



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN
(Studi kasus di Padangsidempuan Tenggara)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh :

**RAMA ZIKRI DAULAY
NIM: 17 402 00064**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH
ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN
(Studi kasus di Padangsidempuan Tenggara)**

SKIRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RAMA ZIKRI DAULAY
NIM. 17 402 00064**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA
INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN
(Studi kasus di Padangsidimpuan Tenggara)**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh:

**RAMA ZIKRI DAULAY
NIM. 17 402 00064**

PEMBIMBING I

**H. Aswadi Lubis S.E, M.Si
NIP. 19630107199931 002**

PEMBIMBING II

**Aliman Syahuri Zein M.E.I
NIDN. 20 28048201**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI
HASAN AHMAD ADDARY (UIN SYAHADA)
PADANGSIDIMPUAN
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH ALI HASAN AHMAD
ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **RAMA ZIKRI DAULAY**

Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidempuan, Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **RAMA ZIKRI DAULAY** yang berjudul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN. (Studi kasus di Padangsidempuan Tenggara)**" Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

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

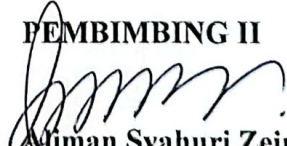
Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I


H. Aswadi Mubis S.E, M.Si.
NIP. 1963010719993 1 002

PEMBIMBING II


Aliman Syahuri Zein M.E.I.
NIDN. 20 28048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : RAMA ZIKRI DAULAY

NIM : 17 402 00064

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN (Studi Kasus di Padangsidimpuan Tenggara).**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa Univeritas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 4 Tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidimpuan, 8 Desember 2022

ya yang Menyatakan,



Rama Zikri Daulay
RAMA ZIKRI DAULAY
NIM. 17 402 00064

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : RAMA ZIKRI DAULAY

NIM : 17 402 00064

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN. (Studi Kasus di Padangsidempuan Tenggara)”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : 8 Desember 2022

Yang menyatakan,




RAMA ZIKRI DAULAY
NIM. 17 402 00064



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : RAMA ZIKRI DAULAY
NIM : 17 402 00064
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa
Indihome di Padangsidimpuan. (Studi
Kasus di Padangsidimpuan Tenggara)

Ketua

Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 198211162011012003

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

Anggota

Nofinawati, M.A.
NIP. 198211162011012003

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd.
NIP. 198303172018012001

H. Ali Hardana, M.Si.
NIDN. 2013018301

Arti Damisa, M.EI.
NIDN. 2020128902

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Rabu / 14 Desember 2022
Pukul : 14.00 WIB – 17.00 WIB
Hasil/Nilai : Lulus / 70,5 (B)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022
Website:uinsyahada.ac.id

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN**
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
MENGGUNAKAN JASA INDIHOME DI
PADANGSIDIMPUAN. (Studi Kasus di
Padangsidempuan Tenggara)

NAMA : **RAMA ZIKRI DAULAY**
NIM : **17 402 00064**
TANGGAL YUDISIUM : **28 JANUARI 2023**
IPK : **3,36**
PREDIKAT : **SANGAT MEMUASKAN**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023

Dekan,



Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si. &
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : Rama Zikri Daulay
Nim : 17 402 00064
Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa IndiHome Di Padangsidempuan. (Studi Kasus Di Padangsidempuan Tenggara)**

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa indihome di Padangsidempuan. Latar belakang penelitian ini adalah kualitas pelayanan yang diberikan IndiHome masih kurang memuaskan, tayangan yang diberikan IndiHome sebagian besar jauh dari unsur-unsur edukasi dan harga yang diberikan IndiHome terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan.

Pembahasan dalam penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Pendekatan yang dilakukan adalah dengan teori-teori yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan model analisis regresi sederhana. Sampel yang digunakan sebanyak 83 responden. Metode pengambilan sampel yang dipilih berdasarkan metode rumus *slovin*. Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data diperoleh dari hasil kusioner dan dokumentasi. Teknik analisis datanya meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji signifikan (uji t), uji koefisien determinasi, uji analisis regresi sederhana dan menggunakan bantuan perhitungan statistik SPSS versi 24.

