammad. Kepribadian beliau dibentuk sehingga bukan hanya pengetahuan yang Allah limpahkan pada beliau melalui wahyu Al-Quran, tetapi juga

[11]Depertemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* (Jakarta: PT. Bintang Indonesia, 2011), hlm. 71.

kalbu beliau disinari, bahkan totalitas wujud beliau menyinari rahmat bagi seluruh alam.[12]

Allah SWT mengharuskan hambanya untuk berlaku sopan dalam setiap hal, bahkan dalam melakukan transaksi bisnis dengan orang bodoh tetap harus bicara dengan ucapan dan ungkapan yang baik. Rasululloh juga mengajarkan pada umatnya bagaimana berdagang yang benar. Beliau sangat mengutamakan perilaku jujur, ikhlas, profesionalisme, silaturrahim dan murah hati.

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan bahan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peniliti. Maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Pembahasan	Variabel dan Analisis
Roni Andespa	Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional (Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan, Institut Agama	Penelitian menemukan adanya perbedaan antara kualitas pelayanan bank Konvensional dengan bank syariah, namun perbedaannya itu tidak signifikan (nyata). Hal ini terjadi karena infrastruktur, jumlah pegawai, ketersediaan kantor, jenis layanan, tekhnologi ataupun fasilitas transaksi lainnya yang dimiliki oleh bank	Kualitas Pelayanan Industri Metode Analisis yang digunakan *T-test Independent Sample.*

[12]M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Quran* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 242.

	Islam Negeri Imam Bonjol Padang, No. 1, Vol.1, Januari-Juni 2016).	Konvensional sudah lebih siap dibandingkan dengan bank syariah. Perbedaan antara kualitas pelayanan bank konvensional dengan bank syariah hanya memiliki selisih yang sedikit.	
Surya Andika	Perbandingan Kualitas Pelayanan Indomart dengan Alfamart (Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas	Kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap kepuasan kedua minimarket tersebut diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam penelitian ini yang lebih baik adalah Alfamart hal ini diketahui dari uji-t. Alfamart yang lebih besar dari Indomaret. Adanya perbedaan kepuasaan konsumen Alfamart pada dimensi keresponsifan, Asurance, empathy, tangible, sedang pada dimensi kehandalan tidak ditemukan perbedaan yang signifikan karena kedua minimarket ini memiliki fasilitas yang hampir sama setelah diadakan penelitian.	Kualitas Pelayanan Metode Analisis yang di gunakan *T-test* dan metode hi *Square*
Okta Erlina	Perbandingan Kepuasan konsumen Terhadap kualitas Pelayanan Pada Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan Pasar Klithikan Pakuncen (Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora,	Secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara pasar Klithikan Jogja TV dengan di pasar Klithikan Pakuncen terdapat perbedaan yaitu, t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,567>2,024 dan nilai signifikansi kurang dari 0,025, yaitu 0,014 sehinggan hipotesis penelitian yaitu ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara pasar Klithikan Jogja TV dengan di pasar Klithikan Pakuncen diterima.	Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan Metode Analisis yang digunakan Uji Normalitas, Uji Homegenitas, Skor rata-rata, dan Uji t.

	Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015)	1. Tidak terdapat perbedaan pada indikator kehandalan (*reliability*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. 2. Tidak terdapat perbedaan pada indikator daya tanggap (*responsivness*)pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. 3. Terdapat perbedaan pada indikator jaminan (*assurance*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. 4. Terdapat perbedaan pada indikator empati (*empaty*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. 5. Terdapat perbedaan pada indikator bukti fisik (*tangibles*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen.	
Feri Fajar Feronika	Analisis Komperatif Tingkat Kualitas Pelayanan untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta	Ada perbedaan namun tidak signifikan, penilaian Muzaki terhadap kualitas pelayanan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan oleh kedua lembaga tersebut. Berdasarkan atas hasil uji t diperoleh nilai $F_{hitung}<F_{tabel}$ (0,631<2,080) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan.	Kualitas pelayanan Metode Analisi yang digunakan Uji t untuk membedakan dua buah *mean.*

	(Skripsi Fakultas Dakwah, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)		

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Roni Andespa yaitu, dimensi pokok kualitas pelayanan atau indikator yang digunakan yaitu, penulis *Realibility, Responsiveness,* Competence, *Access, Courtesy, Communication, Readibility, Security, Unknowing* atau *Knowing the Coustemer* dan *Tangible*. Sedangkan Rono Andespa menggunakan kehandalan, Daya tanggap dan fokus terhadap kualitas pelayanan, loyalitas dan kepuasan Nasabah, tempat penelitian penulis di Depot Air Minum Isi Ulang (Zakila Water dan Fresqua Water Di DesaKampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal), sedangkan tempat penelitian Roni Andespa di Bank Syariah dan Bank Konvensional yang beroperasi di Sumatra Barat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Surya Andika yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kecamatan LinggabayuKabupaten Mandailing Natal) sedangkan penelitian Surya Andika berada di Indomart dan Alfamart. Dan peneliti menggunakan metode *Independent sample T-Test.* Sedangkan penelitian Surya Andika Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap

pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita menDefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Okta Erlina yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal) sedangkan penelitian Surya Andika berada di Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan Pasar Pakuncen. Dan peneliti menggunakan metode *Independent sample T-Test.* Sedangkan penelitian Okta Erlina menggunakan Uji Normalitas, Uji Homogenitas, Skor rata-rata, dan UJi t.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Feri Fajar Feronika yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal) sedangkan penelitian Feri Fajar Feronika berada di badan di Badan Amil Zakat (BAZNAS) kota Yogyakarta dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta. Dan peneliti menggunakan metode *Independent sample T-Test.* Sedangkan penelitian Feri Fajar Feronika menggunakan UJi T untuk membedakan dua buah *mean*.

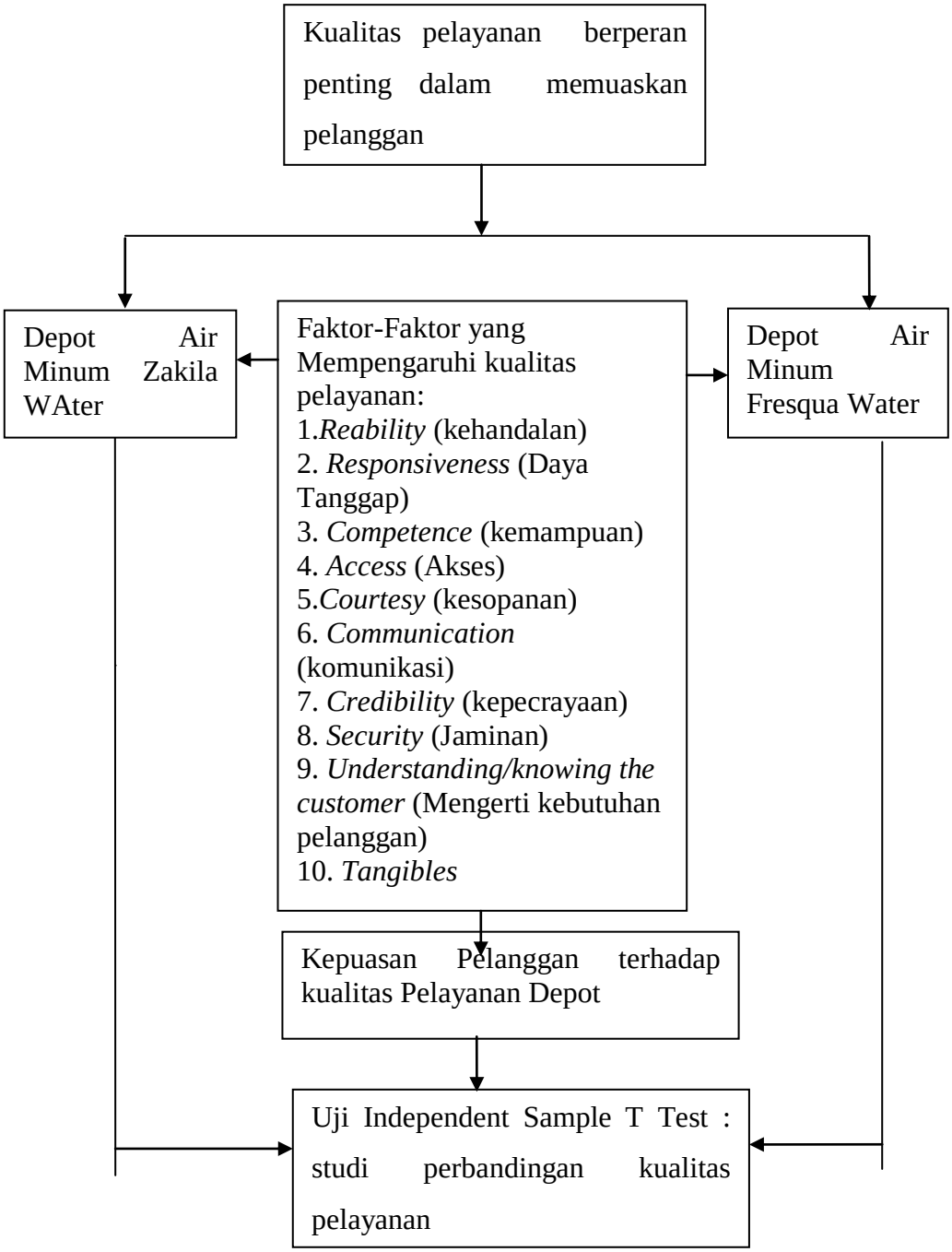
3. Kerangka Pikir

Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita menDefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.

