



**DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM  
BERBELANJA DI SWALAYAN RAHMAT SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat*

*Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)*

*dalam bidang Ekonomi Syariah*

*Konsentrasi Manajemen Bisnis*

**Oleh:**

**USMAN MUNTE  
NIM:1640200054**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**



**DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM  
BERBELANJA DI SWALAYAN RAHMAT SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**SKRIPSI**

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat  
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Bidang Ekonomi Syariah  
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

**Oleh :**

**USMAN MUNTE  
NIM: 1640200054**

**Pembimbing I**

**Muhammad Isa, S.T., M.M  
NIP.19800605 201101 1003**

**Pembimbing II**

**Adanan Murroh Nasution, M.A  
NIDN.2104118301**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PADANGSIDIMPUAN  
2021**



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 Fax. (0634) 24022

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

Padangsidimpuan, 17 Juni 2021  
Kepada Yth:  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam IAIN Padangsidimpuan  
Di-  
Padangsidimpuan

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **Usman Munte** yang berjudul "**Determinan Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, S.T., M.M  
NIP. 19800605 20110 1 003

PEMBIMBING II

Adanan Murroh Nasution, M.A  
NIDN. 2104118301

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : USMAN MUNTE  
NIM : 16 402 00054  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
JenisKarya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan  
Pada tanggal : 15 Juni 2021  
Yang menyatakan,



**USMAN MUNTE**  
NIM. 16 402 0005492

## **SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI**

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : USMAN MUNTE  
NIM : 16 402 00054  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : **Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.**

Dengan ini menyatakan bahwa saya 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 IAIN Padangsidempuan 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 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 15 Juni 2021  
Pembuat Pernyataan,



**USMAN MUNTE**  
**NIM. 16 402 00054**



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

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang 22733  
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH

Panitia Ujian Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan ersama anggota penguji lainnya yang diangkat oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan Berdasarkan Surat Keputusan Nomor B-521/In.14/G1/G.6/PP.01.1/07/2021 tanggal 02 Juli 2021, setelah memperhatikan hasil ujian dari mahasiswa :

NAMA : USMAN MUNTE  
NIM : 1640200054  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan LULUS, ~~LULUS BERSYARAT~~, ~~MENGULANG~~ DALAM UJIAN tonaqasyah FEBI IAIN Padangsidimpuan dengan nilai Skripsi 72 (B).

Dengan demikian mahasiswa tersebut telah menyelesaikan seluruh beban studi yang telah ditetapkan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan memperoleh yudisium :

- a. PUJIAN : 3,51 – 4,00
- b. SANGAT MEMUASKAN : 3,01 – 3,50
- c. MEMUASKAN : 2,76 – 3,00
- d. CUKUP : 2,00 – 2,75
- e. TIDAK LULUS : 0,00 – 1,99

Dengan Indeks Prestasi Kumulatif 3,4 . Oleh karena itu kepadanya diberikan hak memakai gelar SARJANA EKONOMI (SE) dalam ilmu Ekonomi Syariah dan segala hak yang menyertainya.

Mahasiswa yang namanya tersebut di atas terdaftar sebagai alumni ke : 933

etua,

r. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si  
IP : 197905252006041004

nggota Penguji :

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M. Si

Azwar Hamid, M.A

Dr. Budi Gautama Siregar, M.M

Arti Damisa, M.E.I

Padangsidimpuan, 06 Juli 2021  
Panitia Ujian Munaqasyah

Sekretaris,

Azwar Hamid, M.A

NIP : 198603112015031005

1.

2.

3.

4.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN**  
**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** : Usman Munte  
**NIM** : 16 402 00054  
**Fak/Prodi** : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
**Judul Skripsi** : Determinan Kepuasan Pelanggan dalam Berbelanja di  
Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan

**Ketua**

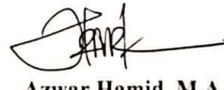
  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si.**  
**NIP. 1979052 52006 0 41004**

**Sekretaris**

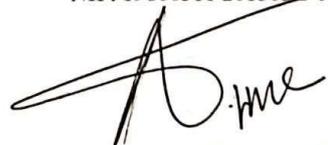
  
**Azwar Hamid, M.A.**  
**NIP. 19860311 201503 1 005**

**Anggota**

  
**Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E.,M.Si.**  
**NIP. 1979052 52006 0 41004**

  
**Azwar Hamid, M.A.**  
**NIP. 19860311 201503 1 005**

  
**Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd.,M.M.**  
**NIP. 1979072 02011 0 11005**

  
**Arti Damisa, S.H.I., M.E.I.**  
**NIDN. 2020128902**

**Pelaksanaan Sidang Munaqasyah:**

**Di** : Padangsidimpuan  
**Hari/Tanggal** : Selasa/06 Juli 2021  
**Pukul** : 14.00 s/d 16.30 WIB  
**Hasil/Nilai** : 73/(B)  
**IPK** : 3,40  
**Predikat** : Sangat Memuaskan



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

### PENGESAHAN

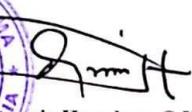
**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN KEPUASAN PELANGGAN DALAM  
BERBELANJA DI SWALAYAN RAHMAT SYARIAH  
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : USMAN MUNTE**  
**NIM : 16 402 00054**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas  
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar  
**Sarjana Ekonomi (SE)**  
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan 28 Juli 2021  
Dekan,



  
**Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si**  
NID. 19780818 200901 1 015

## ABSTRAK

**Nama** : Usman Munte  
**Nim** : 16 402 00054  
**Jurusan** : Ekonomi Syariah  
**Judul Skripsi** : **Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan**

Permasalahan dalam penelitian ini bahwa kepuasan pelanggan berbelanja tidak sepenuhnya terpenuhi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas berpengaruh secara bersamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas. Teori tersebut menjelaskan bahwa pelayanan yang baik akan membuat pelanggan puas. Lokasi yang strategis, aman akan membuat pelanggan nyaman dalam berbelanja. Harga yang dapat di jangkau oleh pelanggan bisa membuat pelanggan datang kembali untuk berbelanja. Fasilitas yang di berikan akan mempermudah pelanggan dalam berbelanja. Dalam pembahasan tersebut maka diperlukan pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas untuk membuat pelanggan puas.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 97 sampel. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, dan dokumentasi. Uji data yang digunakan yaitu: uji validitas, uji reliabilitas, statistik deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, analisis regresi linear berganda, koefisien determinan  $R^2$ , uji parsial (uji t), uji simultan (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalaan Rahmat Syariah Padangsidempuan. Terdapat pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalaan Rahmat Syariah Padangsidempuan. Terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalaan Rahmat Syariah Padangsidempuan. Tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalaan Rahmat Syariah Padangsidempuan. Tidak semua variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

**Kata Kunci** : **Pelayanan , Lokasi, Harga, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan**

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya yang tiada henti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul penelitian “**Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan**”. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari akhir.

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 penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Dr. Anhar M.A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., wakil Dekan I Bidang Akademik. Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A., Selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Nurul Izzah selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak pembimbing I bapak Muhammad Isa, ST., M.M, bapak Adanan Murroh Nasution M.A selaku pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
7. Terima kasih kepada Bapak Hasan Amir Nasution Selaku pimpinan Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan dan seluruh karyawan sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah.

8. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda H. Nurdin Munthe dan Ibunda Alm. Hj Masnah Ritonga, untuk dukungan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan yang tiada hentinya diberikan kepada peneliti. Tidak lupa pula nasehat disaat peneliti lemah serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan peneliti.
9. Kepada kakak tertua Gaya Munthe S.Pd.I, Yusnidar Munthe S.Pd.I dan Cahaya Munthe Am.keb. Tidak bosan-bosan memeberikan nasehat disaat peneliti lemah serta menjadi teladan bagi peneliti untuk memahami arti kesabaran dan keikhlasan, semua demi keselamatan dan keberhasilan peneliti. Semoga Allah nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
10. Untuk sahabat saya Afna Sari Siregar. Kepengurusan Dewan Eksekutif Mahasiswa IAIN PSP periode 2019-2020, dan kawan satu kos Abdul Manaf Harahap, Depan Habib Siregar dan adek kos Rusydi Alwi Harahap dan Hamdan Akbar Harahap , yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini dan rekan-rekan Ekonomi Syariah 4 Manajemen Bisnis-3, angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
11. Terima kasih kepada adek-adek KKL Riska, Anggi, Ros, Winda, Saskia, Aisa, Dini dan Fyfi yang turut memberikan motivasi dan semangat peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan yang jauh lebih baik atas amal kebaikan yang telah diberikan kepada peneliti. Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. *Amin yarabbal alamin.*

Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada diri peneliti. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Padangsidempuan, Juni 2021

Peneliti

**USMAN MUNTE**  
**NIM. 16 402 00054**

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

### 1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya 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	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es
ص	šad	š	Es dan 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	‘	komaterbalik 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

## 2. Vokal

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

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>Fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>Dammah</i>	U	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

TandadanHuruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
و.....	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

### c. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ.....	<i>fathah dan alifatauya</i>	ā	a dan garis atas
اِ.....	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	i dan garis di bawah
اُ.....	<i>ḍommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

### 3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

#### a. *Ta marbutah* hidup

*Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

#### b. *Ta marbutah* mati

*Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat 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 marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

### 4. *Syaddah (Tsaydid)*

*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 diberi tanda *syaddah* itu.

## 5. Kata Sandang

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

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

### a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

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.

### b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

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

## 6. Hamzah

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

## 7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap 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 bias dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

## **8. Huruf Kapital**

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

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

## **9. Tajwid**

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

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

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL SAMPUL</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATAPENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	4
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Definisi Operasional.....	5
F. Tujuan Penelitian .....	8
G. Kegunaan Penelitian.....	9
H. Sistematik Pembahasan.....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Kerangka Teori.....	11
1. Kepuasan .....	11
a. Pengertian Kepuasan .....	11
b. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	12
d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	13
e. Kepuasan dalam Perspektif Islam .....	14
2. Pelayanan .....	16
a. Pengertian Pelayanan .....	16
b. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
c. Pelayanan yang Baik .....	17
3. Lokasi .....	19
a. Pengertian Lokasi .....	19
b. Faktor-Faktor Penentuan Lokasi .....	20
c. Pertimbangan-Pertimbangan untuk Menentukan Lokasi .....	22
4. Harga .....	23
a. Pengertian Harga .....	23
b. Dasar Penetapan Harga .....	24
c. Strategi Penetapan Harga .....	24
d. Harga Dalam Perspektif Islam .....	26

5. Fasilitas .....	27
a. Pengertian Fasilitas .....	27
B. Penelitian Terdahulu .....	28
C. Kerangka Pikir.....	31
D. Hipotesis.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>33</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	33
B. Jenis Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel .....	33
D. Sumber Data.....	35
E. Instrumen Pengumpulan Data.....	36
F. Uji Validitas dan Realibilitas .....	38
G. Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	45
1. Sejarah Berdirinya Swalyan Rahmat Syariah.....	45
2. Visi dan Misi .....	48
3. Struktur Perusahaan.....	49
4. Karakteristik Responden Penelitian.....	50
B. Hasil Analisis Data.....	51
1. Uji Validitas.....	51
2. Uji Realibilitas .....	56
3. Analisis Deskriptif .....	59
4. Uji Normalitas .....	60
5. Uji Linearitas .....	61
6. Uji Multikolinearitas.....	63
7. Uji Heterokedastisitas.....	65
8. Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	66
9. Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
10. Uji Signifikan Parsial ( Uji-t) .....	69
11. Uji Simultan (Uji-F) .....	71
C. Pembasan Hasil Penelitian .....	72
D. Keterbatasan Penelitian.....	76
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>
A. Kesimpulan .....	77
B. Saran .....	78

**DAFTAR PUSTAKA**  
**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 : Kerangka Fikir .....	31
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi .....	50

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Curriculum Vitae
- Lampiran 2 Kata Pengantar Angket
- Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Data Penelitian
- Lampiran 5 Tabel R, T dan F

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pasar tradisional merupakan tempat bertemunya penjual dan pembeli serta ditandai dengan adanya transaksi penjual pembeli secara langsung dan biasanya ada proses tawar-menawar, kebanyakan menjual kebutuhan sehari-hari seperti sandang, pangan, dan papan. Kelebihan dari pasar ini adalah harga barangnya yang terjangkau, area penjualan yang biasanya luas, dan merupakan salah satu pendongkrak perekonomian kalangan menengah kebawah. Sedangkan kelemahan dari pasar ini diantaranya lokasinya yang kurang bersih dan kurang terpercayanya barang yang dijual yang dilakukan oleh oknum penjual yang tidak bertanggung jawab.

Pasar modern tidak banyak berbeda dari pasar tradisional, namun pada pasar jenis ini penjual dan pembeli tidak bertransaksi secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang, berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan secara mandiri atau dilayani oleh pramuniaga.<sup>1</sup> Barang-barang yang dijual, selain bahan makanan seperti: buah, sayuran, daging, sebagian besar barang lainnya yang dijual adalah barang yang dapat bertahan lama. Kelebihan dari pasar ini adalah barang yang dijual lebih dijamin kesehatannya dan tempat belanja yang nyaman. Sedangkan kekurangan yang dimiliki oleh pasar ini yaitu pembeli tidak bisa menawar harga barang yang dijual.

---

<sup>1</sup> M.Syamsul Ma'rif Hendri Tanjung, Manajemen Operasi ( Jakarta: PT, Grasindo, 2003), hlm. 45.

Contoh dari pasar modern adalah pasar swalayan (supermarket), dan minimarket. Supermarket atau pasar swalayan adalah sebuah toko yang menjual segala kebutuhan sehari-hari. Secara harfiah yang diambil dari bahasa Inggris artinya adalah pasar yang besar. Dimana barang-barang yang dijual di supermarket atau pasar swalayan biasanya adalah barang kebutuhan sehari-hari.