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS Versi 24, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan. Koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 14,4%. Sedangkan sisanya 85,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Artinya masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas, Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalaamu 'alaikum Wr.Wb



Alhamdulillah, puji syukur kita sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan judul penelitian **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MENGGUNAKAN JASA INDIHOME DI PADANGSIDIMPUAN (Studi Kasus Di Padangsidimpuan Tenggara)”**. Shalawat dan salam kita hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa ummatnya dari zaman kebodohan ke zaman yang berilmu pengetahuan seperti yang ada pada saat sekarang ini.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag, Rektor UIN Syahada Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag, Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Dr. Ikhwan Nuddin Harahap, M.Ag, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag, Wakil Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Replita, M. Si, Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A Ketua Program studi Ekonomi Syariah, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidimpuan.
4. Bapak H.Aswadi Lubis S.E, M.Si. Pembimbing I dan bapak Aliman Syahuri Zein M.E.I Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga menjadi amal yang baik dan mendapat balasan dari Allah SWT.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Segenap Bapak dan Ibu Dosen, Pegawai dan Civitas Akademik UIN Syahada Padangsidimpuan yang dengan ikhlas memberikan ilmu pengetahuan,

dorongan, dan motivasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

7. Teristimewa keluarga tercinta Ayahanda Ali Damri Daulay dan Ibunda Sugiyem, yang telah mendidik dan selalu berdoa tiada hentinya, yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban seta memberikan dukungan moril dan materi, serta berjuang tanpa mengenal lelah dan putus asa demi kesuksesan dan masa depan cerah putra-putrinya, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayangNya kepada orang tua tercinta dan diberi balasan atas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada Nur Hamida Daulay, Ikhsan Firdaus Daulay, dan Adek Gustia Ningsih Harahap yang selalu memberikan motivasi kepada peneliti dan selalu menjadi tempat teristimewa bagi peneliti.
8. Untuk sahabat dan teman-teman peneliti seperjuangan, Febriansyah Dongoran, As Ari Nasution, Muliensyah Hasibuan S.E, Syaipul Bahri Nasution, Muhammad Syahril Hujaipta, Elisa Rani Hondro S.E, Febri Indri Syahrani, Tri Wahyu Ningsih, Nova Ramadani Hondro, Fitri Handayani S.E. dan para sahabat serta teman-teman lain yang tidak dapat peneliti ucapkan nama-namanya satu-persatu yang telah memberikan semangat serta membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2017, teristimewa Ekonomi Syariah MB 1 angkatan 2017 yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E, serta teman-teman KKL Desa Tanjung Morawa, teman-teman Magang mandiri Desa Sihitang, dan Keluarga besar Ma'had Al-Jamiah UIN Syahada Padangsidimpuan.
10. 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.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang takterhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Padangsidimpuan, Desember 2022
Peneliti

Rama Zikri Daulay
NIM. 17 402 00064

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam system 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	Śa	Ś	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	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	şad	Ş	Es (dengan titik dibawah)
ض	đad	đ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

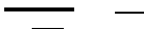

ن	Nun	N	En
و	wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

B. Vokal

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



1. 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
 و	<i>Dommah</i>	U	U

2. Vokal Rangkap

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

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

3. 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... اِ... اُ...	<i>fathah dan alifata uya</i>	a ⁻	a dan garis atas
ي... اِ...	<i>Kasrah danya</i>	i ⁻	i dan garis di bawah
و... اُ...	<i>dommah dan wau</i>	u ⁻	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

1. Ta marbutah hidup

Tamarbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah/t/.

2. 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).

D. 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.

E. 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 sa yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. 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.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

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

F. 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.

G. 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.

H. 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.

I. 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

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	iii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Defenisi Operasional Variabel.....	6
F. Tujuan Penelitian	7
G. Kegunaan Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teori.....	8
1. Kualitas Pelayanan	8
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	8
b. Karakteristik Pelayanan.....	11
c. Faktor Kualitas pelayanan	12
d. Pengukuran Kualitas Pelayanan	13
e. Jenis Kualitas Pelayanan	13
f. Indikator Kualitas Pelayanan.....	13
g. Etika Dalam Pelayanan	16
h. Karakteristik Layanan	17
i. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam	18
2. Kepuasan Konsumen.....	19
a. Pengertian Kepuasan Konsumen	19
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	21
c. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam	22
d. Elemen Kepuasan Konsumen	24
e. Pengukuran Kepuasan Konsumen	25
f. Indikator Kepuasan Konsumen	27
g. Cara mengukur kepuasan konsumen.....	28
h. Sebab-sebab timbulnya tidak kepuasan	30
i. Kepuasan kosnumen dalam Perspektif Islam.....	31
j. Prinsip Agar Konsumen Puas Dalam Pelayanan	33
3. Indihome	34