Jadi peneliti menyimpulkan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat mempengaruhi sikap pelanggan terhadap perusahaan, dimana pelanggan akan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Apabila perusahaan dapat mempertahankan sistem pelayanan dengan baik, maka pelanggan akan setia terhadap perusahaan. Dan apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan atau konsumen akan menyampaikan kualitas dari suatu produk kepada orang lain, atau pelanggan akan melakukan promosi dari mulut ke mulut.

Bagan II.1 Kerangka Pikir



C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan,[13]yang masih perlu di uji kebenarannya.Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap permasalaha yang telah dirumuskan. Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitan secara konsisten. Dalam arti lain hipotesis adalah alternative dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian.

[13]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D)* (Bandung: ALFABETA, 2016), hlm.93.

H_0= Tidak Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua WaterDesaKampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

H_a = Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua WaterDesaKampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water di Desa Simpang Duku Kecamatan Linggabayu dan di Depot Fresqua Water di Desa Simpanggambir Kecamatan Linggabayu. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Januari sampai September 2020.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjawab pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Analisis Komparatif. Analisis Komparatif adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan di antara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Terdapat dua jenis komparatif, yaitu komparatif antara dua sampel dan komparatif K sampel (Komparatif antara lebih dari dua sampel), Jenis komperatif penelitian ini adalah komperatif antara dua sampel.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin Populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman).[1]

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang di perlukan.[2] Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dengan jumlah 140 pelanggan dan depot air minum Fresqua Water dengan jumlah 110 pelanggan, sehingga jumlah pelanggan sebanyak 250 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.Sedangkan menurut A. Muri Yususf mengatakan sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.

---

[1]Manan Abdur, *Metode Riset untuk Binis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Erlangga, 2011), hlm. 119.
[2]Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Binis Dan Ekonomi* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), hlm. 123.

Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diteliti oleh penulis dalam melakukan penelitian ini maka penulis akan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut.

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

Dimana:

N= Ukuran sampel

N= Ukuran populasi

e = Persentasi kelonggaran ketidak terikatan karena pengambilan sampel yang masih diinginkan 10 %

Sedangkan jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e= 10%

$$n = \frac{250}{1+250(0{,}05)^2)} = 71{,}62$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 71,62 responden dan digenapkan menjadi 72 responden.

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi yang telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam bentuk tehnik *sampling*. Teknik pengambilan sampel terbagi dua, yaitu pengambilan sampel secara probabilitas atau acak dan pengambilan sampel secara non- probabilitas atau non-acak. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara probabilitas atau acak.

Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang baik. Sehubungan dengan populasi yang dipilih oleh peneliti, yaitu seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing Depot Air Minum Isi Ulang tersebut, maka cara pengambilan sampel dengan metode ini adalah dengan cara Stratifikasi (*stratified random sampling)*.

Selanjutnya untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil untuk masing-masing sub populasi yang berbeda adalah dengan terlebih dahulu mencari faktor pembanding dari setiap sub populasi yang sering disebut *sampel fra*cation *(f)*. Jumlah sampel *fra*ction di sesuaikan dengan jumlah stratanya. Nilai f dihitung dengan rumus sebagai berikut:[3]

$$ft = \frac{Nt}{N}$$

Depot	Strata (L)	N_i	f_i
Zakia Water	I	110	0,42
Fresqua Water	II	140	0,57

Jadi masing-masing sampel yang diambil dari subpopulasi atau setiap strata dapat dihitung sebagai berikut(hasilnya dibulatkan)

[3]Husein Umar, *Riset Pemasaran Dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 158.

N1 = 0,42 × 72 = 30

N2 = 0,57 × 72 = 42

Sehingga jumlah masing-masing sampel yang diambil dari subpopulasi adalah Zakila Water 30 orang dan Fresqua Water 42 orang.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan olehpeneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan angka serta melalui wawancara terhadap individu yang informasinya diperlukan untuk kelengkapan pada penelitian ini. Angka merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan kuesioner atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.[4]Data yang dihimpun melalui angket/kuesioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam permasalahan.[5]

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.[6] Data

[4]Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: ALFABETA, 2012), hlm. 89.
[5]P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2004), hlm. 56.
[6]*Ibid.*, hlm. 95.

dikumpulkan dengan cara menggunakan kuesioner tertutup, yang disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, kuesioner merupakan kuesioner tidak langsung yaitu responden menjawab tentang orang lain dan berbentuk *Rating-Scale* (skala bertingkat) yaitu sebuah pernyataan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan,misalnya mulai dari sangat setuju sampai kesangat tidak setuju.[7]

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana skala likert ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.[8] Angket ini menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel III.1 Skala Likert

Keterangan	Skor Pernyataan	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

[7]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 194.
[8]Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian Cet-7* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 12.

Tabel III.2
Indikator Angket Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua water

Indikator	Nomor Soal
1. *Reliability* (Kehandalan)	1,10,20
2. *Responsiveness* (Daya Tanggap)	6, 14
3. *Competence*(Kemampuan)	9, 22
4. *Access* (Akses)	5, 18, 2
5. *Courtesy* (Kesopanan)	11, 19
6. *Communication* (Komunikasi)	4,7
7. *Credibility* (Kepercayaan)	23, 8
8. *Security* (Keamanan)	16,21
9. *Understanding Knowing the Customer* (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	3,12
10. *Tangibles* (Bukti Langsung)	17, 13, 15

b. Teknik wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penyediaan informasi yang diperlukan dalam penelitian.

E. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar pertanyaan mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui df (degree of freedom) =n-2 (signifikan 10%, n=

Jumlah sampel). Jika $T_{table} < T_{hitung}$ maka valid jika $r_{table} > r_{hitung}$ maka tidak valid, dapat diuji dengan SPSS versi 23.

2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas bertujuan untuk mengukur kesesuaian suatu instrumen (alat ukur) dengan yang diukur, sehingga instrumen tersebut dapat dipercaya atau dapat dihandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai cronbach Alpha. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut (a) jika nilai cronbach Alpha > 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. (b) Jika nilai cronbach Alpha < 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

F. Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengatasi apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23 dengan uji *one, sample kolmogrov* smirnov dengan taraf signifikan 0,1. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 10% atau 0,1.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama.Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikasi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.[9]

3. Uji *Independent Sampel T-test*

Uji *Independent Sampel t-test* digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata yang berbeda. Uji yang dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara dua rata-rata. Ada dua tahap analisis yang harus dilakukan, pertama harus menguji dahulu asumsi apakah *variance* populasi sampel sama (*equal variance assumed*) atau berbeda (*equal variance not*

[9]Dwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 84.

assumed) dengan melihat nilai *levence test.* Langkahkedua yaitu melihat nilai *t-test* untuk menentukan apakah terdapat perbedaan nilai rata-rata secara signifikansi. Apabila data *variance* sama sama maka yang digunakan *equal variance assumed.* Untuk mengetahui apakah varian populasi sama atau tidak, pengambilan keputusannya yaitu jika probabilitas> 0,1maka H_0 tidak dapat ditolak jadi *variance* sama. Jika probabilitas< 0,1maka maka H_0 ditolak jadi *variance* berbeda.[10]

Pengambilan keputusan untuk data yang diuji *t-test* dapat dilakukan dengan dua, sebagai berikut:[11]

a. Berdasarkan perbandingan antara t_{hitung} dan t_{hitung}

Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

b. Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas

Jika probabilitas (sig) > 0,1 maka H_0 diterima

Jika probabilitas (sig) < 0,1 maka H_0 ditolak

[10]Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* (Bandung: Universitas Diponegoro, 2016), hlm.64.
[11]Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015), hlm.188.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal

1. Sejarah Singkat Depot Air Minum Isi Ulang

   a. Zakila Water

Depot air minum adalah usaha industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung konsumen. Proses pengolahan air pada depot air minum pada prinsipnya adalah filtrasi (penyaringan) dan disinfeksi.

Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water adalah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang air minum isi ulang yang didirikan oleh Bapak Juliadi pada tanggal 23 Mei 2011.Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water berada di Jln. Lintas Sumatra Barat Batu Loting Desa Simpang Duku Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 492/MENKES/PER/XII/2010, air minum isi ulang yang diproduksi layak dikonsumsi. Dalam usaha Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water memiliki sales atau karyawan yang tugasnya mengantar dan melayani pelanggan baik secara langsung atau telepon sebanyak 2 orang, pemilik usaha yaitu bapak Juliadi turun langsung dalam

melayani pelanggannya yaitu menjadi supir untuk mengantar air minum tersebut.[34]

b. Fresqua Water

Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water adalah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang air minum isi ulang yang didirikan oleh Bapak Mirdansyah pada tanggal 14 maret 2010. Dopot air minum isi ulang Fresqua Water berada di Jl. Lintas natal, Simpanggambir, Sumatra Utara.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 492/MENKES/PER/IV/2009, air minum isi ulang layak dikonsumsi. Dalam usaha Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water memiliki sales atau karyawan yang tugasnya mengantar dan melayani pelanggan berjumlah 2 orang.