Dari penjelasan di atas, perbedaan kedua pasar tersebut antara lain sebagai berikut: Jenis-jenis barang yang dijual pada pasar tradisional terfokus pada kebutuhan sandang-pangan sehari-hari dan kebutuhan primer, sedangkan pasar modern jenis-jenis barang yang dijual adalah beragam dari barang-barang premis, yaitu: suatu barang sangat penting akan keberadaanya untuk kelangsungan hidup dan sifatnya wajib untuk dipenuhi. Misalnya Sembilan bahan makanan pokok (sembako). Dan barang substitusi yaitu: barang yang dapat menggantikan fungsi/ kegunaan barang lain secara sempurna, artinya bila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang yang lainnya. Misalnya baju dengan kaus, teh dengan kopi, kompor dengan tungku. Penjual yang beraktifitas dalam pasar modern pada dasarnya telah memiliki pengalaman dalam pengetahuan bisnis sedangkan penjual yang beraktifitas dalam pasar tradisional hanya berharap pada nasib keuntungan.

Pasar modern menawarkan diskon (potongan harga) dan *freebies* (gratisan), sedangkan pasar tradisional tidak ada. Pasar modern lebih bersih

dari pasar tradisional. Pembeli yang datang pada pasar tradisional pada umumnya masyarakat menengah kebawah dan masyarakat berekonomi rendah. Sedangkan pembeli pada pasar modern umumnya masyarakat menengah ke atas dan masyarakat ekonomi tinggi. Pembeli yang datang pada pasar modern berasal dari masyarakat setempat dan masyarakat luar daerah sedangkan pasar tradisional pembelinya hanya dari masyarakat setempat. Modal yang dimiliki oleh penjual di pasar modal jumlahnya relative besar sedangkan penjual di pasar tradisional memiliki modal yang relative rendah. Pasar modern tidak dapat tawar menawar sedangkan pasar tradisional dapat tawar-menawar. Di era globalisasi ini, banyak investor membuka usaha dibidang waralaba seperti swalayan, minimarket, indomaret dan sejenisnya.

Di kota Padangsidempuan, terlihat jelas sekali menjamurnya swalayan di daerah ini, dikarenakan para pemilik modal sangat jeli dan mengetahui naiknya tingkat beli masyarakat dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Contoh swalayan tersebut seperti Rahmat Syariah Swalayan, yang berada di Kota Padangsidempuan. Pemilik sekaligus pendiri dari Rahmat Syariah Swalayan ini adalah "Hasan Amin Nasution". Rahmat Syariah Swalayan, merupakan toko yang relatif besar. Dirancang untuk menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari kebutuhan sehari-hari sampai kebutuhan khusus.

Dari penjelasan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa timbulnya minat atau keinginan berbelanja kembali di swalayan tersebut dikarenakan adanya rasa kepuasan tersendiri akibat sistem pemasaran dari Rahmat Syariah Swalayan yang baik. Dampak dari menjamurnya swalayan di

Padangsidempuan, khususnya Rahmat Syariah Swalayan, menyebabkan terjadinya pergeseran perilaku konsumen dalam membeli.

Terkait dengan fenomena kepuasan pelanggan berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah apa yang membuat pelanggan puas ketika berbelanja, sedangkan banyak Swalayan yang serupa dalam hal menyediakan kebutuhan pelanggan apalagi sudah banyak perusahaan yang sama jenis nya khususnya di kota Padangsidempuan.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, masalah penelitian ini yang dapat diidentifikasi yaitu:

1. Pelayanan yang masih kurang efektif.
2. Lokasi yang belum sepenuhnya aman.
3. Harga yang di terapkan belum stabil.
4. Fasilitas yang belum sepenuhnya memadai.
5. Cara melayani pegawai terhadap pelanggan yang masih kurang.
6. Kelengkapan produk masih kurang.

## **C. Batasan Masalah**

Agar penelitian terfokus pada masalah yang dikemukakan dan demi tercapainya tujuan yang diinginkan, penulis membatasi masalah pada tiga

variabel bebas yaitu: pelayanan, lokasi, harga, fasilitas .Kemudian satu variabel terikat yaitu: kepuasan pelanggan.

Penelitian ini dibatasi agar dapat mengungkapkan masalahnya secara cermat, tuntas dan mendalam disamping keterbatasan waktu dan kemampuan peneliti.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan batasan masalah. Maka dapat disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?
2. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?
4. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?
5. Apakah pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan berbelanja di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan?

#### **E. Definisi Operasional Variabel**

Untuk menghindari kesalahpahaman penelitian ini, terdapat istilah yang digunakan dalam sebuah penelitian, sehingga dibuatlah definisi

operasional variabel untuk menerangkan mengenai beberapa pengertian yaitu determinan kepuasan berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Tabel 1.1  
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Pelayanan(X1)	Pelayanan adalah susunan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh kelompok atau individu yang diberikan kepada konsumen, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki. <sup>m2</sup> Pelayanan karyawan yang di berikan oleh Swalayan Rahmat Syariah sudah baik terhadap pelanggan yang berbelanja dan karyawan sangat ramah terhadap pelanggan yang datang untuk berbelanja.	1.Karyawan yang baik 2.Bertanggung jawab 3.Memahami kebutuhan pelanggan	Likert
2.	Lokasi (X2)	Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan, dengan tujuan untuk membantu perusahaan beroperasi dengan lancar, efektif, dan	1.Strategis 2. Aman 3. Nyaman 4. Luas	Likert

<sup>2</sup> M. Nur Rianto Al Arif, Dasar- dasar Pemasaran Bank Syariah (Bandung. Alfabet, 2010). hlm 211.

		<p>efisien. Lokasi Swalayan Rahmat Syariah berada di Padang matinggi Padangsidempuan yang dimana lokasinya berada pada pusat Kota yaitu yang dekat dengan jalan besar.</p>		
3.	Harga(X3)	<p>Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Harga yang di terapkan oleh Swalayan Rahmat Syaraiah masih terjangkau oleh masyarakat kalangan menengah kebawah dan tidak terlalu rendah di kalangan perusahaan yang sama.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terjangkau</li> <li>2. Murah</li> <li>3. Kualitas</li> <li>4. Label halal</li> </ol>	Likert
4.	Fasilitas(X4)	<p>Fasilitas adalah sarana atau prasarana atau perlengkapan atau alat-alat yang di sediakan perusahaan yang dapat digunakan untuk kepentingan bersama dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari. Fasilitas yang di berikan seperti tempat istirahat, mhusholla, toilet.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat membantu pelanggan</li> <li>2. Membuat pelanggan nyaman</li> <li>3. Fasilitas yang di berikan baik</li> </ol>	Likert

5.	Kepuasan pelanggan (Y)	Perusahaan melakukan suatu keadaan dimana harapan pelanggan berbelanja sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan. Kepuasan yang dirasakan pelanggan Swalayan Rahmat Syariah tergantung terhadap apa yang pelanggan rasakan ketika berbelanja.	1.Pelayanan yang diberikan memuaskan 2.Keaamanan dan kenyamanan 3.Harapan pelanggan 4.Pengalaman pelanggan	Likert
----	------------------------	---	---	--------

## F. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh pelayan terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
5. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

## **G. Kegunaan Penelitian**

Adapun Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan untuk peneliti lainnya.

### 2. Bagi Swalayan Rahmat Syariah Padangsisimpulan

Sebagai informasi tambahan bagi Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpulan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan faktor-faktor kepuasan pelanggan dalam berbelanja.

### 3. Bagi IAIN Padangsidimpulan

Sebagai bahan acuan dan referensi di harapkan dapat memberikan manfaat sebagai pengembangan pengetahuan dan memajukan pendidikan khususnya di IAIN Padangsidimpulan.

### 4. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai bahan bacaan dan pengetahuan terhadap masyarakat umum yang membaca penelitian ini.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahsan ini berfungsi untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi selanjutnya. Oleh karena itu peneliti menyajikan sistematika pembahasan yang berhubungan dengan penelitian.

**Bab I Pendahuluan,** peneliti menjelaskan tentang hal-hal yang berkaitan dengan latar belakang, peneliti mengangkat judul penelitian, peneliti memaparkan beberapa variabel yang berkaitan dengan penelitian yang disebut dengan identifikasi masalah, Kemudian Peneliti menjelaskan rumusan masalah yang berkaitan dengan tujuan penelitian.

**Bab II Landasan Teori,** peneliti memaparkan tentang teori yaitu pengertian pelayanan, lokasi, harga, fasilitas dan kepuasan, penelitian tadahulu, serta kerangka fikir dan hipotesis.

**Bab III Metode Penelitian,** peneliti memberikan beberapa penjelasan yang berkaitan dengan teknik-teknik pengelolaan data, termasuk penjelasan lokasi dan waktu penelitian, selain itu bab ini juga menjelaskan jenis penelitian, instrument pengumpulan data populasi dan sampel, teknik pengumpulan data serta teknik pengelolaan data-data penelitian.

**Bab IV Hasil Penelitian,** hasil penelitian membahas gambaran umum objek penelitian, deskriptif dan hasil penelitian, hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian dan keterbatasan penelitian.

**Bab V Kesimpulan dan Saran,** bab ini menguraikan tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan keterbatasan penelitian, adapun saran ditunjukkan kepada pihak yang berkepentingan terhadap hasil penelitian maupun penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kerangka Teori**

##### **1. Kepuasan**

###### **a. Pengertian Kepuasan**

Kepuasan bisa diartikan suatu upaya untuk pemenuhan atau membuat sesuatu yang baik. Definisi kepuasan yaitu membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.<sup>1</sup>

Pelanggan yang puas akan menyampaikannya kepada 3 orang lain atas kepuasan yang dirasakannya, dan pelanggan yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada 10 orang lain, artinya, ketidakpuasan pelanggan merupakan hal yang perlu waktu di perhatikan lebih karena akan mengakibatkan perusahaan dan organisasi jatuh. Maka dari itu tugas yang harus dilakukan organisasi adalah bagaimana mencocokkan barang atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.

###### **b. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan bisa didefinisikan yaitu perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli atau di konsumsi, jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaanya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika di rasakan lebih rendah dari

---

<sup>1</sup> Veitzal Rivaidan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 153.

harapannya konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu indikator yang sangat penting untuk melihat kesuksesan suatu usaha.

Pelanggan yang merasa tidak puas mereka akan otomatis kecewa, dengan rasa kecewa yang dirasakan pelanggan akan melakukan tindakan komplain, atau tidak melakukan apa-apa sama sekali.<sup>2</sup> Banyak hal yang menyebabkan pelanggan kabur diantaranya:

- a) Pelayanan yang kurang baik
- b) Waktu yang tidak efisien (lama)
- c) Biaya yang terlalu mahal

#### **c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa faktor utama kepuasan pelanggan yaitu:

- a) Mutu produk

Pelanggan senang ketika mengonsumsi dan memakai produk yang memiliki kualitas yang baik.

- b) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dilihat ketika pelanggan tidak ada yang komplain pada saat menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.

- c) Harga

Pelanggan yang mengetahui harga pasaran akan lebih sering menggunakan produk atau jasa yang harganya relatif murah.

---

<sup>2</sup> *Ibid.*, hlm. 37.

d) Faktor emosional

Banyak produk berkaitan dengan gaya hidup masyarakat seperti mobil, kosmetik dan pakaian, akan menjadi salah satu faktor emosional yang menempati tempat yang penting.

e) Biaya dan kemudahan

Pelanggan akan semakin tertarik apabila biaya yang dikeluarkan relatif sedikit dan prosesnya sangat mudah.<sup>3</sup>

**d. Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengukur kepuasan, yaitu sebagai berikut:

a) Sistem Keluhan Dan Saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) memberikan kesempatan yang luas bagi para konsumen untuk menyampaikan saran keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, menyediakan kartu komentar, dan sebagainya. Informasi ini dapat memberikan ide-ide dan masukan kepada perusahaan dan memungkinkan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat mengatasi masalah.

---

<sup>3</sup> Budi Haryono, *How To Win Customer Through Customer Service With Heart* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 90.

## b. Survei Kepuasan Pelanggan

Metode ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen, sekaligus memberikan tanda (signal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para konsumennya.

## e. Kepuasan dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam, kepuasan seorang muslim disebut dengan *qana'ah*. Kepuasan dalam islam (*qana'ah*) merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun batiniah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan dalam rasa syukur.<sup>4</sup>

Salah satu keharusan muslim adalah menjalin dua hubungan, yaitu *Hablum Minallah* (hubungan baik kepada Allah) dan *Hablum Minannas* (hubungan baik dengan sesama manusia). Dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara penjual dan pembeli (hubungan baik sesama manusia), Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat Ali-Imran ayat 159 sebagai berikut:

---

<sup>4</sup> Fitria Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, "Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas di Surabaya," *dalam Jurnal Ekonomi Islam* 2, No. 4 (April 4, 2015): hlm. 327.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا  
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا  
 عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٦﴾

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

Dalam ayat ini Allah menjelaskan dalam konteks kepuasan pelanggan, interaksi antara pelanggan dan pembeli (hubungan baik kepada manusia), ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (pelanggan) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek *costumer*/pelanggan). Dalam memberikan kualitas pelayanan kita harus lemah lembut agar pelanggan puas dengan apa yang kita berikan. Sekiranya engkau berlaku keras, buruk perangai, kasar kata, tidak peka terhadap orang lain, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.<sup>5</sup> Bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Maksudnya urusan peperangan dan hal-hal duniawi lainnya, seperti urusan politik, ekonomi, kemasyarakatan dan lain-lainnya.

<sup>5</sup> M. Quraish Sihab, *Tafsir Al Misbah: Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2012), hlm. 242.

## 2. Pelayanan

### a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lain yang tidak dapat dilihat atau tidak dapat diraba.

Diatas sudah dijelaskan bahwa pelayanan tidak terwujud atau tidak dapat diraba yang berarti pelayanan itu hanya dapat dirasakan.<sup>6</sup> Pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan dan pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.<sup>7</sup>

Pada prinsipnya, ada tiga kunci dalam memberikan pelayanan pelanggan yang unggul, yaitu:

- 1) Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk di dalamnya tipe-tipe pelanggan yang loyal.
- 2) Pengembangan database yang lebih akurat daripada pesaing, yang mencakup data kebutuhan dan keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi pelanggan.
- 3) Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategis.

---

152. <sup>6</sup> Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm.

<sup>7</sup> *Ibid.*, hlm. 135.

## **b. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas ialah tolak ukur untuk melihat bagus atau tidaknya tingkat layanan yang diberikan dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Tjiptono berpendapat bahwa kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan dan harapan serta kepuasan pelanggan.

## **c. Pelayanan yang Baik**

Pelanggan atau calon pelanggan yang dihadapi akan berbeda karakter baik dari suku dan agama. Keragaman ini seakan membentuk perilaku pelanggan yang berbeda antara satu dengan lainnya. Maksudnya yaitu pelayanan yang diberikan dapat membuat pelanggan puas karena pada dasarnya tujuan pelanggan atau calon pelanggan adalah sama, yaitu mendapatkan kepuasan, baik mutu produk ataupun pelayanan yang diberikan.

Dalam memberikan pelayanan yang terbaik perlu dukung dari berbagai aspek yaitu:

- 1) Tersedia karyawan yang baik, karyawan yang melayani pelanggan merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan, kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung dari petugas yang melayaninya.
- 2) Tersedia sarana dan prasarana, dalam melayani pelanggan hal lain yang juga penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan. Meja, kursi, serta

peralatan pendukung lainnya harus nyaman untuk ditempati dan dipandangi.

- 3) Bertanggung jawab, petugas yang baik harus bertanggung jawab kepada setiap pelanggan, sejak awal hingga sampai selesai. Artinya, dalam menjalankan kegiatan pelayanan, petugas harus mampu melayani dari awal sampai akhir.

### **3. Lokasi**

#### **a. Pengertian Lokasi**

Pemilihan lokasi berarti menghindari sebanyak mungkin seluruh segi-segi negatif dan mendapatkan lokasi yang paling banyak faktor-faktor positif. Penentuan lokasi yang tepat akan meminimumkan “beban” biaya (investasi dan operasional) jangka pendek maupun jangka panjang, dan akan meningkatkan “daya saing” perusahaan. Lokasi penting bagi perusahaan, karena akan memengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Tujuan penentuan lokasi suatu perusahaan dengan tepat ialah untuk dapat membantu perusahaan beroperasi dengan lancar, efektif, dan efisien. Ini berarti bahwa dalam menentukan lokasi perusahaan perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya biaya produksi dan biaya distribusi dari barang atau jasa yang dihasilkan sehingga biaya-biaya ini dapat menjadi serendah mungkin. Lokasi

sangat berpengaruh terhadap keamanan dan kenyamanan konsumen.<sup>8</sup> Dengan adanya penentuan lokasi suatu perusahaan yang tepat atau baik, akan menentukan kemajuan suatu perusahaan, diminati pelanggan dan akan mudah dikunjungi oleh konsumen.

**b. Faktor Utama yang Perlu di Perhatikan dalam Penentuan Lokasi suatu Perusahaan adalah:**

1) Lingkungan masyarakat

Kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun negatif terhadap didirikannya suatu perusahaan di daerah tersebut merupakan suatu syarat penting. Perusahaan perlu memperhatikan nilai-nilai lingkungan dan ekologi dimana perusahaan akan berlokasi.

2) Kedekatan dengan pasar

Dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para konsumen dan sering mengurangi biaya distribusi.

3) Tenaga kerja

Dimanapun lokasi perusahaan, harus mempunyai tenaga kerja, karena itu cukup tersedianya tenaga kerja merupakan hal yang mendasar. Bagi banyak perusahaan. sekarang kebiasaan dan sikap

---

<sup>8</sup> Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 188

calon pekerja suatu daerah lebih penting dari ketrampilan dan pendidikan karena jarang perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang sangat bervariasi dan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan program pelatihan khusus bagi tenaga kerja baru.

#### 4) Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier

Apabila bahan mentah berat dan susut cukup besar dalam proses produksi, maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan mentah. Tetapi bila produk jadi lebih berat, besar dan bernilai rendah maka lokasi dipilih sebaliknya. Lebih dekat dengan bahan mentah dan supplier memungkinkan suatu perusahaan mendapat pelayanan supplier yang lebih baik.

#### 5) Fasilitas dan biaya transport

Tersedianya fasilitas transportasi yang baik lewat darat, udara, dan perairan akan memperlancar pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk perusahaan. Pentingnya pertimbangan biaya transportasi tergantung sumbangannya terhadap total biaya. Lokasi dekat dengan pasar akan menurunkan biaya pengangkutan bahan mentah dan sumber daya alam lainnya. Hampir setiap industri memerlukan tenaga yang dibangkitkan dari aliran listrik, diesel, air, angin, dan lain-lain. Oleh sebab itu perlu diperhatikan tersedianya

sumber daya dengan mudah dan mencukupi. Dalam mendirikan perusahaan, pemilihan lokasi sangat dipertimbangkan. Karena pemilihan lokasi merupakan faktor bersaing yang penting dalam usaha menarik konsumen atau pelanggan.

**c. Pertimbangan-pertimbangan yang cermat dalam menentukan lokasi yaitu :**

- 1) Akses, misalnya lokasi yang dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
- 2) Visibilitas, misalnya lokasi dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
- 3) Lalu lintas (traffic) di mana ada 2 hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu:
  - a) Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberi peluang terjadinya *impulse buying* (Pembelian Implus).
  - b) Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, atau ambulan.
- 4) Tempat parkir yang luas dan aman.
- 5) Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.

- 6) Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Misalnya warung makan yang berdekatan dengan daerah kost, asrama mahasiswa, atau perkantoran.
- 7) Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi wartel perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama, banyak pula terdapat wartel lain atau tidak.
- 8) Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.

#### **4. Harga**

##### **a. Pengertian Harga**

Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Karena itu, penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya persentase laba yang diinginkan.<sup>9</sup>

##### **b. Dasar Penetapan Harga**

---

<sup>9</sup> M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia dia Pustaka Umum, 2000), hlm. 129

Ada beberapa dasar atau faktor penetapan harga sebagai berikut:

1. Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga

Faktor internal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi tujuan pemasaran, strategi bauran pemasaran dan biaya.

2. Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga

Faktor eksternal salah satu cara untuk menentukan suatu harga produk atau jasa di karenakan harus melihat bagaimana keadaan pasar yang semestinya, ketika harga yang di berikan bisa merugikan suatu usaha maka harus kembali melakukan evaluasi dalam penentuan harga. Faktor eksternal yang mempengaruhi penetapan harga meliputi sifat pasar dan permintaan, persaingan, persepsi konsumen terhadap harga dan nilai.<sup>10</sup>

### **c. Strategi Penetapan Harga**

Pemilihan strategi harga yang tepat merupakan hal yang penting untuk menarik konsumen. Konsumen yang merasa mendapatkan harga yang cocok dari sebuah peritel akan mendatangi toko, demikian pula sebaliknya konsumen yang tidak mendapatkan harga yang cocok akan meninggalkan atau tidak akan mendatangi toko tersebut. Pada intinya terdapat dua strategi harga yang digunakan dalam bisnis ritel modern yaitu:

---

<sup>10</sup> Mahmud Machfoedz, *Pengantar Bisnis Modern* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hlm. 85-86

## 1) Penetapan Harga Tinggi atau Rendah

Strategi Penetapan harga tinggi atau rendah merupakan strategi yang paling sering kita jumpai di toko-toko ritel. Terdapat beberapa pengertian mengenai strategi menurut Utami “Dipahami sebagai penetapan harga diskon temporer untuk unit barang dagangan tertentu, strategi ini biasanya diberlakukan selama beberapa periode dan diikuti oleh minggu-minggu dengan harga normal. Sering pula peritel menggunakan istilah harga promosi, mengingat kebijakan ini dilakukan dengan menggunakan harga spesial yang biasanya berasal dari potongan harga dari pihak atau kesepakatan khusus”.<sup>11</sup>

## 2) Penetapan Harga Rendah Tiap Hari

Terdapat beberapa pengertian tentang harga rendah tiap hari, menurut Utami “Bahwa menawarkan harga rendah yang atraktif berlaku konstan pada periode yang lebih lama”. Harga itu lebih rendah dibandingkan harga normal tetapi tidak serendah harga diskon. Strategi penetapan harga seperti ini memungkinkan konsumen selalu memikirkan bahwa harga barang yang dijual selalu murah. Konsep membuat penurunan harga menjadi suatu obsesi, di mana mereka mendapatkan harga yang terbaik. Hal ini memerlukan perhatian setiap saat (menit per menit) kepada kompetitor yang

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 240.

agresif. Strateginya adalah tidak semua barang dijual murah, yang dijual murah hanya barang-barang tertentu di mana kita bisa mendapatkan harga murah dari pemasok.<sup>12</sup>

#### d. Harga dalam Perspektif Islam

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi mekanisme pasar. Dalam Islam, harga yang seharusnya berlaku di pasar yaitu harga yang adil.<sup>13</sup> Pasar juga harus berdiri atas prinsip persaingan bebas (*perfect competition*) tanpa tekanan siapapun, rela sama rela, tidak ada pihak yang merasa terpaksa atau tertipu pada tingkat harga tertentu. Firman Allah SWT dalam Q.S An-Nisa“ ayat 29.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

”Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.

Dalam ayat di atas menyatakan bahwa transaksi bisnis harus dilakukan pada harga yang adil, sebagai wujud dari komitmen syariah Islam terhadap keadilan yang menyeluruh. Harga yang adil adalah

---

<sup>12</sup> Christina Whidya Utami, *Manajemen Ritel Strategi Dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern Di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 2010), hlm. 236-237.

<sup>13</sup> Isnaini Harahap, dkk, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 107.

harga yang tidak menimbulkan eksploitasi dan penindasan sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain.

Selanjutnya ayat di atas menekankan juga keharusan adanya kerelaan antara kedua belah pihak. Walaupun kerelaan adalah sesuatu yang tersembunyi di lubuk hati, tetapi indikator dan tanda-tandanya dapat terlihat. Ijab dan kabul, atau apa saja yang dikenal dalam adat kebiasaan sebagai serah terima adalah bentuk-bentuk yang digunakan hukum untuk menunjukkan kerelaan.

## **5. Fasilitas**

### **a. Pengertian Fasilitas**

Menurut Tjiptono fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada pelanggan, dengan adanya fasilitas yang di sediakan dapat membuat pelanggan nyaman saat datang ke usaha yang kita miliki. fasilitas pula berupa segala sesuatu yang dapat memudahkan konsumen dalam memperoleh kepuasan.<sup>14</sup>

Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan tertentu. Dunia bisnis dalam apapun akan sangat terbantu dengan adanya berbagai fasilitas yang disediakan oleh suatu usaha. Fasilitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dalam memilih suatu usaha, oleh karenanya suatu usaha harus memperhatikan fasilitas yang ada, apabila fasilitas yang disediakan

---

<sup>14</sup> Tjiptono dan Fandy, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), hlm 184

suatu usaha membuat pelanggan nyaman ataupun puas maka pelanggan akan datang kembali.

## B. Penelitian Terdahulu

Sebelum penelitian ini dilakukan ada beberapa penelitian yang dilakukan dengan tema yang sama, maka peneliti dapat mengambil beberapa penelitian terdahulu, sebagai berikut:

Tabel 2.1  
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1.	Putri Azizah Dalimunthe 2017 (Skripsi) IAIN Padangsidempuan	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Galeri Elzatta Padangsidempuan	Ada pengaruh antara bauran pemasaran (produk, harga, lokasi, promosi) terhadap kepuasan pelanggan di galeri elzatta Padangsidempuan. Dinyatakan dengan adjusted r Squar sebesar 69,6% berpengaruh terhadap variabel lainya.
2.	Yusni Maribaya (Skripsi)2019 IAIN Padangsidempuan	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Secara persial kualitas pelayanan terdapat pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan sebesar 0,003

3	Novita Elisiah (Skripsi) 2020 IAIN Padangsidimpuan	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasanpelanggn Berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan	Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai 0569 menunjukkan hubungan antara kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan berbelanja pada Swalayan 88 Padangsidimpuan
4.	Nurul Izzah, (Jurnal Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan 2018)	Analisis Loyalitas Konsumen Tupperware	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara persial harga tidak signifikan mempengaruhi loyalitas konsumen Tupperware
5	Muhammad Isa, S.T., M.M(Jurnal Ekonomi&Ekonomi Islam 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyeberangan.	Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang
6	Richa Mega Puspita,(Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta.	Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan fasilitas pendukung berpengaruh terhadap kepuasan palanggan.

Adapun perbedaan dan persamaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sebagai berikut:

- 1) Persamaan penelitian ini dengan penelitian Putri Azizah sama-sama menggunakan variabel tentang harga, lokasi. Sedangkan perbedaannya

adalah penelitian terdahulu menggunakan variabel lainya yaitu produk, dan promosi.

- 2) Persamaan penelitian ini denagan Yusni Maribaya sama-sama meneliti kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sedangkan perbedaannya ada variabel tentang kualitas produk dalam penelitian terdahulu.
- 3) Persamaan penelitian ini dengan Novita Elisiah sama-sama meneliti tentang” pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan berbelanja “ sedangkan perbedaannya tempat penelitiannya.
- 4) Persamaan dalam penelitian ini dengan Nurul Izzah yaitu membahas tentang varibel yang membahas harga sedangkan perbedaan yaitu penelitian terdahulu menggunakan loyalitas konsumen.
- 5) Persamaan penelitian ini dengan Muhammad Isa yaitu membahas tentang kualitas pelayanan dan kepuasan sedangkan perbedaannya yaitu tentang perusahaan jasa.
- 6) Persamaan penelitian ini dengan Richa Mega Puspita yaitu membahas tentang kualitas pelayanan dan fasilitas dan perbedaannya yaitu tempat penelitiannya

Setelah mengkaji tulisan di atas maka peneliti berkesimpulan bahwa ada beberapa persamaannya yaitu, sama-sama membahas mengenai variabel tentang harga, lokasi, kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaannya sama-sama membahas mengenai kualitas produk,

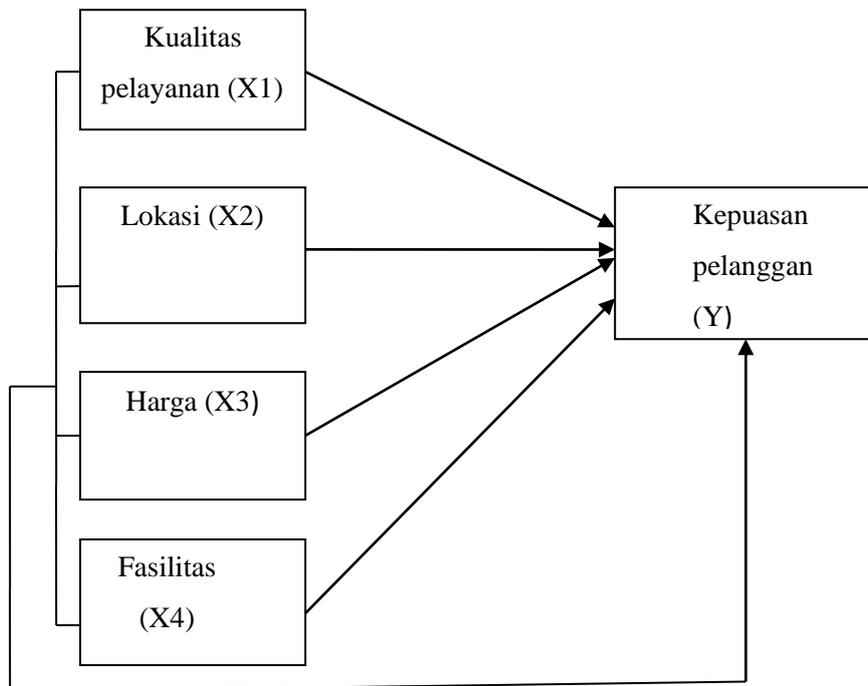
promosi, tempat penelitian, dan kualitas pelayanan serta loyalitas konsumen

### C. Kerangka Pikir

Kerangka fikir merupakan gambaran hubungan antara variabel-variabel dalam satu penelitian. Di dalam kerangka fikir akan dilakukan masalah penelitian yang telah diidentifikasi dalam kerangka teoritis yang relevan.<sup>15</sup>

Adapun kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Pikir**



<sup>15</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 90.