2. Visi dan Misi Depot Air Minum Isi Ulang

Visi adalah gambaran tentang masa depan yang diinginkan dan diperlukan sebagai pandangan masa depan, sebagai pandangan atas yang dituju, sehingga pelaksanaan pembangunan dan pelayanan yang direncanakan dari tahun ketahun tidak tidak menyimpang dari harapan masa depan.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan organisasi dapat terlaksana dan berhasil sesuai dengan visi yang diharapkan. Visi dan Misi dari Zakila Water dan Fresqua Water.

[34]Wawancara dengan Bapak Juliadi, Pimpinan Depot Air Minum Zakila Water, tanggal 21 juni 2020, pukul 14.00

a. Zakila Water

1. Visi

Visi pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water adalah memberikan pelayanan air minum kesehatan kepada konsumen dengan melalui proses Reverse Osmosis Drinking System + Ozonisasi.

2. Misi

Misi Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water adalah meningkatkan kualitas pelayanan air minum kesehatan yang baik kepada konsumen dengan melalui proses Seves Stage Pulpe Filter dan Mesin Reverse Osmosis Drinking System + Ozonisasi sehingga menghasilkan air minum kesehatan yang beroksigen tinggi dan mudah diserap oleh tubuh.

b. Fresqua water

1. Visi

Visi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water adalah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan menyediakan air minum yang sehat untuk dikonsumsi.

2. Misi

Misi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, dengan menjaga kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dan konsumen.

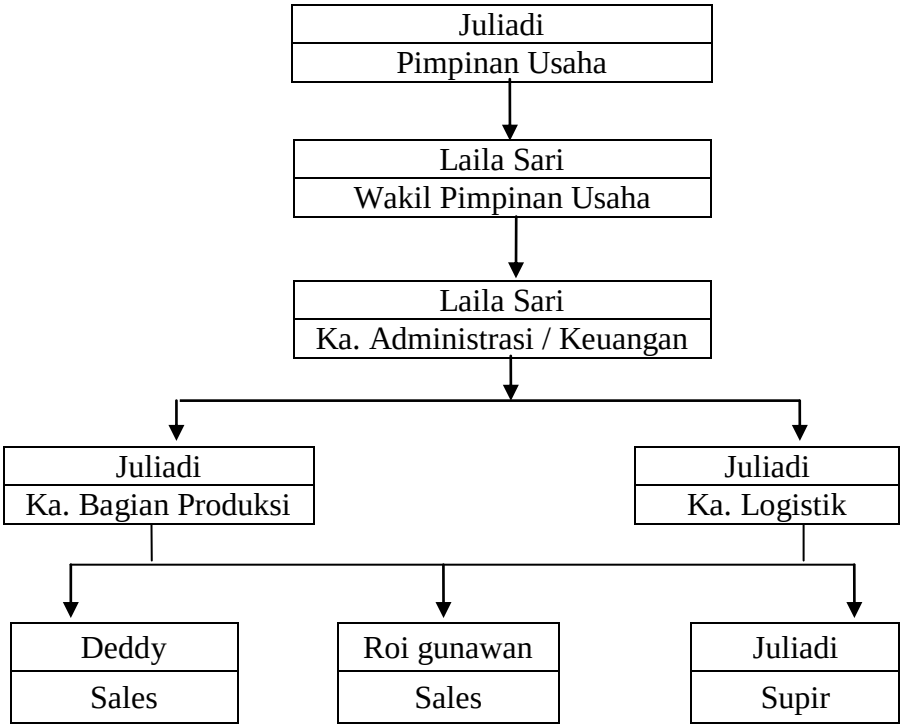
Dengan selalu mengutamakan waktu, dan memberikan air minum yang layak dikonsumsi dan sehat.

3. Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang

   a. Zakila Water

Struktur organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water adalah sebagai berikut:

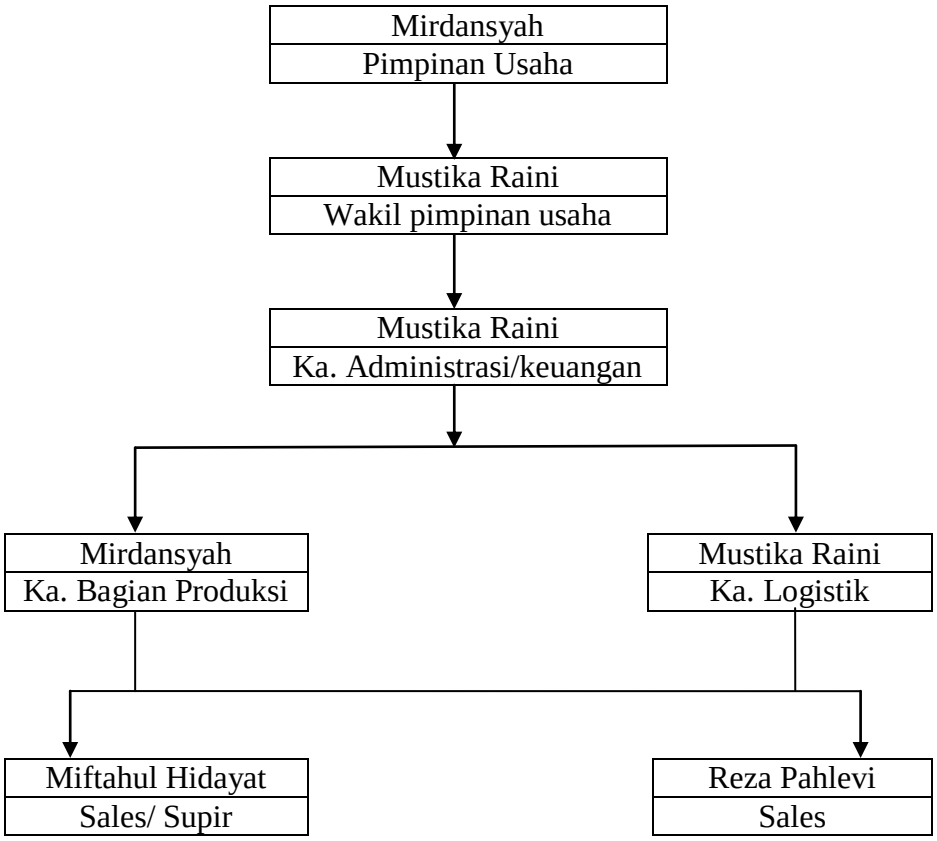
Bagan IV.1
Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water



b. Fresqua Water

Struktur organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water adalah sebagai berikut.[35]

Bagan IV.2
Struktur organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water



[35]Wawancara dengan Bapak Mirdansyah, Pimpinan Usaha Depot Air Minum Fresqua Water tanggal 22 Juni 2020, Pukul 20.15

B. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan instrument angket yang disebar secara acak pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan depot air minum Fresqua Water .Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water berjumlah 30 orang pelanggan dan Fresqua Water berjumlah 42 pelanggan sehingga total responden 72 orang.

Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan mulai tanggal 21 sampai 27 Juni 2020. Penyebaran angket dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menjumpai setiap para responden yaitu pelanggan dari depot air Zakila Water dan Fresqua Water. Penyebaran dan pengumpulan angket berlangsung selama 7 hari. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	Zakila Water	Fresqua Water
Laki-laki	4	3
Perempuan	26	39
Total	30	42

Sumber: Data Primer yang telah diolah, 2020

Hasil pengolahan data pada tabel IV.1 memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 26%, dan responden berjenis kelamin laki-laki

4% untuk Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water. Responden terbanyak untuk Fresqua Water berjenis kelamin perempuan yaitu 39%, dan responden berjenis kelamin laki-laki 3%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV.2
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	Zakila Water	Fresqua Water
15 - 30 Tahun	6	2
30 – 45 Tahun	11	18
>45 Tahun	13	22
Total	30	42

Sumber: Data Primer yang diolah 2020

Hasil pengolahan data pada tabel IV.2 memperlihatkan bahwa mayoritas jumlah responden terbanyak yaitu kategori berusia >45 yaitu 13% untuk Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan 22% untuk Fresqua Water.

3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel IV.3
Data Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	Zakila Water	Fresqua Water
PNS	4	2
Wiraswasta	17	31
Guru	4	7
Petani	5	2
Total	30	42

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Hasil pengolahan data pada tabel IV.3 memperlihatkan bahwa Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan mayoritas jumlah responden terbanyak yaitu kategori pekerjaan Wiraswasta

yaitu 17% untuk Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan 31% untuk Fresqua Water.

4. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Tabel IV.4
Data Responden Menurut Pekerjaan

Pendapatan	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	Zakila Water	Fresqua Water
Rp.1.000.000-2.000.000	22	16
Rp. 2.000.000-4.000.000	5	21
> 4.000.000	3	5
Total	30	42

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Seperti yang terlihat pada tabel IV.4 mayoritas responden yang paling banyak memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 22% untuk Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water. Dan untuk Fresqua Water mayoritas responden yang paling banyak memiliki pendapatan ant\\6ara Rp. 2.000.000 –Rp. 4.000.000 sebanyak 21%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas kualitas pelayanan melibatkan 72 responden, Zakila Water digunakan 30 responden (n) dan Fresqua Water digunakan 42 responden dengan 23 pernyataan signifikan 10%. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} pada

tabel *correlations* dari hasil *output* SPSS Versi 23 yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel IV.5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KPD 1	0,608	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan n= 72 pada taraf signifikansi 10% sehinggan diperoleh rt_{abel} = 0,192	Valid
KPD 2	0,319		Valid
KPD 3	0,584		Valid
KPD 4	0,541		Valid
KPD 5	0,547		Valid
KPD 6	0,635		Valid
KPD 7	0,416		Valid
KPD 8	0,652		Valid
KPD 9	0,259		Valid
KPD 10	0,528		Valid
KPD 11	0,416		Valid
KPD 12	0,417		Valid
KPD 13	0,481		Valid
KPD 14	0,309		Valid
KPD 15	0,554		Valid
KPD 16	0,691		Valid
KPD 17	0,390		Valid
KPD 18	0,460		Valid
KPD 19	0,253		Valid
KPD 20	0,306		Valid
KPD 21	0,327		Valid
KPD 22	0,229		Valid
KPD 23	0,565		Valid

Sumber: Data diolah, 2020

Dari hasil uji validitas kualitas pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari item 1 sampai dengan item 23 semuanya valid. Dengan nilai rhitung > rtabel dengan n=72 adalah 0,192 sehingga semua item valid dan akan diuji dengan uji reliabilitas.

2. Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan

Uji realibilitas dapat dilihat yakni dari uji statistik *Cronbach Alpha.*Suatu variabel dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Untuk nilai *Cronbach Alpha* kualitas pelayanan (X1 dan X2) dapat dilihat pada tebel dibawah ini.

Tabel IV.6
Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	23

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah), 2020

BerdasarkantabelIV.6*Reliability Statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel, karna nilai *Cronbach's Alpha*> 0,60 (0,836 > 0,60), dan karena nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0,60 maka 23 item dinyatakan reliabel. Instrumen tersebut memenuhi persyaratan valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas pelayanan antara Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water, terdapat perbedaan yang signifikan pada kualitas pelayanan yang diberikan atau tidak terdapat perbedaan yang

signifikan pada kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk menentukan uji yang digunakan apakah menggunakan statistik parametris atau statistik nonparametris, data harus diuji berdistribusi normal atau tidak.

a. Uji Normalitas

Sampel yang diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan *Uji One Sample Kolmogorov Smirnov* pada taraf signifikansi 0,1. Dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari pada 10%atau 0,1.

Tabel IV.7
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitas_Pelayanan
N		72
Normal Parameters[a,b]	Mean	90.53
	Std. Deviation	7.883
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.059
	Negative	-.106
Test Statistic		.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.395

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah), 2020

Berdasarkan tabel IV.7 dapat dilihat; nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) adalah 0,395 (0,395>0,1), jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Sehingga penelitian dapat dilakukan dengan uji statistik parametris.

Selanjutnya untuk melihat uji parametris apa yang akan digunakan di dalam penelitian, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji homogenitas pada kedua varian populasi terdapat atau tidak.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,1 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Tabel IV.8

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

kualitas _pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1,228	1	70	.273

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah), 2020

Berdasarkan tabel IV.8 dapat dilihat signifikansi sebesar 0,273 karena signifikansi lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan Depot Air Minum Isi Ulang mempunyai varian yang sama dan homogen. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan homogen.Maka uji selanjutnya yaitu uji *Independent Sampel T-test.*

c. Uji *Independent Sampel T-test.*

Uji *independent Sampel T-test* digunakan untuk mengetahui apakah dua sampel yang tidak berhubungan mempunyai nilai rata-rata yang berbeda. Kriteria yang digunakan adalah data yang berdistribusi normal dan homogen. Dari hasil uji normalitas *Kolmogorov Smrinov* diperoleh bahwa data berdistribusi normal dan homogen. Sehingga dapat diketahui hasil uji *independent sampel t-test* sebagai berikut:

Tabel.IV.9

Independent Samples Test

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means				
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	td. Error Difference
kualitas_ pelayanan	Equal variances assumed	1.228	.273	2.711	70	.000	5.419	1.678
	Equal variances not assumed			2.711	48.944	.000	5.419	1.776

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 23 (data diolah), 2020

Berdasarkan tabel IV.9 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Sig) sebesar 0,000 < 0,1,maka H_0ditolak. Sehingga terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

Untuk menentukan klasifikasi masing-masing indikator digunakan rumus sebagai berikut.

Tabel IV.10
Penentuan Klasifikasi

Klasifikasi	**Interval Nilai**
Tinggi	$1 \geq X + SD$
Sedang	$X \leq 1 < X + SD$
Rendah	$X – SD \leq 1 < X$
Sangat Rendah	$1 < X – SD$
Keterangan I = Nilai indikator, X = Rata-rata, SD = Standar Deviasi	

1. Indikator *Realibility*

Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*depandibility*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.

Tabel IV. 11
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Realibility*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	13	43%	13	31%
Sedang	6	20%	10	24%
Rendah	11	37%	19	45%

Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.11 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi tinggi dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 43% berada pada klasifikasi tinggi. Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 45% berada pada klasifikasi rendah.

2. Indikator *Responssivenes*

Yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.

Tabel IV. 12
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Responssivenes*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	9	30%	9	21%
Sedang	10	33%	20	48%
Rendah	4	14%	8	19%
Sangat rendah	7	23%	5	12%
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.12 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 33% berada pada klasifikasi sedang.Sedangkan kualitas

pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 48% berada pada klasifikasi sedang.

3. Indikator *Competence*

Competence yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

Tabel IV. 13
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Competence*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	23	77%	3	7%
Sedang	1	3%	39	93%
Rendah	4	13%	0	0
Sangat rendah	2	7%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.13 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi tinggi dan sedang, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 77% berada pada klasifikasi tinggi.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 93% berada pada klasifikasi sedang.

4. Indikator *Access*

Access meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini seperti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau,

waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.

Tabel IV. 14
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Access*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	18	43%
Sedang	15	50%	15	36%
Rendah	8	27%	9	21%
Sangat rendah	6	20%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.14 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang dan tinggi, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 50% berada pada klasifikasi sedang.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 43% berada pada klasifikasi tinggi.

5. Indikator *Courtesy*

Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramaha yang dimiliki, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain.

Tabel IV. 15
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Courtesy*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%

Tinggi	5	16%	2	5%
Sedang	8	27%	15	36%
Rendah	9	30%	17	40%
Sangat rendah	8	27%	8	19%
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.15 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 30% berada pada klasifikasi rendah.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 40% berada pada klasifikasi rendah.

6. Indikator *Communication*

Artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

Tabel IV. 16
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Communication*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	23	77%	25	59%
Sedang	4	13%	7	17%
Rendah	3	10%	10	24%
Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.16 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi tinggi, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water

yaitu 77% berada pada klasifikasi tinggi.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 59% berada pada klasifikasi tinggi.

7. Indikator *Credibility*

Credibility yaitu sifat jujur dan dapat di percaya, kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi c*ontact, personel,* dan interaksi dengan pelanggan.

Tabel IV. 17
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator Credibility

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	4	13%	10	24%
Sedang	17	57%	23	55%
Rendah	5	17%	9	21%
Sangat rendah	4	13%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.17 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 57% berada pada klasifikasi sedang.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 55% berada pada klasifikasi sedang.

8. Indikator *Security*

Security yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan dalam hal keamanan, misalnya dalam air

minum isi ulang kemasan air minum isi ulang tersebut terjamin untuk di konsumsi.

Tabel IV. 18
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water DanFresqua Water pada Indikator Security

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	6	14%
Sedang	15	50%	17	41%
Rendah	7	23%	19	45%
Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.18 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 50% berada pada klasifikasi sedang.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 45% berada pada klasifikasi rendah.

9. Indikator *Understanding knowing the coustemer*

Yaitu usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Memahami dan mengerti pelanggan kebutuhan pelanggan sangat perlu dilakukan.

Tabel IV. 19
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Waterdan Fresqua Water pada Indikator *Unknowingknowingthe coustemer*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	0	0
Sedang	10	33%	19	45%
Rendah	12	40%	23	55%
Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.19 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 40% berada pada klasifikasi rendah.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 55% berada pada klasifikasi rendah.

10. Indikator *Tangibles*

Yaitu kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan.

Tabel IV. 20
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Zakila Water dan Fresqua Water pada Indikator *Tangibles*

Klasifikasi	Zakila Water		Fresqua Water	
	F	%	F	%
Tinggi	4	13%	4	9%
Sedang	6	20%	13	31%
Rendah	15	50%	15	36%
Sangat rendah	5	17%	10	24%
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV.19 dapat di simpulkan sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan terhadap depot air minum Zakila Water yaitu 50% berada pada klasifikasi rendah.Sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan responden pada depot air minum Fresqua Water yaitu 36% berada pada klasifikasi rendah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini, sebagaimana yang telah dicantumkan dengan menguji normalitas data secara statistik yang dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One Sampel Kolmogorov-smirnov*.Data dalam penelitian ini berdistribusi normal, dapat dilihat dari nilai *Asymp.*Sig(2-*tailed*) adalah 0,395 (0,395>0,1) jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji homogenitas dilakukan sebagai persyaratan dalam menguji hipotesis sebelum uji beda dua rata-rata. Jika varian sama maka uji selanjutnya uji *Indipendent Sampel T-Test menggunakan* nilai *equal variance assumed* (asumsi varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan varian *equal variance not assumed* (asumsi varian berbeda). Karena signifikansi sebesar 0,273 karena signifikansi lebih besar dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan Depot Air Minum Isi Ulang mempunyai varian yang sama dan homogen. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan homogen.