Dari gambar di atas peneliti berusaha menganalisa pengaruh kualitas pelayanan (X1), Lokasi (x2), Harga(x3) dan Fasilitas (x4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara yang masih perlu di uji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap masalah telah dirumuskan. Hipotesis merupakan pendapat, jawaban atau dugaan yang bersifat sementara dari sebuah permasalahan atau kejadian, yang kebenarannya dibuktikan lebih lanjut.<sup>16</sup>

Ho1: Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Ha1: Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Ho2: Lokasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Ha2: Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Ho3: Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Ha3: Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

---

<sup>16</sup> Maman Abdurahman Sembas Ali Muhidin, *Panduan Praktis Memahami Penelitian* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2011), hlm. 65.

- Ho4: Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
- Ha4: Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
- Ho5: Pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas bersamaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.
- Ha5: Pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas bersamaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Lokasi dan waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah di Swalayan Rahmat Syariah Padang Matinggi, Padangsidempuan, Sumatera Utara. Waktu penelitian dilakukan pada Februari 2021 sampai Mei 2021.

#### **B. Jenis penelitian**

Jenis penelitian adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menerangkan hubungan atau pengaruh yang terukur. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk angka dan analisis yang bersifat kuantitatif/statistik. Penelitian kuantitatif adalah salah satu metode penelitian yang dipakai untuk menguji satu teori, untuk menyajikan suatu fakta untuk menunjukkan hubungan antar variabel.<sup>17</sup>

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi ialah kelompok besar individu yang mempunyai karakteristik umum yang sama. Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari, objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya.<sup>18</sup> Adapun populasi yang diambil oleh peneliti tidak

---

<sup>17</sup> Hendri Tanjung Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta:Gramata Publishing, 2013), hlm. 74

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 80.

diketahui jumlahnya di karenakan data pelanggan tidak pernah di catat seberapa banyak pelanggan yang berbelanja.

## 2. Sampel

Sampel dapat di definisikan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar, dan maka peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. Untuk itu populasi yang diambil harus betul-betul populasi yang representatif (mewakili).<sup>19</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti ini, jumlah populasinya tidak diketahui, sehingga penentuan ukuran sampel dari populasi menggunakan teori yang dikembangkan oleh Isaac Michael, yaitu:<sup>20</sup>

$$n = \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n= sampel

Z= tingkat signifikan (1,96)

p= proporsi populasi (0,5)

q= 1-p

e= perkiraan tingkat kesalahan (10%)

Jadi besarnya sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 \cdot (1-0,5)}{(0,1)^2} = 1 + \frac{9,604}{0,1} = 97$$

---

<sup>19</sup> *Ibid.*, hlm. 81.

<sup>20</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm.34.

Berdasarkan perhitungan tersebut maka jumlah sampel yang digunakan peneliti adalah 97 orang. Dalam hal ini teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah sampel aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu sesuai dengan sumber data.<sup>21</sup>

#### **D. Sumber Data**

##### **1. Data primer**

Sumber data penelitian ini diperoleh sumber data primer. Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dengan tujuan menyelesaikan permasalahan yang sedang di tangannya. Data primer yaitu data asli yang diambil oleh peneliti sendiri (tidak dari orang lain) dari sumber utama untuk kepentingan penelitiannya, dan data tersebut sebelumnya tidak ada. Analisis data kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka numerik.<sup>22</sup> Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu pelanggan Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

#### **E. Instrumen pengumpulan data**

##### **1. Wawancara**

---

<sup>21</sup> Sugiono , *Metode Penelitian Kuantitatif, dan R&D*, hlm.85.

<sup>22</sup> Azwar Zuliandi Irfan,dkk, *Metode Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi* (Medan: Umsu Press, 2015), hlm. 83.

Wawancara yaitu digunakan untuk aspek pengumpulan data, dan ketika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang wajib diteliti. Dalam hal wawancara dilakukan dengan pemilik Swalayan Rahmat Syariah secara langsung ataupun dengan utusan pemilik perusahaan, dan dilakukan juga wawancara dengan pelanggan yang berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah. Dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan judul penelitian.

## 2. Angket

Angket merupakan salah satu teknik dari pengumpulan data yang telah dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan yang telah disediakan untuk dijawab responden. Pengumpulan data melalui angket dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis terhadap responden yaitu pelanggan yang berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah.

**Tabel III.1**  
**Pengukuran Skala Likert**

<b>Keterangan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>KS</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
Nilai positif	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
Nilai negative	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

**Tabel III.2**  
**Kisi-Kisi Angket**  
**Kualitas Pelayanan (X1)**

<b>NO</b>	<b>Variabel X1</b>	<b>Indikator</b>	<b>Nomor Pernyataan</b>
1.	Pelayanan	1. Karyawan yang baik	1,2
		2. Bertanggung jawab	3,4
		3. Memahami kebutuhan pelanggan	5,6

**Tabel III.3**  
**Kisi-Kisi Angket**  
**Lokasi (X2)**

<b>NO</b>	<b>Variabel X2</b>	<b>Indikator</b>	<b>Indikator Pernyataan</b>
1.	Lokasi	1. Strategis	7,8
		2. Aman	9,10
		3. Nyaman	11,12,13
		4. Luas	14

**Tabel III.4**  
**Kisi-Kisi Angket**  
**Harga (X3)**

<b>NO</b>	<b>Variabel X3</b>	<b>Indikator</b>	<b>Indikator Pernyataan</b>
1.	Harga	1. Terjangkau	15
		2. Murah	16,17
		3. Berkualitas	18
		4. Wajar	19,20

**Tabel III.5**  
**Kisi-Kisi Angket**  
**Fasilitas (X4)**

NO	Variabel X4	Indikator	Indikator Pernyataan
1	Fasilitas	1. Dapat memebantu pelanggan	21,22
		2. membuat pelanggan nyaman	23,24
		3. kondisi baik	24

**Tabel III. 6**  
**Kisi-Kisi Angket**  
**Kepuasan Pelanggan (Y)**

NO	Variabel Y	Indikator	Indikator Pernyataan
1	Kepuasan pelanggan	1. Pelayanan yang baik	26,27
		2. Kenyamanan pelanggan	28,29
		3. Kepuasan pelanggan	30,31
		4. Harapan pelanggan	32,33

## **F. Uji validitas dan Reliabilitas Instrumen**

### **1. Uji Validitas**

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh

kuesioner tersebut. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Kualitas data yang diperoleh dari penelitian adalah bergantung kepada kualitas instrumen pengumpulan data yang digunakan dengan uji validitas dan reliabilitas.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pernyataan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada suatu pernyataan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r-hitung (nilai *person correlation*) yang dibandingkan dengan r-tabel, dimana r-tabel dapat diperoleh melalui  $df$  (*degree of freedom*) =  $n-4$  (signifikan 10%  $n$ = jumlah sampel). Jika nilai positif dan  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka valid. Uji validitas yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan aplikasi SPSS 22.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas merupakan indikator dari tingkat kepercayaan dari sebuah hasil pengukuran. Dan suatu pengukuran disebut reliabel jika konsisten maka akan memberikan jawaban yang sama. Pengujiannya dapat dilakukan secara internal, yaitu pengujian dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan rumus croanbach  $\alpha > 0,60$  maka pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah andal atau reliable. Dengan ketentuan,

jika nilai croanbach alpha  $< 0,60$  maka pernyataan-pernyataan digunakan untuk mengukur variabel tersebut tidak reliabel.

## **G. Analisis data**

Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian.

### **1. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas yang selalu digunakan untuk mengetahui apakah populasi data itu berguna atau tidak. Maka uji ini selalu digunakan untuk mengukur data yang berskala ordinal, likert, interval dan rasio. Uji *one sample kolmogrov-smirnov* digunakan untuk mengetahui distribusi normal. Jika signifikan kurang dari 0,1 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal, tetapi jika signifikan lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal.

#### **b. Uji Linearitas**

Uji Linearitas bertujuan untuk menegtahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang liner secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas

dengan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusannya yaitu:<sup>23</sup>

a) Jika nilai signifikan (Linearity)  $< 0,10$  maka dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear.

b) Jika nilai signifikan (Linearity)  $> 0,10$  maka dapat dikatakan tidak mempunyai hubungan yang linear.

### c. Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*.  
Melihat nilai VIF:

- 1) Jika nilai VIF  $< 10,00$  tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai VIF  $> 10,00$  ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai *Tolerance*:

- 1) Jika nilai *tolerance*  $< 0,01$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

---

<sup>23</sup> Dwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2014), hlm. 79.

- 2) Jika nilai *tolerance*  $> 0,01$  maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan variance dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kepuasan pelanggan, yaitu: Signifikan  $> 0,01$  artinya data tidak terkena heteroskedastisitas. Signifikan  $< 0,01$  artinya data terkena heteroskedastisitas.

## **2. Uji Hipotesis**

### **a. Uji Simultan (Uji F)**

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah: Apabila

$F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### **b. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,10. Setelah  $t_{hitung}$  diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut: Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

#### **c. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk melihat tingkat hubungan antar variabel digunakan nilai koefisien korelasi ( $R$ ), interpretasinya adalah sebagai berikut:

### **3. Analisis Regresi Linear Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X1) lokasi (X2) harga (X3) dan fasilitas (X4) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$  : Koefisien Regresi

X1 : Kualitas Pelayanan

X2 : Lokasi

X3 : Harga

X4 : Fasilitas

e : Tingkat Error

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Gambaran Umum Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan**

##### **1. Sejarah Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan.**

Berdasarkan Peraturan Pemerintah yang tertuang dalam Keputusan Presiden RI No. 112/tahun 2007, didefinisikan bahwa format pasar swalayan terbagi atas tiga kategori yaitu pertama, minimarket yaitu produk dijualnya hanya kebutuhan rumah tangga, makanan dan termasuk kebutuhan harian. Kedua supermarket produk dijualnya adalah kebutuhan rumah tangga, makanan, dan termasuk kebutuhan harian. Ketiga, hypermarket produk yang dijualnya adalah kebutuhan rumah tangga, makanan dan termasuk kebutuhan harian, textile, fashion, dan furniture.<sup>1</sup>

Eksistensi Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sudah diakui. Dari tahun ke tahun, Rahmat Syariah Swalayan menyebar dari pusat kota hingga kompleks perumahan. Pada awalnya pasangan H. Ismail Nasution dan Hj. Hasanah Rangkuti mendirikan usaha menjual buku-buku bacaan dengan nama “Pustaka Rahmat” yang sangat terkenal dikalangan masyarakat pada era tahun 70 sampai 80-an. Rahmat Syariah Swalayan didirikan bukan hanya sebagai salah satu strategi pemasaran akan tetapi pemiliknya melakukan perubahan nama dari “Pustaka Rahmat” menjadi

---

<sup>1</sup> <http://www.gallerydunia.com/2011/07/sejarah-indomaret.html>, diakses hari Jum'at Tanggal 21 April 2016, pukul 10:15 Pm

“Rahmat Group” membuktikan keseriusannya untuk menjalankan operasionalisasi swalayan secara menyeluruh sesuai dengan ajaran Islam.

Kemudian Rahmat Group mengembangkan sayap dengan menambah cabang usaha perdagangan dan jasa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari di berbagai daerah sekitar Padangsidempuan, yaitu Toserba Rahmat di Jln. Thamrin No.11, Rahmat Syariah Swalayan di Jln. Sudirman/ Kompleks City Walk, Rahmat Syariah Swalayan II di Padangmatinggi, dan Rahmat Syariah Swalayan III di Sitamiang. Rahmat Syariah Swalayan yang di Jln. Sudirman/ Kompleks City Walk didirikan 8 tahun silam oleh 7 bersaudara putra dan putri dari Alm. H. Ismail Nasution dan Almh. Hj. Hasanah Rangkuti. Ke-7 bersaudara ini tergolong keluarga sukses diberbagai bidang kehidupan, termasuk dalam mengelola bisnis dan perdagangan. Sejak tahun 2008 sebagai generasi penerus dari Rahmat Group, Hasan Amin Nasution yang dipercaya menjadi pimpinan Rahmat Group harus melakukan inovasi untuk memperkuat perusahaan dan mendirikan bisnis penunjang.<sup>2</sup>

Rahmat Syariah Swalayan yang berawal dari toko penjual buku, tidak mudah terus bertahan dan berkembang di usaha swalayan. Apalagi swalayan-swalayan semakin banyak di Padangsidempuan. Untuk bisa bersaing tidak hanya dengan pasar tradisional tetapi juga dengan swalayan-swalayan lain yang saat ini tengah menjamur seperti Indomaret, yang

---

<sup>2</sup> Wawancara dengan Sri Iriyani Nasution, Administrasi Swalayan Rahmat Syariah, Tanggal 27 April 2021, Pukul 11.30 WIB.

pertama dilakukan adalah berdiri sedekat-dekatnya dengan konsumen yang membuat konsumen tetap berbelanja di swalayan kami.