Hasil uji *Independent Sampel T-test* nilai probabilitas (Sig) sebesar 0,000 < 0,1, maka H_0 ditolak. Sehingga terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

Berdasarkan hasil penentuan klasifikasi masing-masing indikator dapat disimpulkan bahwa Zakila Water lebih unggul dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan di *banding* Fresqua Water, terlihat pada indikator *Reability, Responssivenes, Competence, Accsess, Communication, Security,* dan *Credibility*. Dimana Zakila Water berada pada klasifikasi tinggi dan sedang, sementara Fresqua Water berada pada klasifikasi sangat rendah dan rendah. Pada indikator, *Unknowing Knowing the Coustemer, Tangibles,* Zakila Water dan Fresqua Water sama-sama berada pada klasifikasi rendah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Roni Andespa dengan judul penelitian Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional dengan hasil penelitian adanya perbedaan kualitas pelayanan bank konvensional dengan bank syariah, namun perbedaan itu tidak signifikan (nyata). Hal ini terjadi karena insfratuktur, jumlah pegawai, ketersediaan kantor, jenis layanan, tekhnologi ataupun fasilitas transaksi yang dimiliki oleh bank konvensional sudah lebih siap dibandingkan bank syariah. Atau dengan

kata lain, perbedaan antara kualitas pelayanan bank konvensional dan bank syariah hanya memiliki selisih yang sedikit.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Surya Andika dengan judul penelitian Perbandingan Kualitas Pelayanan Indomart dengan Alfamart dengan hasil penelitian Kepuasan konsumen Indomaret dan Alfamart terhadap kepuasan kedua minimarket tersebut diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam penelitian ini yang lebih baik adalah Alfamart hal ini diketahui dari uji-t. Alfamart yang lebih besar dari Indomaret. Adanya perbedaan kepuasaan konsumen Alfamart pada dimensi ke ressponsivness, Asurance, empathy, tangibles, sedang pada dimensi kehandalan tidak ditemukan perbedaan yang signifikan karena kedua minimarket ini memiliki fasilitas yang hampir sama setelah diadakan penelitian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Okta Erlina dengan judul penelitian Perbandingan Kepuasan konsumen Terhadap kualitas Pelayanan Pada Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan Pasar Klithikan Pakuncen dengan hasil penelitian Secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara pasar Klithikan Jogja TV dengan di pasar Klithikan Pakuncen terdapat perbedaan yaitu ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara pasar Klithikan Jogja TV dengan di pasar Klithikan Pakuncen diterima. Tidak terdapat perbedaan pada indikator kehandalan (reliability) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. Tidak terdapat

perbedaan pada indikator daya tanggap (responsivness)pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. Terdapat perbedaan pada indikator jaminan (assurance) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. Terdapat perbedaan pada indikator empati (empaty) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen. Terdapat perbedaan pada indikator bukti fisik (tangibles) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di pakuncen.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Feri Fajar Feronika dengan judul penelitian Analisis Komperatif Tingkat Kualitas Pelayanan untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta, dengan hasil penelitian Ada perbedaan namun tidak signifikan, penilaian Muzaki terhadap kualitas pelayanan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan oleh kedua lembaga tersebut.

Penelitian ini di dukung oleh M.N Nasution dengan judul buku Manajemen Jasa Terpadu yaitu faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu Reability yang merupakan konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya, Responssivenes merupakan kemauan atau persiapan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan, Competence merupakan orang yang memiliki keterampilan dan pengetahuan, Access merupakan kemudahan untuk menghubungi dan ditemui seperti lokasi dan fasilitas, Courtesy merupakan sikap sopan santun, perhatian dan keramahan, Communication merupakan memberikan

informasi dengan bahasa yang dapat pelanggan dan pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan, Credibility merupakan sifat jujur dan dapat di percaya, Security merupakan aman dari bahaya dan resiko, Understanding/knowing the customer merupakan memahami kebutuhan pelanggan, Tangibles merupakan bukti fisik jasa yang diberikan, yang mana telah dijelaskan pada landasan teori.

E. Keterbatasan Hasil Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan langkah-langkah yang sesuai dengan panduan yang diberikan Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan, hal ini bermaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Untuk menghasilkan penelitian yang sempurna tidaklah mudah terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian:

1. Dalam menyebarkan kuesioner, peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.
2. Keterbatasn waktu, tenaga, serta materi peneliti yang tidak mencukupi untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk melakukan penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal, dan telah dihasilkan kesimpulan bahwa berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan uji statistik *One Sampel Kolmogorov Smirnov* maka diperoleh nilai signifikansi 0,395 > 0,1 sehingga dapat disimpulkan data berdistrubusi normal. Dan berdasarkan hasil uji homogenitas diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,273 > 0,1, maka dapat disimpulkan kedua data kualitas pelayanan Depot Air Minum Zakila Water dan Fresqua Water mempunyai varian yang sama dan homogen. Dan hasil uji *Independent Sampel T-test* ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water. Karna signifikansi lebih Kecil dari 0,1 (0,000<0,1), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji *Independent Sampel T-test* terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Desa Kampung Baru Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal.

B. Saran

1. Bagi perusahaan Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman, aman, dan senang terhadap sikap pelayanan yang diberikan. Kepuasaan pelanggan pada umumnya diimplementasikan dalam perbaikan secara menyeluruh terhadap kualitas produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap studi perbandingan kualitas pelayanan yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar lebih teliti dalam memilih aspek maupun variabel-variabel yang berkaitan sehingga benar-benar dapat mengungkap inti atau pokok dari penelitian, seperti faktor-faktor kualitas pelayanan dan menambah variabel yang lainnya.
3. Kepada pelanggan agar lebih teliti dalam menerima pelayanan,dan diharapkan kepada pelanggan bisa lebih kritis dalam menanggapi kualitas baik barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, agar pelanggan dapat menikmati pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Burhan Bungin, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan kebijakan serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama,* Jakarta: Kencana, 2006.

Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Prespektif Indonesia Jilid 2,* Jakarta: Erlangga, 2010.

Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus),* Yogyakarta: CAPS, 2014.

Depertemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya* Jakarta: PT. Bintang Indonesia, 2011.

Dwi Priyatno, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* Yogyakarta: Andi, 2014.

Hasan Abdul Halim, *Tafsir Al-Ahkam,* Jakarta: Kencana, 2011.

Hessel Nogi S Tangkilisan, *Manajemen Publik,* Jakarta: PT Grasindo, Anggota Ikapi, 2005.

Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen,* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017.

Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23* Bandung: Universitas Diponegoro, 2016.

Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2002.

M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan Kesan dan Keserasian Al-Quran* Jakarta: Lentera Hati, 2002.

Manan Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian,* Bandung: Pustaka Setia, 2011.

Moh. Nazir, Metode *Penelitian,* Bogor: Ghalia Indonesia, 2014.

Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi,* Yogyakarta: Erlangga, 2009.

Nasution. M.N, *Manajemen Jasa Terpadu,* Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.

————, *Manajemen Jasa Terpadu,* Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2010.

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2004.

Rambat Lupiodi, *Management Pemasaran Jasa,* Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Ridwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian Cetakan Ke-7* Bandung: Alfabeta, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (*Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D),* Bandung: ALFABETA, 2016.

———, *Metode Penelitian Bisnis,* Bandung: ALFABETA, 2012.

Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif,* Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2015.

Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa,* Jakarta: PT Indeks, 2011.

Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa,* Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Sumber lain

Andika Heru dan Shinta Wahyu Hati, Analisis Perbandingan Kepuasan Pelanggan Antara Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kota Batam, Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis Vol. 6 No. 2, Desember 2018.

Muhammad Isa "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar 'Potensi' Panyabungan" | At-tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam,"diakses 9 November 2020,http://jurnal.iainpadangsidimpuan.ac.id/index.php/attijaroh/article/view/1791.

Panjaitan Efendi Januar dan Ai Lili Yuliati, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung, De Re Ma *Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016.

Rodame Monitorir Napitupulu, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap Di Rsud Gunung Tua Kecamtan Portibi Kabupaten Padang Lawas Utara," *At-tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 4, no. 2 (23 Desember 2018): 286–96, https://doi.org/10.24952/tijaroh.v4i2.1104.2

Rokhmat Subagiyo dan Ahmad Budiman, “Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Saluran Distribusi Terhadap Kepuasan Nasabah,” *At-tijaroh: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam* 5, no. 2 (31 Desember 2019): 280–95, https://doi.org/10.24952/tijaroh.v5i2.1844.

Syahri Alfi Lubis dan Nur Rahmah Andayani, Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam, *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2, September 2017

Wawancara dengan Bapak Juliadi, Pimpinan Depot Air Minum Zakila Water, tanggal 21 juni 2020

Wawancara dengan Bapak Mirdansyah, Pimpinan Usaha Depot Air Minum Fresqua Water tanggal 22 Juni 2020

Lampiran 1

CURUCULUM VITAE

(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Nuraini
Nim : 16 402 00050
Tempat/ tanggal lahir : Banjar Selamat 10 November 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 2 dari 5 bersaudara
Alamat : Desa Perk. Simpanggambir Dusun Banjar Selamat, Kec.
Linggabayu Kab. Mandailing Natal
Agama : Islam

DATA ORANG TUA/ WALI

Nama ayah : Kasino Arbianto
Pekerjaan : Petani
Nama ibu : Masyani
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Perk. Simpanggambir Dusun Banjar Selamat, Kec.
Linggabayu Kab. Mandailing Natal

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2004-2010 : SD Negeri Padangsilojongan
Tahun 2010-2013 : SMP Negeri 1 Linggabayu
Tahun 2013-2016 : SMA Negeri 1 Linggabayu
Tahun 2016-2020 : Program sarjana ekonomi syariah iain padangsidimpuan

PRESTASI AKADEMIK

Ipk : 3,71
Karya tulis ilmiah : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air
Minum isi Ulang Zakila Water Dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Isa, S.T., M.M.
Nip : 19800605 201101 1 003

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kec. Linggabayu Kab.Mandailing Natal"

Yang disusun oleh:

Nama : Nuraini

Nim : 16 402 00050

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah (MB-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

.....

.....

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Juni 2020
Validator

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

ANGKET KUALITAS PELAYANAN

Petunjuk :

Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
Lembar soal terlampir.

Indikator	**No Soal**		**V**	**VR**	**TV**
	(+)	**(-)**			
Realibility (Kehandalan)	1, 2	3			
Responssivenes (Daya Tanggap)	4	5			
Competence (kemampuan)	6	7			
Access (Akses)	8,9	10			
Courtesy (Kesopanan)	12	11			
Communication (Komunikasi)	13,14				
Credibility (Kepercayaan)	16	15			
Security (Jaminan)	17,18				
Understanding/knowing the customer (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	19,	20			
Tangibles (Bukti Langsung)	21,22	23			

Catatan:
.....
.....

Padangsidimpuan, Juni 2020
Validator

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Pelanggan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water

Desa Kampung Baru Kec. Linggabayu Kab.Mandailing Natal

Saya mohon kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai " Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Zakila Water dan Fresqua Water Di Desa Kampung Baru Kec. Linggabayu Kab.Mandailing Natal" peneliti sangat mengharapkan kejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian ini lebih akurat. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner,saya mengucapkan banyak terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Jenis kelamin : a.Laki-laki b. Perempuan

Usia : a. > 15 tahun b. 15-30 tahun c. 30-45 tahun d. > 45 tahun

Pekerjaan : a. PNS b. Wiraswasta c. Guru d. Petani

Pendapatan : a.1-2juta b. 2-4juta c. > 4juta

Pelayanan : Zakila Water/Fresqua Water (Lingkari Mana Langganan Anda)

PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda ceklis (√) pada setiap jawaban anda

Setiap pertanyaan berikut ini terdiri lima pilihan jawaban:

(SS) Sangat Setuju

(S) Setuju

(KS) Kurang Setuju

(TS) Tidak Setuju

(STS) Sangat Tidak Setuju

Angket Variabel Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water

Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
Realibility (Kehandalan)	Karyawan depot air minum isi ulang cepat melayani pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang bersungguh-sungguh memberikan pelayanan					
	Karyawan depot air minum isi ulang lamban melayani pelanggan					
Responssivenes (Daya Tanggap)	Karyawan depot air minum isi ulang dengan cepat merespon keluhan pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang tidak menanggapi keluhan pelanggan					
Competence (kemampuan)	Karyawan depot air minum isi ulang memiliki keterampilan dalam pekerjaannya					
	Karyawan depot air minum isi ulang tidak terampil dalam pekerjaannya					
Access (Akses)	Lokasi depot air minum isi ulang mudah dijangkau					
	Waktu menunggu pelanggan tidak terlalu lama					
	Pelanggan kesulitan memperoleh pelayanan dari depot air minum ini					
Courtesy (Kesopanan)	Karyawan depot air minum tidak peduli terhadap pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang berlaku sopan dalam memberikan pelayanan					
Communication (Komunikasi)	Karyawan depot air minum isi ulang mampu member penjelasan kepada pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang berkomunikasi dengan bahasa yang baik kepada pelanggan					

Credibility (Kepercayaan)	Karyawan depot air minum isi ulang kurang dipercayai pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang jujur kepada pelanggan					
Security (Jaminan)	Karyawan depot air minum isi ulang jujur memberikan pelayanan kepada pelanggan					
	Air minum isi ulang terjamin untuk di konsumsi					
Understanding/knowing the customer (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	Karyawan depot air minum isi ulang mengerti akan kebutuhan pelanggan					
	Karyawan depot air minum isi ulang kurang memahami pelanggan					
Tangibles (Bukti Langsung)	Perlengkapan yang tersedia pada depot air minum ulang lengkap dan bersih					
	Karyawan depot air minum isi ulang berpenampilan menarik					
	Penampilan karyawan depot air minum isi ulang kurang bersih					

Hasil Uji *Reliability*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPD1	87.01	52.521	.505	.825
KPD2	86.24	59.929	.261	.834
KPD3	87.08	56.106	.520	.824
KPD4	86.46	57.294	.482	.827
KPD5	86.83	56.282	.475	.826
KPD6	87.25	51.204	.526	.825
KPD7	87.42	57.289	.322	.833
KPD8	86.63	53.026	.571	.821
KPD9	86.35	60.709	.212	.835
KPD10	86.94	57.039	.463	.827
KPD11	86.67	57.944	.337	.832
KPD12	86.15	58.357	.347	.831
KPD13	86.39	58.523	.428	.829
KPD14	86.47	59.746	.244	.835
KPD15	86.74	54.760	.462	.827
KPD16	86.92	52.359	.617	.818
KPD17	86.26	59.605	.341	.832
KPD18	85.96	58.773	.408	.830
KPD19	86.42	60.979	.215	.835
KPD20	86.94	59.095	.217	.837
KPD21	86.00	59.803	.268	.834
KPD22	86.18	60.713	.160	.837
KPD23	86.31	55.342	.485	.825

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		kualitas_Pelayanan
N		72
Normal Parameters[a,b]	Mean	90.53
	Std. Deviation	7.883
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.059
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.395[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

kualitas _pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.228	1	70	.273

ANOVA

kualitas _pelayanan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	963.240	1	963.240	19.551	.000
Within Groups	3448.705	70	49.267		
Total	4411.944	71			

Lampiran 2

Rekapitulasi Angket

RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	SKOR
1	2	4	5	5	4	2	3	3	5	4	5	4	4	3	4	2	5	5	4	5	5	4	4	91
2	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	5	4	5	84
3	2	5	4	4	4	2	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	90
4	2	5	3	4	4	2	2	3	5	3	3	4	2	5	5	2	5	5	4	4	5	4	5	86
5	2	4	3	4	2	1	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	76
6	2	4	2	5	3	1	3	3	5	2	3	5	4	5	3	2	4	5	4	2	4	5	3	79
7	2	4	4	2	4	1	4	2	4	4	5	4	5	1	1	3	5	4	4	4	5	5	2	79
8	2	5	3	4	4	1	4	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	2	88
9	2	5	3	4	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	2	83
10	2	4	2	2	4	1	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	2	79
11	2	5	3	4	3	2	3	3	4	3	3	5	4	4	3	2	4	5	4	3	4	4	3	80
12	3	4	2	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	81
13	3	4	4	5	4	2	2	3	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5	94
14	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	74
15	3	4	4	4	4	1	2	3	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	4	4	4	91
16	2	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	5	87
17	3	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	98
18	2	5	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	2	5	5	3	80
19	2	4	4	5	4	5	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	97
20	2	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	5	4	3	5	5	3	79
21	2	5	5	5	4	2	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	101

22	**2**	**4**	**3**	**4**	**4**	**2**	**3**	**4**	**4**	**2**	**3**	**5**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**5**	**4**	**82**
23	**3**	**5**	**5**	**5**	**4**	**3**	**5**	**3**	**5**	**3**	**3**	**4**	**5**	**5**	**5**	**3**	**5**	**5**	**5**	**3**	**5**	**5**	**5**	**99**
24	**2**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**2**	**2**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**5**	**3**	**5**	**5**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**91**
25	**3**	**4**	**3**	**4**	**3**	**2**	**5**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**5**	**5**	**4**	**5**	**5**	**4**	**89**
26	**2**	**4**	**3**	**4**	**3**	**1**	**2**	**2**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**4**	**3**	**2**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**3**	**74**
27	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**2**	**3**	**3**	**4**	**3**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**84**
28	**2**	**4**	**3**	**2**	**4**	**2**	**2**	**2**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**4**	**3**	**2**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**3**	**74**
29	**3**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**1**	**4**	**4**	**5**	**5**	**4**	**5**	**5**	**5**	**93**
30	**3**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**3**	**5**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**4**	**4**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**4**	**4**	**5**	**103**
31	**5**	**5**	**3**	**5**	**3**	**5**	**3**	**5**	**5**	**3**	**3**	**5**	**5**	**5**	**5**	**5**	**4**	**4**	**4**	**3**	**5**	**5**	**4**	**99**
32	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**91**
33	**4**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**5**	**5**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**89**
34	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**3**	**5**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**5**	**90**
35	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**88**
36	**4**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**90**
37	**5**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**84**
38	**4**	**5**	**3**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**3**	**1**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**86**
39	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**5**	**4**	**4**	**86**
40	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**3**	**3**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**4**	**5**	**85**
41	**4**	**5**	**3**	**4**	**3**	**4**	**2**	**5**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**5**	**4**	**4**	**3**	**5**	**4**	**4**	**89**
42	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**2**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**90**
43	**5**	**5**	**3**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**95**
44	**5**	**5**	**3**	**5**	**4**	**5**	**3**	**5**	**4**	**3**	**4**	**5**	**5**	**5**	**4**	**5**	**5**	**5**	**4**	**3**	**5**	**5**	**5**	**102**
45	**4**	**4**	**3**	**4**	**3**	**4**	**2**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**4**	**4**	**3**	**4**	**4**	**5**	**87**