Pada Rahmat Syariah Swalayan seluruh karyawan dituntut untuk disiplin baik disiplin waktu, tingkah laku dan juga dalam berpakaian. Dalam hal waktu masuk kerja, Rahmat Syariah Swalayan mulai melayani konsumen dari pukul 09.00 WIB sampai dengan pukul 22.00 WIB. Dan setiap ada konsumen yang berbelanja, para karyawan diharapkan dapat melayani dengan baik dan bertingkah laku sopan. Khusus untuk wanita Rahmat Syariah Swalayan mewajibkan untuk setiap karyawannya menggunakan jilbab dan berpakaian yang sopan. Selain itu, dengan adanya Rahmat Syariah Swalayan ini, menambah inovasi usaha dan juga referensi tempat perbelanjaan yang ada di kota Padangsidempuan dan perusahaan ini masih terus melakukan berbagai pembenahan demi memberikan kepuasan kepada seluruh pelanggan.

## **2. Visi dan Misi Perusahaan**

Visi dan misi perusahaan merupakan acuan setiap unit bisnis dan setiap anggota organisasi dalam membuat strategi dan mengambil tindakan. Visi dan misi dibuat dengan mempertimbangkan lingkungan eksternal dan internal serta menggambarkan harapan dan keinginan perusahaan di masa mendatang.

### **a) Visi Perusahaan**

*“Menjadikan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidempuan sebagai swalayan termurah dengan konsep Islami dalam melengapi kebutuhan masyarakat”.*

b) Misi Perusahaan

Adapun untuk mewujudkan visi di atas perlu adanya misi perusahaan yang harus dijalankan oleh Rahmat Syariah Swalayan, misi tersebut sebagai berikut:

1. Memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen
2. Mengupayakan nilai-nilai islami dengan mengikuti sifat Nabi yaitu: *siddiq, amanah, tablig, dan fathanah.*
3. Membangun kerja sama dengan pihak-pihak yang terkait untuk tercapainya tujuan meningkatkan perekonomian umat Islam khususnya di kota Padangsidempuan.

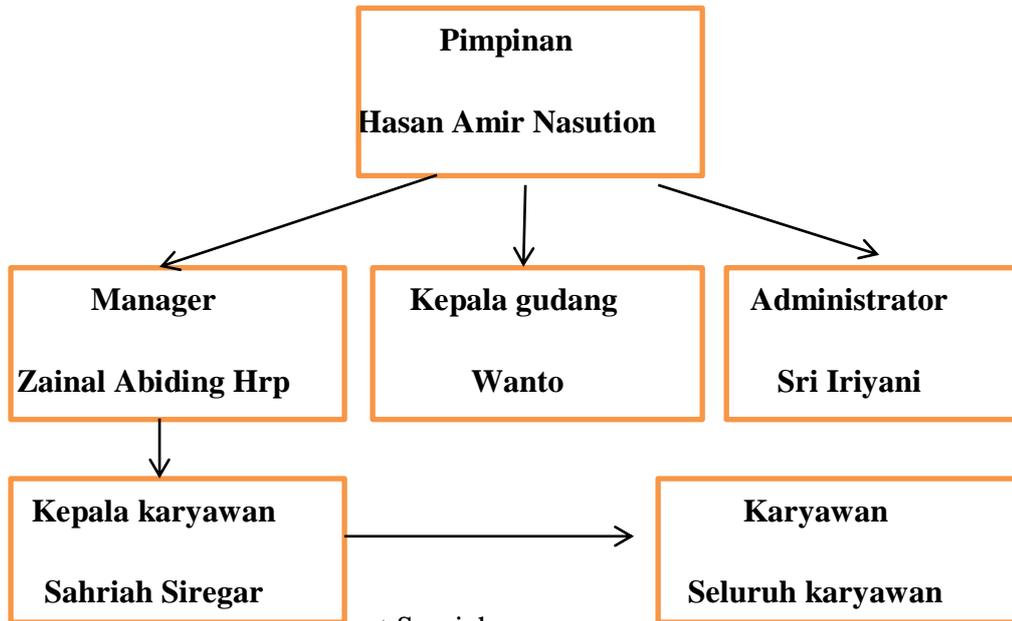
### **3. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana dengan memperlihatkan gambaran satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi dan menjelaskan hubungan yang ada untuk membantu kepemimpinan dalam mengidentifikasai, mengkoordinasi tingkat-tingkat seluruh fungsional dalam organisasi.

Adapun struktural organisasi Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

**Gambar 4.1**

**Struktur Organisasi**



Sumber : Swalayan Kanmat Syariah

#### 4. Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik responden berkaitan dengan identitas responden yang dijadikan sampel penelitian. Dalam karakteristik responden penelitian menetapkan 97 responden.

Kemudian pada karakteristik responden ditentukan berdasarkan pendidikan, jenis kelamin dan pekerjaan. Hal ini dapat dijelaskan melalui pembahasan berikut:

1. Karakteristik responden berdasarkan usia

**Tabel 4.1**

No	Usia Responden	Jumlah
1	18-25 tahun	40 orang
2	26-35 tahun	35 Orang
3	36-50 tahun	22 orang
Jumlah		97 orang

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan responden berdasarkan usia adalah sebanyak 40 orang yang berumur 18-25 tahun, 35 orang yang berumur 26-35 tahun dan 22 orang yang berumur 36-50 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa yang mendominasi berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah yang berumur 18-25 tahun.

2. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.2**

No	Pekerjaan Responden	Jumlah
1	PNS	30 orang
2	Pengusaha	25 orang
3	Wiraswasta	23 orang
4	Petani	19 orang
Jumlah		97 orang

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bawasanya responden berdasarkan pekerjaan yang mendominasi yaitu yang PNS sebanyak 30 orang yang berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah. Dapat disimpulkan yang paling banyak berbelanja menurut pekerjaan responden yaitu PNS.

## B. Hasil Analisis Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah item kuesioner yang digunakan valid atau tidak. Untuk pengujian validitas pelayanan melihat 97 responden. Untuk mengetahui validitas pernyataan tersebut dapat dilihat dari  $r_{hitung}$  pada tabel *correlatins* dari hasil output SPSS versi 22 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

**TABEL 4.3**  
**Uji Validitas Pelayanan**

Soal Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,615	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (97-2) = 95 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,1680	Valid
Soal 2	0,669		Valid
Soal 3	0,757		Valid
Soal 4	0,721		Valid
Soal 5	0,734		Valid
Soal 6	598		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22 Tahun 2021

Dari hasil uji validitas variabel pelayanan dapat disimpulkan bahwa soal pernyataan 1 sampai 6 adalah valid, jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid. Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < t_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan  $N = 97$  pada signifikansi 10% adalah sebesar 0,1680. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**TABEL 4.4**  
**Uji Validitas Lokasi**

Soal Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,734	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (97-2) = 95 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,1680	Valid
Soal 2	0,756		Valid
Soal 3	0,755		Valid
Soal 4	0,748		Valid
Soal 5	0,777		Valid
Soal 6	0,644		Valid
Soal 7	0,670		Valid
Soal 8	0,539		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22 Tahun 2021

Dari hasil uji validitas variable lokasi dapat disimpulkan bahwa soal pernyataan 1 sampai 8 adalah valid, jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid. Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < t_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan  $N = 97$  pada signifikansi 10% adalah

sebesar 0,1680. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**TABEL 4.5**  
**Uji Validitas Harga**

Soal Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,532	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (97-2) = 95 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,1680	Valid
Soal 2	0,789		Valid
Soal 3	0,763		Valid
Soal 4	0,798		Valid
Soal 5	0,707		Valid
Soal 6	0,713		Valid

Hasil uji validitas variable harga dapat disimpulkan bahwa soal pernyataan 1 sampai 6 adalah valid, jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid. Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan  $N = 97$  pada signifikansi 10% adalah sebesar 0,1680. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**TABEL 4.6**  
**Uji Validitas Fasilitas**

Soal Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,598	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ (97-2) = 95 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,1680	Valid
Soal 2	0,802		Valid
Soal 3	0,840		Valid
Soal 4	0,824		Valid
Soal 5	0,751		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22 Tahun 2021

hasil uji validitas variable fasilitas dapat disimpulkan bahwa soal pernyataan 1 sampai 5 adalah valid, jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid. Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan  $N = 97$  pada signifikansi 10% adalah sebesar 0,1680. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

**TABEL 4.7**  
**Uji Validitas Kepuasan Pelanggan**

Soal Pernyataan	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
Soal 1	0,679	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$	Valid
Soal 2	0,743		Valid
Soal 3	0,746		Valid

Soal 4	0,748	(97-2) = 95 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel}$ 0,1680	Valid
Soal 5	0,788		Valid
Soal 6	0,699		Valid
Soal 7	0,723		Valid
Soal 8	0,589		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 22 Tahun 2021

Dari hasil uji validitas variable lokasi dapat disimpulkan bahwa soal pernyataan 1 sampai 8 adalah valid, jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan valid. Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut tidak valid dengan  $N = 97$  pada signifikansi 10% adalah sebesar 0,1680. Maka dapat disimpulkan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Hal ini menunjukkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Untuk nilai *Cronbach Alpha* dapat dilihat pada tabel berikut:

### a. Uji Reliabilitas Pelayanan

**Tabel 4.8**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,760	6

Sumber: Hasil Output SPSS 22 Tahun 2021

Berdasarkan tabel *reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel pelayanan adalah reliabel. Yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,760 > 0,600).

b. Uji Reliabilitas Lokasi

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Untuk nilai *Cronbach Alpha* lokasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.9**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,850	8

Sumber: Hasil Output SPSS 22 Tahun 2021

Berdasarkan tabel *reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel lokasi adalah reliabel. Yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,850 > 0,600).

c. Uji Reliabilitas Harga

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Untuk nilai *Cronbach Alpha* harga dapat dilihat pada berikut:

**Tabel 5.0**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,808	6

Sumber: Hasil Output SPSS 22 Tahun 2021

Berdasarkan tabel *reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel harga adalah reliabel.

Yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,808 > 0,600).

d. Uji Reliabilitas Fasilitas

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Untuk nilai *Cronbach Alpha* fasilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel IV 5.1**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	6

Sumber: Hasil Output SPSS 22 Tahun 2021

Berdasarkan tabel *reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel fasilitas adalah reliabel.

Yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,823 > 0,600).

e. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,600. Untuk nilai *Cronbach Alpha* kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5.2**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,861	8

Sumber: Hasil Output SPSS 22 Tahun 2021

Berdasarkan tabel *reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa butir angket untuk variabel kepuasan pelanggan adalah reliabel. Yaitu dilihat dari nilai *Cronbach Alpha* > 0,600 (0,861 > 0,600).

### 3. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian yang dilakukan menyatakan seluruh butir angket pelayanan, lokasi, harga, fasilitas, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan reliabel. Selanjutnya dilakukan teknik analisis data sebagai berikut:

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan analisis atas statistik deskriptif data sampel untuk mengetahui karakteristik masing-masing variabel. Statistik deskriptif ini meliputi analisis atas rata-rata, nilai minimum dan nilai maksimum dari setiap variabel yang diuji.

**Tabel 5.3**  
**Analisis Deakriptif**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pelayanan	97	20	30	26.38
Lokasi	97	24	40	32.54
Harga	97	17	30	25.30
Fasilitas	97	15	25	20.06
Valid N (listwise)	97			

Sumber: Hasil Output SPSS versi 22 Tahun 2021

Tabel di atas merupakan tabel statistik deskriptif yang menggambarkan persebaran data dari setiap variabel adalah rata-rata dari Pelayanan adalah 26,38 dengan nilai tertinggi adalah 30 dan nilai terendah adalah 20. Rata-rata dari lokasi adalah 32,54 dengan nilai tertinggi adalah 40 dan nilai terendah adalah 24. Rata-rata dari harga adalah 25,30 dengan nilai tertinggi adalah 30 dan nilai terendah adalah 17. Rata-rata dari fasilitas adalah 20,06 dengan nilai tertinggi adalah 25 dan nilai terendah adalah 15.

#### 4. Uji Normalitas

Pengujian statistik dengan metode uji normalitas merupakan pengujian sebuah regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan Uji Kolmogorov-smirnov, yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.4**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Normal Q-Q	.97
Sample	.0000000
Parameters <sup>a,b</sup> Standard Deviation	2.77873421
Most Extreme Absolute	.084
Differences Positive	.084
Negative	-.055
Test Statistic	.084
Asymp. Sig. (4-tailed)	.089 <sup>c</sup>

Best distribution is Normal.

Calculated from data.

Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

Dari output tabel diatas dapat di lihat nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (4-tailed)*) sebesar  $0,089 > 0,1$  dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji *kolmogorov-smirnov*.

## 5. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan yang linear atau tidak. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *Test for linearity* pada taraf signifikan 0,1. Berikut hasil uji linearitas variabel harga terhadap variabel minat masyarakat.

**Tabel 5.5**  
**Hasil Uji Linearitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**  
**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN (between combined)	272.404	10	27.240	2.716	.006
PELANGGAN (Group Variability)	113.965	1	113.965	11.363	.001

KEPUASAN * Pelayanan from	158.439	9	17.604	1.755	.089
PELAYAN Linearitas					
KEPUASAN * Lokasi from	862.565	86	10.030		
LOKASI Linearitas					
Total	1134.969	96			

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

Dari tabel di atas hasil uji linearitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,001. Berarti  $0,001 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel pelayanan terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 5.6**  
**Hasil Uji Linearitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan**  
**ANOVA Table**

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN * Lokasi (between combined)	891.062	16	55.691	18.266	.000
PELAYAN * Lokasi (between combined)	816.540	1	816.540	267.820	.000
KEPUASAN * Pelayanan from	74.521	15	4.968	1.630	.084
LOKASI Linearitas					
KEPUASAN * Lokasi from	243.907	80	3.049		
Total	1134.969	96			

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

Dari tabel di atas hasil uji linearitas lokasi terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,000. Berarti  $0,000 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel lokasi terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 5.7**

**Hasil Uji Linearitas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN Between (Combined) PELANGGA Groups	313.108	12	26.092	2.667	.004
N * HARGA Linearity	117.461	1	117.461	12.005	.001
Deviation from Linearity	195.646	11	17.786	1.818	.063
Within Groups	821.861	84	9.784		
Total	1134.969	96			

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

Dari tabel di atas hasil uji linearitas harga terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,001. Berarti  $0,001 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel harga terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 5.8**

**Hasil Uji Linearitas Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan**

**ANOVA Table**

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN Between (Combined) PELANGGA Groups	189.620	10	18.962	1.725	.088
N * FASILITAS Linearity	16.535	1	16.535	1.504	.223
Deviation from Linearity	173.085	9	19.232	1.750	.090
Within Groups	945.349	86	10.992		
Total	1134.969	96			

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

Dari tabel di atas hasil uji linearitas fasilitas terhadap kepuasan pelanggan diketahui bahwa taraf signifikan pada linearitas sebesar 0,223. Berarti  $0,223 < 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel fasilitas terhadap kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang linear.