46	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	89
47	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	92
48	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	95
49	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	94
50	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	89
51	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	94
52	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	88
53	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	100
54	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	101
55	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	99
56	5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	98
57	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	98
58	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	87
59	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4	4	86
60	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	88
61	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	88
62	4	4	4	5	3	5	4	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	4	94
63	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	102
64	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	98
65	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	100
66	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	98
67	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5	97
68	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	98
69	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	100
70	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	103
71	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	104

72	**5**	**5**	**4**	**4**	**4**	**4**	**4**	**5**	**4**	**5**	**4**	**5**	**4**	**4**	**5**	**4**	**4**	**5**	**4**	**3**	**5**	**5**	**5**	**101**

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas

		KPD1	KPD2	KPD3	KPD4	KPD5	KPD6	KPD7	KPD8	KPD9	KPD10	KPD11	KPD12	KPD13	KPD14	KPD15	KPD16	KPD17	KPD18	KPD19	KPD20	KPD21	KPD22	KPD23	SKOR
KPD1	Pearson Correlation	1	.183	.079	.170	.105	.751**	.115	.840**	-.118	.194	.037	.061	.166	.133	.166	.820**	-.049	-.076	.074	-.159	.036	-.125	.467**	.608**
	Sig. (2-tailed)		.124	.507	.153	.380	.000	.336	.000	.325	.103	.759	.613	.164	.266	.164	.000	.682	.525	.538	.182	.763	.295	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD2	Pearson Correlation	.183	1	.109	.261*	.055	.120	.227	.148	.090	.076	-.044	.096	-.052	.200	.225	.151	.095	.292*	.061	.029	.225	.344**	-.023	.319**
	Sig. (2-tailed)	.124		.364	.027	.646	.317	.055	.213	.452	.526	.716	.421	.666	.092	.058	.205	.428	.013	.612	.809	.057	.003	.849	.006
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD3	Pearson Correlation	.079	.109	1	.414**	.448**	.272*	.291*	.144	.370**	.397**	.399**	.124	.409**	-.028	.223	.170	.382**	.309**	.216	.248*	.281*	.120	.374**	.584**
	Sig. (2-tailed)	.507	.364		.000	.000	.021	.013	.228	.001	.001	.001	.298	.000	.816	.060	.154	.001	.008	.068	.035	.017	.317	.001	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD4	Pearson Correlation	.170	.261*	.414**	1	.047	.361**	.175	.269*	.481**	.072	.086	.185	.238*	.445**	.268*	.185	.139	.284*	.178	.126	.154	.204	.461**	.541**
	Sig. (2-tailed)	.153	.027	.000		.694	.002	.142	.022	.000	.548	.471	.120	.044	.000	.023	.120	.245	.016	.136	.292	.197	.085	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KP	Pearso	.105	.055	.448	.047	1	.123	.188	.113	.048	.450	.42	.36	.298*	.110	.428*	.239*	.376*	.400**	.086	.326*	.136	.104	.222	.547**

D5	n Correlation			**							**	0**	4**			*		*			*				
	Sig. (2-tailed)	.380	.646	.000	.694		.303	.113	.344	.692	.000	.000	.002	.011	.357	.000	.043	.001	.001	.470	.005	.255	.384	.061	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD6	Pearson Correlation	.751**	.120	.272*	.361**	.123	1	.010	.736**	-.105	.209	.075	.027	.203	.120	.050	.799**	-.033	-.031	.135	-.056	.055	-.046	.543**	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.317	.021	.002	.303		.931	.000	.379	.078	.530	.825	.087	.315	.679	.000	.786	.793	.259	.643	.647	.702	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD7	Pearson Correlation	.115	.227	.291*	.175	.188	.010	1	.216	.152	.108	-.044	.156	.256*	.017	.169	.204	.145	.348**	.268*	.052	.290*	.423**	.123	.416**
	Sig. (2-tailed)	.336	.055	.013	.142	.113	.931		.068	.201	.367	.716	.190	.030	.890	.155	.086	.223	.003	.023	.665	.014	.000	.305	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD8	Pearson Correlation	.840**	.148	.144	.269*	.113	.736**	.216	1	-.064	.110	.001	.172	.167	.217	.205	.819**	.027	.028	.081	-.210	.077	-.047	.469**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.000	.213	.228	.022	.344	.000	.068		.591	.360	.996	.149	.160	.066	.084	.000	.819	.813	.501	.076	.521	.695	.000	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD9	Pearson Corr	-.118	.090	.370**	.481**	.048	-.105	.152	-.064	1	-.032	.041	.121	.227	.215	.296*	-.109	.374**	.335**	.179	.118	.227	.189	.048	.259*

	elation																								
	Sig. (2-tailed)	.325	.452	.001	.000	.692	.379	.201	.591		.791	.734	.311	.055	.069	.012	.364	.001	.004	.133	.324	.055	.113	.689	.028
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD10	Pearson Correlation	.194	.076	.397**	.072	.450**	.209	.108	.110	-.032	1	.613**	.240*	.213	-.089	.329**	.243*	.234*	.300*	.089	.468**	.161	.018	.243*	.528**
	Sig. (2-tailed)	.103	.526	.001	.548	.000	.078	.367	.360	.791		.000	.042	.072	.457	.005	.040	.048	.010	.457	.000	.176	.878	.040	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD11	Pearson Correlation	.037	-.044	.399**	.086	.420**	.075	-.044	.001	.041	.613**	1	.238*	.360**	-.193	.246*	.102	.293*	.303**	.007	.574**	.128	-.063	.122	.416**
	Sig. (2-tailed)	.759	.716	.001	.471	.000	.530	.716	.996	.734	.000		.044	.002	.105	.037	.396	.012	.010	.954	.000	.284	.602	.309	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD12	Pearson Correlation	.061	.096	.124	.185	.364**	.027	.156	.172	.121	.240*	.238*	1	.313**	.179	.434**	.146	.193	.471**	.070	.126	.033	.167	.000	.417**
	Sig. (2-tailed)	.613	.421	.298	.120	.002	.825	.190	.149	.311	.042	.044		.007	.131	.000	.223	.105	.000	.560	.292	.784	.161	1.000	.000

	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD13	Pearson Correlation	.166	-.052	.409**	.238*	.298*	.203	.256*	.167	.227	.213	.360**	.313**	1	.022	.176	.304**	.332**	.127	.164	.191	.094	.260*	.091	.481**
	Sig. (2-tailed)	.164	.666	.000	.044	.011	.087	.030	.160	.055	.072	.002	.007		.854	.138	.010	.004	.287	.168	.109	.431	.028	.449	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD14	Pearson Correlation	.133	.200	-.028	.445**	.110	.120	.017	.217	.215	-.089	-.193	.179	.022	1	.425**	.143	.111	.139	.045	-.114	-.006	.085	.335**	.309**
	Sig. (2-tailed)	.266	.092	.816	.000	.357	.315	.890	.066	.069	.457	.105	.131	.854		.000	.230	.351	.245	.710	.342	.963	.475	.004	.008
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD15	Pearson Correlation	.166	.225	.223	.268*	.428**	.050	.169	.205	.296*	.329**	.246*	.434**	.176	.425**	1	.138	.367**	.403**	-.109	.294*	.086	.006	.270*	.554**
	Sig. (2-tailed)	.164	.058	.060	.023	.000	.679	.155	.084	.012	.005	.037	.000	.138	.000		.248	.002	.000	.360	.012	.472	.957	.022	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD16	Pearson Correlation	.820**	.151	.170	.185	.239*	.799**	.204	.819**	-.109	.243*	.102	.146	.304**	.143	.138	1	.141	-.030	.185	-.051	.079	.022	.359**	.691**

	Sig. (2-tailed)	.000	.205	.154	.120	.043	.000	.086	.000	.364	.040	.396	.223	.010	.230	.248		.237	.801	.119	.670	.510	.858	.002	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD17	Pearson Correlation	-.049	.095	.382**	.139	.376**	-.033	.145	.027	.374**	.234*	.293*	.193	.332**	.111	.367**	.141	1	.202	.089	.252*	.251*	.093	.067	.390**
	Sig. (2-tailed)	.682	.428	.001	.245	.001	.786	.223	.819	.001	.048	.012	.105	.004	.351	.002	.237		.088	.457	.033	.034	.438	.576	.001
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD18	Pearson Correlation	-.076	.292*	.309**	.284*	.400**	-.031	.348**	.028	.335**	.300*	.303**	.471**	.127	.139	.403**	-.030	.202	1	.218	.306**	.414**	.340**	-.004	.460**
	Sig. (2-tailed)	.525	.013	.008	.016	.001	.793	.003	.813	.004	.010	.010	.000	.287	.245	.000	.801	.088		.066	.009	.000	.004	.975	.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD19	Pearson Correlation	.074	.061	.216	.178	.086	.135	.268*	.081	.179	.089	.007	.070	.164	.045	-.109	.185	.089	.218	1	.080	.069	.206	.065	.253*
	Sig. (2-tailed)	.538	.612	.068	.136	.470	.259	.023	.501	.133	.457	.954	.560	.168	.710	.360	.119	.457	.066		.507	.565	.082	.590	.032
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KP	Pear	-	.02	.24	.12	.32	-	.05	-	.11	.46	.57	.12	.191	-.114	.294*	-.051	.252*	.306**	.080	1	.106	.016	.127	.306**

D20	son Correlation	.159	9	8*	6	6**	.056	2	.210	8	8**	4**	6												
	Sig. (2-tailed)	.182	.809	.035	.292	.005	.643	.665	.076	.324	.000	.000	.292	.109	.342	.012	.670	.033	.009	.507		.374	.891	.288	.009
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD21	Pearson Correlation	.036	.225	.281*	.154	.136	.055	.290*	.077	.227	.161	.128	.033	.094	-.006	.086	.079	.251*	.414**	.069	.106	1	.456**	-.015	.327**
	Sig. (2-tailed)	.763	.057	.017	.197	.255	.647	.014	.521	.055	.176	.284	.784	.431	.963	.472	.510	.034	.000	.565	.374		.000	.902	.005
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD22	Pearson Correlation	-.125	.344**	.120	.204	.104	-.046	.423**	-.047	.189	.018	-.063	.167	.260*	.085	.006	.022	.093	.340**	.206	.016	.456**	1	-.228	.219
	Sig. (2-tailed)	.295	.003	.317	.085	.384	.702	.000	.695	.113	.878	.602	.161	.028	.475	.957	.858	.438	.004	.082	.891	.000		.054	.064
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
KPD23	Pearson Correlation	.467**	-.023	.374**	.461**	.222	.543**	.123	.469**	.048	.243*	.122	.000	.091	.335**	.270*	.359**	.067	-.004	.065	.127	-.015	-.228	1	.565**
	Sig. (2-	.000	.849	.001	.000	.061	.000	.305	.000	.689	.040	.309	1.000	.449	.004	.022	.002	.576	.975	.590	.288	.902	.054		.000

	tailed)																								
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
SKOR	Pearson Correlation	.608**	.319**	.584**	.541**	.547**	.635**	.416**	.652**	.259*	.528**	.416**	.417**	.481**	.309**	.554**	.691**	.390**	.460**	.253*	.306**	.327**	.219	.565**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.028	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.000	.001	.000	.032	.009	.005	.064	.000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

Hasil Uji *Independent Sampel T-Test*

Group Statistics

	kpd	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
kualitas_pelayanan	zakila	30	86.20	8.352	1.525
	fresqua	42	93.62	5.897	.910

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances	t-test for Equality of Means							
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas pelayanan	Equal variances assumed	1.228	.273	2.711	70	.000	5.419	1.678	-10.765	-4.073
	Equal variances not assumed			2.711	48.944	.000	5.419	1.776	-10.988	-3.851

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : 905/In.14/G.1/G.4b/TL.00/03/2020 31 Maret 2020
Hal : **Mohon Izin Riset**

Kepada Yth: **Pengelola Depot Air Minum Fresqua Water Desa Kampung baru.**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan menerangkan bahwa:

Nama	: Nuraini
NIM	: 1640200050
Semester	: VIII (Delapan)
Program Studi	: Ekonomi Syariah
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: " Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water di Desa Kampung Baru Kecamatan Lingga Bayu Kabupaten Mandailing Natal ".

Sehubungan dengan itu, atas bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

Dokumentasi Depot Air Minum Zakila Water

Dokumentasi Depot Air Minum Isi Ulang Fresqua Water

Nuraini

ORIGINALITY REPORT

46%	%	%	%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

repository.radenintan.ac.id Internet Source	6%
eprints.walisongo.ac.id Internet Source	3%
www.scribd.com Internet Source	3%
repository.uinsu.ac.id Internet Source	2%
repository.usd.ac.id Internet Source	2%
etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	2%
repository.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	1%
id.123dok.com Internet Source	1%

10	thesis.binus.ac.id Internet Source	1%
11	repo.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	1%
12	es.scribd.com Internet Source	1%
13	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
14	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
15	repository.widyatama.ac.id Internet Source	1%
16	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	1%
17	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
18	journal.febi.uinib.ac.id Internet Source	1%
19	eprints.uny.ac.id Internet Source	1%
20	islamiceducation001.blogspot.com Internet Source	1%
21	id.scribd.com Internet Source	1%

1%

22	vdocuments.site Internet Source	<1%
23	sayaillusionist.blogspot.com Internet Source	<1%
24	hamz-sazied.blogspot.com Internet Source	<1%
25	eprints.radenfatah.ac.id Internet Source	<1%
26	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1%
27	ejurnal.unikarta.ac.id Internet Source	<1%
28	media.neliti.com Internet Source	<1%
29	Siti Asmidar Pulungan, Yufrijal Away. "Analisa Kualitas Air Minum Isi Ulang Ditanjung Pati", LUMBUNG, 2019 Publication	<1%
30	docplayer.info Internet Source	<1%
31	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1%
32	ejournal.unsrat.ac.id Internet Source	<1%

33	garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1%
34	docobook.com Internet Source	<1%
35	mafiadoc.com Internet Source	<1%
36	mugnisulaeman.blogspot.com Internet Source	<1%
37	cahangon.net Internet Source	<1%
38	core.ac.uk Internet Source	<1%
39	dokumen.tips Internet Source	<1%
40	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1%
41	manajemenringga.blogspot.com Internet Source	<1%
42	repository.upi.edu Internet Source	<1%
43	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1%
44	www.gift-sawara.com Internet Source	<1%

Internet Source

digilib.uin-suka.ac.id

Internet Source

repository.iainpalopo.ac.id

Internet Source

repository.unej.ac.id

Internet Source

ecampus.iainbatusangkar.ac.id

Internet Source

jurnal.fk.unand.ac.id

Internet Source

eprints.undip.ac.id

Internet Source

digilib.iain-palangkaraya.ac.id

Internet Source

www.repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

ejournal.poltekkes-smg.ac.id

Internet Source

adoc.tips

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

<1%

56	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1%
57	edoc.pub Internet Source	<1%
58	www.jurnalekonomi.unisla.ac.id Internet Source	<1%
59	eprints.dinus.ac.id Internet Source	<1%
60	www.dictio.id Internet Source	<1%
61	library.binus.ac.id Internet Source	<1%
62	jurnal.polibatam.ac.id Internet Source	<1%
63	ejournal.unhasy.ac.id Internet Source	<1%
64	slideplayer.info Internet Source	<1%
65	Abrianti Abrianti, Muh Ilham, Abdullah Igo B.D. "Analisis Kepuasan Konsumen Wixel Hotel Kendari", Jurnal Online Program Studi Pendidikan Ekonomi, 2020 Publication	<1%

www.docstoc.com

66	Internet Source	<1%
67	kritismatematika.wordpress.com Internet Source	<1%
68	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1%
69	text-id.123dok.com Internet Source	<1%
70	Natalia Natalia, Firosalia Kristin, Indri Anugraheni. "PERBEDAAN EFEKTIVITAS MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE STAD DAN NHT DITINJAU DARI HASIL BELAJAR IPA SISWA KELAS 4 SD GUGUS JOKO TINGKIR", VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, 2019 Publication	<1%
71	www.pekerjadata.com Internet Source	<1%
72	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	<1%
73	stiealwashliyahsibolga.ac.id Internet Source	<1%
74	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1%

75	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1%
76	bayopohan.blogspot.com Internet Source	<1%
77	eprint.stieww.ac.id Internet Source	<1%
78	digilib.uinsgd.ac.id Internet Source	<1%
79	anzdoc.com Internet Source	<1%
80	Fijriani Fijriani, Rediska Amaliawati. "Layanan bimbingan kelompok dalam meningkatkan komunikasi interpersonal siswa", TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan dan Konseling, 2017 Publication	<1%
81	Emilia Dewiwati Pelipa. "PENERAPAN AKUNTANSI PADA USAHA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI KOTA SINTANG", JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi, 2018 Publication	<1%
82	skripsidantesisjakartaselatan.blogspot.com Internet Source	<1%
83	eprints.umpo.ac.id Internet Source	<1%

84	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1%
85	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
86	repository.poltekkes-tjk.ac.id Internet Source	<1%
87	newtafsir.blogspot.com Internet Source	<1%
88	www.kumpulanpengertian.com Internet Source	<1%
89	ejournal.iainbengkulu.ac.id Internet Source	<1%
90	lailansakinah.blogspot.com Internet Source	<1%
91	ejournal.stainpamekasan.ac.id Internet Source	<1%
92	journal2.uad.ac.id Internet Source	<1%
93	www.lontar.ui.ac.id Internet Source	<1%
94	ar.scribd.com Internet Source	<1%
95	tulusyuliannty.blogspot.com Internet Source	<1%

<1%

96 eprints.unm.ac.id
Internet Source
<1%

97 Nila Saadati. "Efisiensi Produktifitas Wakaf Tunai (Wakaf Uang) dalam Pemberdayaan Ekonomi di Indonesia", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2016
Publication
<1%

98 Rizqi Anugrah, R. Deni Muhammad Danial, Faizal Mulia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keunggualan Bersaing (Studi pada: Pelaggan Hotel berbintang di Kota Sukabumi)", JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2020
Publication
<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		