## **6. Uji Multikolinearitas**

Tujuan dari uji ini adalah untuk menguji apakah pada sebuah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinearitas. Untuk mengetahui nilai multikolinearitas dapat melihat nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance. Melihat nilai VIF:

- 1) Jika nilai  $VIF < 10,00$  tidak ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.
- 2) Jika nilai  $VIF > 10,00$  ada terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

Melihat nilai Tolerance:

- 1) Jika nilai tolerance  $< 0,01$  maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.

**Tabel 5.9**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.778	2.692		2.518	.014		
	X1	.004	.079	.003	.050	.961	.858	1.165
	X2	.776	.065	.771	12.003	.000	.690	1.449
	X3	.225	.098	.189	2.294	.024	.419	2.384
	X4	-.245	.101	-.188	-2.432	.017	.474	2.109

Sumber: Data diolah dari output SPSS Versi 22 Tahun 2021

a. Dependent Variable: Y

Hasil uji multikolinearitas pada tabel IV.15 dapat diketahui bahwa *tolerance* untuk variabel X1 adalah 0,858, variabel X2 adalah 0,690, variabel X3 adalah 0,419 dan variabel X4 adalah 0,474 jadi dapat di simpulkan bahwa nilai tolerance dari ke empat variabel lebih besar >0,01. Nilai VIF dari variabel X1 adalah 1.165, variabel X2 1.449, variabel X3 adalah 2.384 dan variabel X4 adalah 2.109. maka dapat di simpulkan bahwa nilai VIF dari ke empat variabel di atas lebih kecil <10. Berdasarkan penilaian tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas.

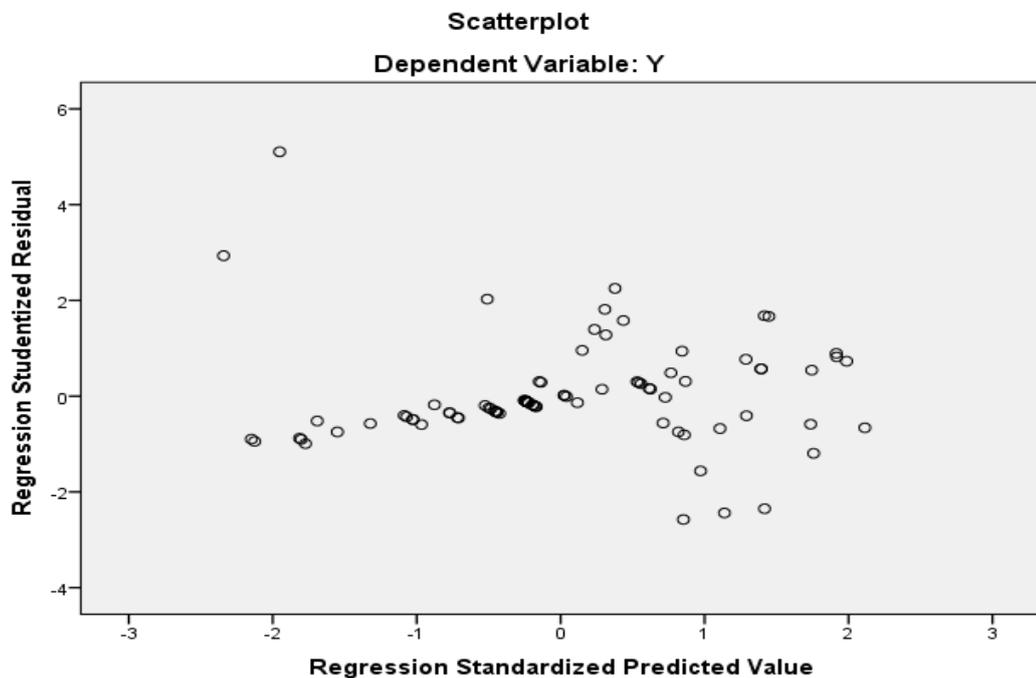
## 7. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas, yaitu adanya ketidaksamaan variance dari residual untuk semua pengamatan pada model

regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas dengan kepuasan pelanggan, yaitu: Signifikan  $> 0,01$  artinya data tidak terkena heteroskedastisitas. Signifikan  $< 0,01$  artinya data terkena heteroskedastisitas.

**Tabel 6.0**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data olahan tahun 2021

Berdasarkan gambar tersebut tidak di temukan pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk melihat sejauh mana besar keragaman yang dapat diterangkan oleh parameter bebas terhadap parameter tidak bebas. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Untuk melihat tingkat hubungan antar variabel digunakan nilai koefisien korelasi ( $R$ ), interpretasinya adalah sebagai berikut:

**Tabel 6.1**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.727	1.797	2.154

Sumber data SPSS 22 Pengolahan 2021

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai  $R^2$  (*adjusted R Square*) atau nilai X1, X2, X3 dan X4 dalam menjelaskan atau memprediksi kepuasan pelanggan pada swalayan rahmat syariah yaitu 0,727 atau 72,7%. Sedangkan sisanya yaitu 27,3% di jelaskan faktor lain yang tidak di sebutkan dalam penelitian ini.

## 9. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen kualitas pelayanan (X1) lokasi (X2) harga (X3) dan fasilitas (X4) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 6.2**  
**Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,778	2,692		2,518	,014
	PELAYANAN	,004	,079	,003	,050	,961
	LOKASI	,776	,065	,771	12,003	,000
	HARGA	,225	,098	,189	2,294	,024
	FASILITAS	-,245	,101	-,188	-2,432	,017

Sumber : Data diolah paada tahun 2021

$$Y=a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+b_4x_4+e$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  : Kepuasan Pelanggan

a : Konstanta

$b_1b_2b_3b_4$  : Koefisien Regresi

$X_1$  : Kualitas Pelayanan

$X_2$  : Lokasi

$X_3$  : Harga

$X_4$  : Fasilitas

e : Error (tingkat kesalahan buku

Sehingga persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$K= a+b_1Kp +b_2Lk+ b_3Hg+b_4Fs+e$$

$$K = 6,778+0,004Pl+0,776Lk+0,225Hg+0,245Fs+$$

Keterangan:

Pl : Pelayanan

Lk : Lokasi

Hg : Harga

Fs : Fasilitas

Berdasarkan persamaan regresi diatas dapat diartikan bahwa:

1. Nilai konstanta ( $\alpha$ ) bernilai positif sebesar 6,778 dapat diartikan bahwa jika pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas diasumsikan 0 maka keputusan pelanggan berbelanja di swalayan sebesar 6,778 satuan.
2. Nilai koefisien variabel pelayanan ( $b_1$ ) bernilai negatif sebesar 0,004 dapat diartikan bahwa jika pelayanan meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pelanggan berbelanja di swalayan akan menurun dianggap sebesar 0,004 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
3. Nilai koefisien variabel lokasi ( $b_2$ ) bernilai positif sebesar 0,776 dapat diartikan bahwa jika lokasi meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pelanggan berbelanja di swalayan akan meningkat dianggap sebesar 0,776 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
4. Nilai koefisien variabel harga ( $b_3$ ) bernilai positif sebesar 0,225 dapat diartikan bahwa jika harga meningkat sebesar 1 satuan, maka keputusan pelanggan berbelanja di swalayan akan meningkat dianggap sebesar 0,225 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap.
5. Nilai koefisien variabel fasilitas ( $b_4$ ) bernilai positif sebesar 0,245 dapat diartikan bahwa jika fasilitas meningkat sebesar 1 satuan, maka

keputusan pelanggan berbelanja di swalayan akan meningkat dianggap sebesar 0,245 satuan dengan asumsi variabel independen nilainya tetap

### 10. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Maka digunakan tingkat signifikansi 0,10. Setelah thitung diperoleh, maka untuk menginterpretasikan hasilnya berlaku ketentuan sebagai berikut: Jika thitung > ttabel maka H0 ditolak dan Ha diterima Jika thitung < ttabel maka H0 diterima dan Ha ditolak.

**Tabel 6.3**  
**Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,778	2,692		2,518	,014
PELAYANA N	,004	,079	,003	,050	,961
LOKASI	,776	,065	,771	12,003	,000
HARGA	,225	,098	,189	2,294	,024
FASILITAS	-,245	,101	-,188	-2,432	,017

Sumber: olahan data 2021

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Untuk interpretasi uji t pada tabel di atas sebagai berikut:

#### 1) Pengaruh pelayanan terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel pelayanan sebesar 0,050 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari

rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,050 < 1,66159$  dan  $0,961 > 0,1$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan.

## 2) Pengaruh lokasi terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi sebesar 12,003 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar = 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $12,003 > 1,66159$ ) dan ( $0,00 < 0,1$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan.

## 3) Pengaruh harga terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 2,294 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,294 > 1,66159$  dan  $0,024 > 0,1$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan.

#### 4) Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel fasilitas sebesar -2,432 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar = 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  (-2,432 < 1,66159) dan  $(0,017 < 0,1)$ , jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

### 11. Uji Simultan (Uji F)

Uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai signifikansi. Ketentuan dalam uji F adalah: Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

**Tabel 6.4**  
**Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	837.827	4	209.457	64.851	.000 <sup>b</sup>
	Residual	297.142	92	3.230		
	Total	1134.969	96			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) pada table IV.17 di atas dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 64,851 dan  $F_{tabel}$  dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$

atau  $df = 97-4-1 = 92$  yang diperoleh nilainya sebesar 2,31 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $64,851 > 2,31$ ) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,1$ . Artinya diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap kepuasan.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Penelitian ini berjudul Determinan kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan. Setelah peneliti melakukan penyebaran angket yang ditujukan kepada pelanggan yang berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan. Berdasarkan analisis data yang dioalah dengan menggunakan bantuan aplikasi *SPSS* versi 22 maka pembahsan hasil penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan hasil Hasil analisis diketahui nilai  $R$  sebesar 0,859 artinya kolerasi antara variabel promosi dan pelayanan terhadap keputusan terjadi hubungan yang kuat. Nilai  $R$  *Square* sebesar 0,738 atau 73,8 persen. Variabel pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas mempengaruhi kepuasan. Sedangkan sisanya 0,273 atau 27,3 persen dipengaruhi oleh variabel lain yaitu variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

#### **1. Pengruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Adapun pengertian dari pelayanan adalah suatu aktifitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi interaksi antara konsumen dan karyawan.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel pelayanan sebesar -0,050 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n - k - 1)$ ,  $df = (97 - 4 - 1) = 92$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $-0,050 < 1,66159$  dan  $(0,961 > 0,1)$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Isa S.T., M.M dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Penumpang Menggunakan Jasa Angkutan Penyebrangan. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang.

## **2. Pengaruh lokasi terhadap kepuasan pelanggan**

Adapun pengertian lokasi adalah tempat usaha atau perusahaan beroperasi dan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel lokasi sebesar 012,003 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n - k - 1)$ ,  $df = (97 - 4 - 1) = 92$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar = 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $12,003 > 1,66159$ ) dan  $(0,00 < 0,1)$ , jadi dapat disimpulkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh Putri Azizah Dalimunthe dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap kepuasan pelanggan di Galeri Elzatta Padangsidempuan. Hasil penelitian menyatakan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan**

Harga adalah sejumlah suatu nilai yang di ukur untuk suatu barang atau jasa, istilah harga di gunakan untuk memberikan nilai finansial terhadap suatu produk barang atau jasa.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel harga sebesar 2,294 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$  hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,294 > 1,66159$  dan  $(0,024 > 0,1)$ ) jadi dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusni Maribaya yang berjudul pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menyatakan harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **4. Pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan**

Fasilitas adalah segala sesuatu yang mempermudah upaya serta memperlancar kerja dalam rangka mencapai tujuan tertentu, menurut

Tjiptono fasilitas adalah sumber daya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat di tawarkan kepada pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  untuk variabel fasilitas sebesar -2,432 dan untuk  $t_{tabel}$  diperoleh dari rumus  $df = (n-k-1)$ ,  $df = (97-4-1) = 92$ , hasil yang diperoleh dari  $t_{tabel}$  sebesar = 1,66159 yang artinya  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $-2,432 < 1,66159$ ) dan ( $0,017 < 0,1$ ), jadi dapat disimpulkan bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan oleh Richa Mega Puspita yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Pendukung Terhadap Kepuasan Pelanggan Stasiun Lempuyangan Yogyakarta. Hasil penelitian menyatakan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

##### **5. Pengaruh pelayanan, lokasi, harga, dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) dapat dijelaskan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 64,851 dan  $F_{tabel}$  dapat dilihat bahwa pada tabel statistik dengan derajat kebebasan  $df = n-k-1$  atau  $df = 97-4-1 = 92$  yang diperoleh nilainya sebesar 2,31 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $64,851 > 2,31$ ) dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,1$ . Artinya diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama pelayanan, lokasi,

harga dan fasilitas tidak semua berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

#### **D. Keterbatasan Penelitian**

Kegiatan yang dilakukan dalam penelitian ini dilaksanakan sesuai dengan yang ditetapkan dalam metodologi penelitian. Namun peneliti masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Adapun keterbatasan dan kekurangan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi penelitian seperti buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.
2. Peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi angket dengan jujur dan menjawab setiap pernyataan yang diberikan.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan kepada pelanggan yang berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah padangsidempuan yang susah untuk dijumpai.

Walaupun demikian peneliti melakukan yang terbaik dan berusaha dengan baik melakukan penelitian agar hasil penelitian yang diperoleh maksimal. Akhirnya dengan segala usaha, ketekunan dan dorongan dari orang tua dan kawan-kawan peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Untuk peneliti selanjutnya semoga lebih baik lagi.

## **BAB V**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya mengenai pengaruh pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan berbelanja di Swalayan Rahmat Syariah Padangsidempuan maka dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahamat Syariah Padangsidempuan.
2. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahamat Syariah Padangsidempuan.
3. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahamat Syariah Padangsidempuan.
4. Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja di Swalayan Rahamat Syariah Padangsidempuan.
5. Berdasarkan uji signifikansi simultan (uji f) dapat dijelaskan bahwa tidak semua variabel (X) pelayanan, lokasi, harga dan fasilitas dalam penelitian ini berpengaruh terhadap variabel (Y) kepuasan pelanggan.

## **B. Saran**

1. Bagi perusahaan sebagai tempat penelitian, peneliti menyarankan untuk lebih memperhatikan apa yang diinginkan konsumen baik dari pelayanan yang diberikan, lokasi tempat perusahaan beroperasi, harga yang diterapkan oleh perusahaan dan fasilitas yang diberikan perusahaan terhadap pelanggan yang datang dikarenakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam berbelanja.
2. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini memiliki berbagai keterbatasan salah satunya dalam mendapatkan sumber buku sebagai referensi oleh karena itu diharapkan kepada peneliti berikutnya untuk menambahkan buku agar lebih baik hasil penelitiannya.
3. Bagi perpustakaan dan akademik agar memperbaiki fasilitas dan buku-buku untuk memberikan kemudahan dalam proses penelitian untuk memperbanyak bahan referensi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabet, 2010.
- Abrista Devi, Hendri Tanjung. *Metode Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing, 2013.
- Diana Ilfi Nur. *Hadis-hadis Ekonomi*. Malang: UIN-Malang Press, 2008.
- Deddy Mulyadi, Veitzal Rivaidan. *Kepemimpinan Dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Fandi, Jtiptono. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011.
- Fuad. M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gram dia Pustaka Umum, 2000.
- Haryono, Budi. *How To Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016.
- Hasan, Ali. *Economics*. Jakarta: Medpress, 2008.
- Harahap Isnaini, dkk. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Hendri Tanjung, M.Syamsul Ma'arif. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT. Grasindo, 2003.
- Irfan,dkk, Azwar Zuliandi. *Metode Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi*. Medan: Umsu Press, 2015.
- Ismanto Setyobudi, Daryanto. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media Kasmir, 2000.
- Kasmir. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grapindo Persada, 2004.
- M. Quraish Shihab. *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Mursid, M. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Bumi Askara, 2003.

- Nasution, M. N. *Manajemen Jasa Terpadu*. Bogor: Ghalla Indonesia, 2004.
- Priyatno Dwi. *SPSS 22 Pengolahan Data Terparktis*. Yogyakarta: CV andi Ofset, 2104.
- Machfoedz Mahmud. *Pengantar Bisnis Modren*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007.
- Sembas Ali Muhidin, Maman Abdurahman. *Panduan Praktis Memahami Penelitian*. Bandung: CV Pustaka Setia, 2011.
- Siagian, Sondang, f,. *Manajemen Strategik*. Jakarta: Bumi Askara, 1995.
- S.P. Hasibuan, Malayu. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Siregar Sofian. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Utami Chistina Whidya. *Manajemen Ritel Strategi dan Implementasi Oprasional Ritel Modren di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2010.

## **Lampiran 1**

### **CURICULUM VITAE (Daftar Riwayat Hidup)**

#### **Data Pribadi**

Nama : Usman Munte  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Aek Badingin, 14 Juli 1996  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Agama : Islam  
Anak Ke : 8 (Delapan)  
Alamat Lengkap : Dusun Aek Badingin, Desa Tanjung  
Medan, Kec Bilah Barat, Kab Labuhanbatu

#### **Orang Tua**

Nama Orang Tua  
Ayah : H. Nurdin Munthe  
Ibu : Alm. Hj, Masnah Ritonga  
Alamat : Dusun Aek Badingin, Desa Tanjung  
Medan, Kec Bilah Barat, Kab Labuhanbatu

#### **Pekerjaan Orang Tua**

Ayah : Bertani  
Ibu : -

#### **Latar Belakang Pendidikan**

Tahun 2004-2009 : SDN 112158 Tanjung Medan  
Tahun 2010-2012 : PONPES S AL-MA'SHUM Rantauprapat  
Tahun 2013-2015 : MAN RantauPrapat  
Tahun 2016- 2020 : Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah  
IAIN Padangsidempuan

## Lampiran 4

**Hasil Uji Data Penelitian**  
**Uji Valifitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)**

## Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	.457**	.339**	.240*	.222*	.188	.615**
ITEM1 Sig. (2-tailed)		.000	.001	.018	.029	.065	.000
ITEM1 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM2 Pearson Correlation	.457**	1	.541**	.344**	.284**	.237*	.669**
ITEM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.005	.019	.000
ITEM2 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM3 Pearson Correlation	.339**	.541**	1	.603**	.435**	.266**	.757**
ITEM3 Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.008	.000
ITEM3 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM4 Pearson Correlation	.240*	.344**	.603**	1	.589**	.205*	.721**
ITEM4 Sig. (2-tailed)	.018	.001	.000		.000	.044	.000
ITEM4 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM5 Pearson Correlation	.222*	.284**	.435**	.589**	1	.461**	.734**
ITEM5 Sig. (2-tailed)	.029	.005	.000	.000		.000	.000
ITEM5 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM6 Pearson Correlation	.188	.237*	.266**	.205*	.461**	1	.598**
ITEM6 Sig. (2-tailed)	.065	.019	.008	.044	.000		.000
ITEM6 N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL Pearson Correlation	.615**	.669**	.757**	.721**	.734**	.598**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Uji Validatas Lokasi (X<sub>2</sub>)

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	.616**	.555**	.461**	.431**	.466**	.361**	.234*	.734**
ITEM1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.021	.000
ITEM1 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM2 Pearson Correlation	.616**	1	.572**	.426**	.481**	.431**	.452**	.290**	.756**
ITEM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000
ITEM2 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM3 Pearson Correlation	.555**	.572**	1	.635**	.540**	.391**	.406**	.213*	.755**
ITEM3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.036	.000
ITEM3 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM4 Pearson Correlation	.461**	.426**	.635**	1	.740**	.319**	.386**	.273**	.748**
ITEM4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.007	.000
ITEM4 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM5 Pearson Correlation	.431**	.481**	.540**	.740**	1	.469**	.409**	.317**	.777**
ITEM5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.000
ITEM5 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM6 Pearson Correlation	.466**	.431**	.391**	.319**	.469**	1	.277**	.189	.644**
ITEM6 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000		.006	.064	.000
ITEM6 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM7 Pearson Correlation	.361**	.452**	.406**	.386**	.409**	.277**	1	.480**	.670**
ITEM7 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.006		.000	.000
ITEM7 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM8 Pearson Correlation	.234*	.290**	.213*	.273**	.317**	.189	.480**	1	.539**
ITEM8 Sig. (2-tailed)	.021	.004	.036	.007	.002	.064	.000		.000
ITEM8 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL Pearson Correlation	.734**	.756**	.755**	.748**	.777**	.644**	.670**	.539**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

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

Uji Validitas Harga(X<sub>3</sub>)

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	.573**	.331**	.288**	.048	.084	.532**
ITEM1 Sig. (2-tailed)		.000	.001	.004	.639	.411	.000
ITEM1 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM2 Pearson Correlation	.573**	1	.685**	.510**	.316**	.355**	.789**
ITEM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000	.000
ITEM2 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM3 Pearson Correlation	.331**	.685**	1	.645**	.354**	.322**	.763**
ITEM3 Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.001	.000
ITEM3 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM4 Pearson Correlation	.288**	.510**	.645**	1	.533**	.477**	.798**
ITEM4 Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000	.000
ITEM4 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM5 Pearson Correlation	.048	.316**	.354**	.533**	1	.744**	.707**
ITEM5 Sig. (2-tailed)	.639	.002	.000	.000		.000	.000
ITEM5 N	97	97	97	97	97	97	97
ITEM6 Pearson Correlation	.084	.355**	.322**	.477**	.744**	1	.713**
ITEM6 Sig. (2-tailed)	.411	.000	.001	.000	.000		.000
ITEM6 N	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL Pearson Correlation	.532**	.789**	.763**	.798**	.707**	.713**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	97	97	97	97	97	97	97

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

Uji Validitas Fasilitas (X<sub>4</sub>)

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	.506**	.360**	.320**	.163	.598**
ITEM1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.110	.000
ITEM1 N	97	97	97	97	97	97
ITEM2 Pearson Correlation	.506**	1	.672**	.509**	.404**	.802**
ITEM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
ITEM2 N	97	97	97	97	97	97
ITEM3 Pearson Correlation	.360**	.672**	1	.601**	.559**	.840**
ITEM3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
ITEM3 N	97	97	97	97	97	97
ITEM4 Pearson Correlation	.320**	.509**	.601**	1	.688**	.824**
ITEM4 Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
ITEM4 N	97	97	97	97	97	97
ITEM5 Pearson Correlation	.163	.404**	.559**	.688**	1	.751**
ITEM5 Sig. (2-tailed)	.110	.000	.000	.000		.000
ITEM5 N	97	97	97	97	97	97
TOTAL Pearson Correlation	.598**	.802**	.840**	.824**	.751**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	97	97	97	97	97	97

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

Uji Validitas Kepuasan (Y)

Correlations

	ITEM1	ITEM2	ITEM3	ITEM4	ITEM5	ITEM6	ITEM7	ITEM8	TOTAL
ITEM1 Pearson Correlation	1	.545**	.484**	.386**	.445**	.491**	.353**	.269**	.697**
ITEM1 Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.000
ITEM1 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM2 Pearson Correlation	.545**	1	.591**	.585**	.518**	.359**	.411**	.304**	.743**
ITEM2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000
ITEM2 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM3 Pearson Correlation	.484**	.591**	1	.631**	.626**	.433**	.406**	.178	.746**
ITEM3 Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.081	.000
ITEM3 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM4 Pearson Correlation	.386**	.585**	.631**	1	.622**	.455**	.368**	.292**	.748**
ITEM4 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.004	.000
ITEM4 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM5 Pearson Correlation	.445**	.518**	.626**	.622**	1	.454**	.490**	.400**	.788**
ITEM5 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
ITEM5 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM6 Pearson Correlation	.491**	.359**	.433**	.455**	.454**	1	.484**	.266**	.699**
ITEM6 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.008	.000
ITEM6 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM7 Pearson Correlation	.353**	.411**	.406**	.368**	.490**	.484**	1	.596**	.723**
ITEM7 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
ITEM7 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
ITEM8 Pearson Correlation	.269**	.304**	.178	.292**	.400**	.266**	.596**	1	.589**
ITEM8 Sig. (2-tailed)	.008	.002	.081	.004	.000	.008	.000		.000
ITEM8 N	97	97	97	97	97	97	97	97	97
TOTAL Pearson Correlation	.697**	.743**	.746**	.748**	.788**	.699**	.723**	.589**	1
TOTAL Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
TOTAL N	97	97	97	97	97	97	97	97	97

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

### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	2.77873421
Most	Absolute	.084
Extreme	Positive	.084
Differences	Negative	-.055
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 <sup>c</sup>

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

### Hasil Uji Multikolineritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.778	2.692		2.518	.014		
1 X1	.004	.079	.003	.050	.961	.858	1.165
X2	.776	.065	.771	12.003	.000	.690	1.449
X3	.225	.098	.189	2.294	.024	.419	2.384
X4	-.245	.101	-.188	-2.432	.017	.474	2.109

- a. Dependent Variable: Y

### Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal	Mean	.0000000
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	2.77873421
Most	Absolute	.084
Extreme	Positive	.084
Differences	Negative	-.055
Test Statistic		.084
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089 <sup>c</sup>

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

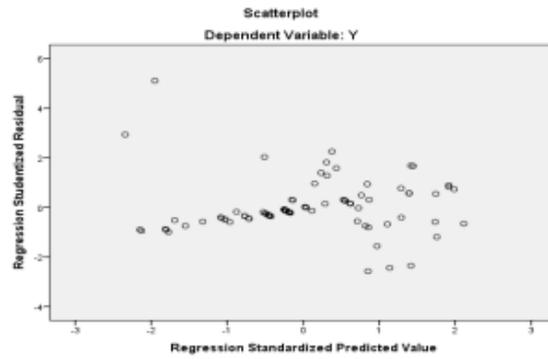
### Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant )	6.778	2.692		2.518	.014		
1 X1	.004	.079	.003	.050	.961	.858	1.165
X2	.776	.065	.771	12.003	.000	.690	1.449
X3	.225	.098	.189	2.294	.024	.419	2.384
X4	-.245	.101	-.188	-2.432	.017	.474	2.109

a. Dependent Variable: Y

### Hasil Uji Heteroskedastisitas



### Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.778	2.692			2.518	.014
1 PELAYANAN	.004	.079	.003		.050	.961
LOKASI	.776	.065	.771		12.003	.000
HARGA	.225	.098	.189		2.294	.024
FASILITAS	-.245	.101	-.188		-2.432	.017

a. Dependent Variable: KEPUASAN

### Hasil Uji Linearitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * PELAYANAN	(Combined)	272.404	10	27.240	2.716	.008
	Between Groups	113.965	1	113.965	11.363	.001
	Deviation from	158.439	9	17.604	1.755	.089
	Linearity					
	Within Groups	862.565	86	10.030		
Total		1134.969	96			

Hasil Uji Linearitas Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * LOKASI	Between Groups	(Combined)	891.062	16	55.691	18.266	.000
		Linearity	816.540	1	816.540	267.820	.000
	Deviation from Linearity	74.521	15	4.968	1.630	.084	
	Within Groups	243.907	80	3.049			
	Total	1134.969	96				

Hasil Uji Linearitas Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * VASILITAS	Between Groups	(Combined)	189.620	10	18.962	1.725	.01
		Linearity	16.535	1	16.535	1.504	.21
	Deviation from Linearity	173.085	9	19.232	1.750	.01	
	Within Groups	945.349	86	10.992			
	Total	1134.969	96				

Hasil Uji Linearitas Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KEPUASAN PELANGGAN * FASILITAS	Between Groups	(Combined)	189.620	10	18.962	1.725	.088
		Linearity	16.535	1	16.535	1.504	.223
	Deviation from Linearity	173.085	9	19.232	1.750		
	Within Groups	945.349	86	10.992			
	Total	1134.969	96				

Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.859 <sup>a</sup>	.738	.727	1.797	2.154

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X2, X3

b. Dependent Variable: Y

Hasil Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Model	Coefficients <sup>a</sup>				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	6.778	2.692		2.518	.014	
PELAYANAN	.004	.079	.003	.050	.961	
1 LOKASI	.776	.065	.771	12.003	.000	
HARGA	.225	.098	.189	2.294	.024	
FASILITAS	-.245	.101	-.188	-2.432	.017	

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	ANOVA <sup>a</sup>				
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	837.827	4	209.457	64.851	.000 <sup>b</sup>
Residual	297.142	92	3.230		
Total	1134.969	96			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), FASILITAS, PELAYANAN , LOKASI, HARGA

### Lampiran 3

#### Hasil Jawaban Responden Variabel Pelayanan ( $X_1$ )

No	Pelayanan( $X_1$ )						Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
1	4	4	4	4	4	5	25
2	4	5	5	5	4	4	27
3	4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	3	3	4	5	23
5	5	5	5	5	4	3	27
6	5	5	5	4	4	5	28
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	3	3	3	3	20
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	5	4	4	4	3	25
12	4	5	5	5	3	3	25
13	5	5	5	5	4	4	28
14	4	4	4	4	4	3	23
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	4	4	4	27
17	4	5	5	5	5	5	29
18	5	5	4	4	5	5	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	5	4	25
21	5	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	5	5	5	5	5	29
25	4	5	5	5	4	4	27
26	5	5	4	4	4	4	26
27	5	5	4	3	3	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	4	4	4	4	26
30	5	5	5	5	5	5	30
31	4	5	5	4	4	5	27
32	4	4	4	4	4	4	24
33	5	5	4	4	4	4	26
34	4	5	5	4	5	4	27
35	5	5	5	5	5	5	30
36	4	4	5	5	5	5	28

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	3	3	3	21
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	4	4	4	4	4	23
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	4	4	4	27
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	5	5	5	4	29
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	5	5	4	4	5	28
51	4	4	5	4	5	5	27
52	4	5	5	4	5	4	27
53	4	4	4	5	4	4	25
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	4	4	4	5	5	26
56	5	5	5	5	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	4	4	5	4	27
59	5	5	4	4	4	5	27
60	4	4	5	5	5	5	28
61	4	5	3	4	3	4	23
62	3	5	4	2	3	5	22
63	4	4	4	4	4	2	22
64	5	5	5	5	5	5	30
65	4	4	4	4	4	4	24
66	4	4	4	4	4	3	23
67	5	5	4	4	4	5	27
68	5	5	5	3	3	4	25
69	4	4	4	4	4	4	24
70	4	4	4	5	5	4	26
71	5	4	5	5	4	4	27
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	4	5	5	4	28
75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	5	5	5	5	4	28

78	5	5	5	5	4	3	27
79	4	5	5	5	5	5	29
80	5	5	4	4	5	5	28
81	4	5	4	5	5	3	26
82	5	4	5	5	4	4	27
83	5	5	5	5	5	5	30
84	5	5	5	4	5	4	28
85	5	4	4	4	4	5	26
86	5	5	5	5	4	4	28
87	5	4	4	4	4	5	26
88	4	5	4	5	4	5	27
89	5	4	4	4	4	5	26
90	4	5	4	5	5	5	28
91	5	5	5	4	5	4	28
92	5	5	5	4	4	4	27
93	5	5	5	5	5	5	30
94	5	4	4	4	5	5	27
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	5	5	5	5	4	29
97	5	5	4	4	5	4	27

Hasil Jawaban Responden Variabel Lokasi (X<sub>2</sub>)

No	Lokasi (X <sub>2</sub> )								Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	4	4	4	5	5	5	4	4	35
2	5	5	5	4	4	4	4	4	35
3	5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	5	5	5	5	4	4	4	3	35
6	4	4	5	5	5	5	4	4	36
7	5	4	4	4	4	4	4	3	32
8	4	4	4	4	4	3	3	3	29
9	4	4	4	4	4	4	4	5	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	4	4	5	5	5	35
12	4	4	4	4	3	4	4	4	31
13	5	5	5	5	5	5	4	4	38
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	4	3	4	4	4	4	31
16	4	3	4	4	4	4	3	4	30



58	4	4	4	4	4	4	3	3	30
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	3	4	4	4	4	4	4	4	31
61	3	3	3	4	4	4	4	4	29
62	3	3	3	3	3	3	3	3	24
63	3	4	4	4	4	2	4	4	29
64	3	5	5	5	5	2	5	5	35
65	3	4	3	4	4	3	2	5	28
66	4	4	4	3	3	3	3	3	27
67	4	5	4	4	4	4	4	4	33
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	3	3	3	3	3	3	3	5	26
70	5	5	4	4	5	4	4	4	35
71	5	5	4	4	4	5	4	4	35
72	4	4	5	5	5	5	4	4	36
73	4	5	3	4	3	4	5	4	32
74	3	5	4	2	3	5	5	5	32
75	4	4	4	4	4	2	5	5	32
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	4	4	4	4	5	5	34
78	4	4	4	4	4	3	4	4	31
79	5	5	4	4	4	5	4	5	36
80	5	5	5	3	3	4	4	5	34
81	4	4	4	4	4	4	5	5	34
82	4	4	4	5	5	4	4	5	35
83	5	4	5	5	4	4	5	5	37
84	5	5	5	5	5	5	4	5	39
85	4	4	4	4	4	4	5	5	34
86	5	5	4	5	5	4	5	5	38
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	5	5	5	5	5	5	5	4	39
89	4	5	5	5	5	4	5	4	37
90	5	5	5	5	4	3	5	4	36
91	4	5	5	5	5	5	4	5	38
92	5	5	4	4	5	5	5	5	38
93	5	5	4	4	4	4	4	4	34
94	4	4	4	4	5	5	5	5	36
95	4	5	4	5	5	5	4	4	36
96	4	4	5	5	4	4	4	4	34
97	4	5	5	4	4	5	4	4	35

Hasil Jawaban Responden Variabel Harga ( $X_3$ )

No	Harga( $X_3$ )						Jumlah
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	
1	3	5	4	5	5	5	27
2	3	5	5	3	5	5	26
3	4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	4	5	4	4	4	26
6	5	5	4	5	5	5	29
7	5	4	4	4	4	4	25
8	4	4	3	3	3	3	20
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	5	4	25
11	5	5	5	4	4	4	27
12	3	3	4	4	4	4	22
13	4	5	5	5	5	5	29
14	3	4	4	4	4	4	23
15	3	4	4	4	5	5	25
16	4	5	5	5	5	5	29
17	4	5	5	5	5	5	29
18	3	4	5	5	5	5	27
19	4	5	5	4	4	4	26
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	4	4	4	4	4	23
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	3	3	3	4	19
25	3	3	5	4	4	4	23
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	3	5	5	5	5	5	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	4	4	5	5	5	28
32	4	4	4	5	4	4	25
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	4	4	4	4	26
35	5	5	4	4	4	4	26
36	4	4	5	5	5	5	28
37	4	4	4	4	4	4	24

38	3	3	4	4	4	4	22
39	3	5	5	5	5	5	28
40	4	4	3	4	4	4	23
41	3	3	3	3	4	3	19
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	3	5	5	5	24
44	3	3	3	4	4	3	20
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	4	4	4	3	4	23
47	4	4	5	4	4	4	25
48	3	5	5	4	4	4	25
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	4	4	5	4	3	3	23
52	3	3	3	3	3	2	17
53	5	5	5	5	5	5	30
54	4	5	5	4	4	4	26
55	4	5	5	5	5	4	28
56	4	4	5	5	5	5	28
57	4	4	4	4	4	4	24
58	5	5	5	5	5	5	30
59	3	4	4	4	4	4	23
60	5	5	5	5	5	5	30
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	4	4	4	4	24
65	5	5	5	5	5	4	29
66	4	4	4	3	3	2	20
67	5	5	5	5	2	2	24
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	4	4	3	3	2	20
70	4	4	4	4	4	5	25
71	4	5	5	5	4	5	28
72	4	5	5	5	5	4	28
73	4	4	3	3	4	5	23
74	5	5	5	5	4	5	29
75	5	5	5	4	4	5	28
76	4	4	4	4	5	4	25
77	4	4	3	3	4	4	22
78	4	4	4	4	5	5	26

79	4	4	4	4	5	5	26
80	5	5	4	4	4	5	27
81	4	5	5	5	4	4	27
82	5	5	5	5	4	4	28
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	5	5	5	27
85	5	5	5	4	5	4	28
86	4	5	5	5	4	4	27
87	5	5	4	4	5	5	28
88	4	4	4	4	5	5	26
89	4	4	4	4	4	3	23
90	3	4	4	3	5	5	24
91	4	5	4	4	4	5	26
92	5	5	5	5	4	3	27
93	4	5	5	5	4	5	28
94	4	5	5	5	5	5	29
95	5	5	4	4	4	3	25
96	5	5	4	3	3	4	24
97	4	4	4	4	3	4	23

Hasil Jawaban Responden Variabel Fasilitas (X<sub>4</sub>)

No	Fasilitas(X <sub>4</sub> )					Jumlah
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	
1	3	5	4	5	5	22
2	3	5	5	3	5	21
3	4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	4	22
6	5	5	4	5	5	24
7	5	4	4	4	4	21
8	4	4	3	3	3	17
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	5	21
11	5	5	5	4	4	23
12	3	3	4	4	4	18
13	4	5	5	5	5	24
14	3	4	4	4	4	19
15	3	4	4	4	5	20
16	4	5	5	5	5	24
17	4	5	5	5	5	24

18	3	4	5	5	5	22
19	4	5	5	4	4	22
20	5	5	5	5	5	25
21	3	4	4	4	4	19
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	3	3	3	3	3	15
25	3	3	5	4	4	19
26	5	5	5	5	5	25
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	3	5	5	5	5	23
30	4	4	4	4	4	20
31	5	4	4	5	5	23
32	4	4	4	5	4	21
33	5	5	5	5	5	25
34	5	5	4	4	4	22
35	5	5	4	4	4	22
36	4	4	5	5	5	23
37	4	4	4	4	4	20
38	3	3	4	4	4	18
39	3	5	5	5	5	23
40	4	4	3	4	4	19
41	3	3	3	3	4	16
42	4	4	4	4	4	20
43	3	3	3	5	5	19
44	3	3	3	4	4	17
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	3	19
47	4	4	5	4	4	21
48	3	5	5	4	4	21
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	4	5	4	3	20
52	3	3	3	3	3	15
53	5	5	5	5	5	25
54	4	5	5	4	4	22
55	4	5	5	5	5	24
56	4	4	5	5	5	23
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25

59	3	4	4	4	4	19
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	3	3	3	3	3	15
64	4	4	4	4	4	20
65	5	5	5	5	5	25
66	4	4	4	3	3	18
67	5	5	5	5	2	22
68	4	4	4	4	4	20
69	4	4	4	3	3	18
70	4	4	4	3	4	19
71	4	4	3	3	3	17
72	4	3	3	4	4	18
73	3	4	4	4	3	18
74	4	3	3	4	4	18
75	4	4	4	3	4	19
76	3	4	4	3	4	18
77	4	4	4	3	3	18
78	4	4	4	5	5	22
79	4	5	4	3	4	20
80	4	3	3	3	3	16
81	4	3	5	4	5	21
82	4	4	4	4	4	20
83	3	3	3	3	4	16
84	4	4	4	3	4	19
85	4	4	3	3	3	17
86	3	3	3	3	3	15
87	4	4	3	4	3	18
88	4	4	4	4	4	20
89	3	3	3	3	3	15
90	4	4	4	4	4	20
91	4	4	3	3	3	17
92	4	3	4	3	4	18
93	4	4	4	3	3	18
94	4	4	3	3	3	17
95	3	3	3	4	4	17
96	4	4	4	4	3	19
97	3	4	3	4	3	17



## DOKUMENTASI PENELITIAN



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



Keterangan : Pembagian dan pengisian kuesioner kepada responden



**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 : 302/In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/02/2021      05 Februari 2021  
Tempat : -  
Judul : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

h. Bapak;  
Muhammad Isa : Pembimbing I  
Adanan Murroh Nasution : Pembimbing II

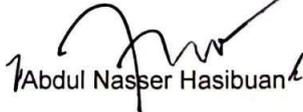
Dengan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak bahwa, berdasarkan hasil  
yang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi  
mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Usman Munte  
M : 1640200054  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Konsentrasi : Manajemen Bisnis  
Judul Skripsi : Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di  
Swalayan Rahmat Syariah

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa  
tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila  
perlu.

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Abdul Nasser Hasibuan

mbusan :  
kan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



**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

: 96\In.14/G.1/G.4c/TL.00/04/2021  
: Mohon Izin Riset

16 April 2021

**mpinan Swalayan Rahmat Syariah Padangsidimpuan**

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

Nama : Usman Munthe  
NIM : 1640200054  
Semester : X (Sepuluh)  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan  
Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan  
"Determinan Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja di Swalayan Rahmat  
1 Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan  
at dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

a.n Dekan,  
Wakil Dekan Bidang Akademik

  
Abdul Nasser Hasibuan

an:  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

# CV. RAHMAT SYARIAH JAYA MANDIRI

OFFICE : Jl. MH. THAMRIN, NO. 11 BC : 4 KEL. WEK IV KEC. PADANGSIDIMPUAN UTARA  
KOTA PADANGSIDIMPUAN-SUMUT TELP. (0634) 21682 E-Mail :cv.rsjm@yahoo.com

27 April 2021

: 02/IV/RSJM/2021

: Balasan Permohonan Riset

kan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Dengan Hormat, Pimpinan Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan memberitahukan

:

Nama : Usman Munthe

NIM : 1640200054

Semester : X ( Sepuluh )

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

benar sudah menyelesaikan Riset di Rahmat Syariah Swalayan Padangsidimpuan.

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