B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Fikir	39
D. Hipotesis.....	39
BAB III METODELOGI PENELITIAN	
A. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	40
B. Jenis Penelitian.....	40
C. Populasi Dansampel.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	41
D. Sumber Data.....	42
1. Data Primer	43
2. Data Sekunder.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Kusioner/ angket	43
2. Dokumentasi	44
F. Tehnik Analisis Data	44
1. Uji Validitas.....	44
2. Uji Reabilitas	45
3. Uji Normalitas	46
4. Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	47
5. Uji Signifikan (Uji T)	47
6. Uji Regresi Sederhana	48
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Indihome Padangsidempuan	49
1. Sejarah Indihome	49
2. Visi Dan Misi.....	50
3. Struktur Organisasi	51
B. Hasil Analisis Data.....	51
1. Uji Validitas Dan Uji Reabilitas	51
a. Hasil Uji Validitas	51
b. Hasil Uji Reabilitas.....	53
c. Hasil Uji Normalitas	54
d. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	56
e. Hasil Uji Signifikan (Uji T).....	57
f. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana.....	58
C. Pembahasan Hasil Penelitian	59
D. Keterbatasan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	62
B. Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1	Definisi Oprasional Variabel	6
Tabel II.I	Penelitian Terdahulu	35
Tabel IV.I	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	52
Tabel IV.II	Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen	53
Tabel IV.III	Hasil Uji Reabilitas	54
Tabel IV.IV	Hasil Uji Normalitas	55
Tabel IV.V	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
Tabel IV.VI	Hasil Uji Parsial (Uji T).....	57
Tabel IV.VII	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.I Kerangka Pikir.....	39
Gambar IV.I Struktur Organisasi Indihome Padangsidempuan	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 2 : Daftar Pernyataan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 3 : Permohonan Surat Izin Riset
- Lampiran 4 : Balasan Surat Izin Riset
- Lampiran 5 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 6 : Dokumentasi Penyebaran Angket
- Lampiran 7 : Data Angket
- Lampiran 8 : Hasil Olahan Data Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis saat ini banyak menjanjikan peluang dan bisnis bagi sebuah perusahaan. Perusahaan saling berlomba untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Suatu perusahaan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain agar perusahaan tersebut bisa bertahan, dan disisi lain perusahaan juga harus mmengerti apa yang diinginkan oleh konsumen, sehingga konsumen merasa puas.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar). Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dari buku Mana-jemen Pemasaran mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan (perceived) sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan (Sadono). Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian (Tse dan Wilson).¹

Menurut Tjiptono Kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Sedangkan menurut kotler dan keller Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen

¹ Acai Sudirman,dkk, *Prilaku Konsumen Dan Perkembangannya di Era Digital* (Bandung: April 2020), hlm.120.

akan tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi, konsumen akan puas. Apabila kinerja melebihi ekspektasi, maka konsumen akan merasa sangat puas.²

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan tersebut, omongan orang lain dan informasi iklan.

Menurut kotler mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut tjiptono, kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap.³

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan penyedia barang atau jasa, baik itu perusahaan, lembaga atau instansi. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan setiap instansi atau penyedia barang

² Dwi Aliyyah Apriyani Sunarti, *Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*, (Survie Pada Konsumen The Little A Coffe Sidoarjo), Jurnal administrasi Bisnis (JAB) Vol 51 No.2, 2 oktober 2017 hlm 4.

³ Januar Efendi Panjaitan dan Ali Lili Yuliati Derema, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*, Jurnal Manajemen Vol. 11 No. 2, September 2016,hlm.60

atau jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan atau pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia barang dan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan.

Kecepatan dalam pelayanan ialah suatu tekanan yang wajib dipenuhi oleh suatu perusahaan, mengingat situasi citra perusahaan dapat dipengaruhi oleh pelayanan yang lamban dan pelanggan pun memperhitungkan kinerja perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik untuk memenuhi pelayanan mampu untuk melindungi serta meningkatkan level pelayanan yang diberikan, sehingga pelayanan dari perusahaan akan tersu dipakai oleh pelanggan karna merasa senang.

Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa telekomunikasi. Indonesia Digital Home (IndiHome) merupakan produk layanan PT. Telkom Indonesia dengan wujud Triple Play Paket layanan yakni internet folter berkecepatan tinggi, telepon rumah, serta layanan televisi digital. Telkom menanamkan IndiHome sebagai layanan *there in one* sebab tidak hanya internet yang dapat diakses, pelanggan juga mendapat fasilitas telepon dan progam TV berbayar. IndiHome resmi diluncurkan serta menjadi salah satu program

utama Telkom yang menggantikan produk Speedy dan Groovia sebagai produk sebelumnya.

Kurangnya kemampuan Indihome dalam menghadapi keluhan pelanggan tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan produk Indihome. Pelayanan yang berkualitas tentunya akan menghasilkan kepuasan bagi pelanggan sehingga penyedia jasa harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal.

Beberapa penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen juga sudah dilakukan, tetapi terlihat perbedaan pada penelitian tersebut. Pada penelitian Junuar Efendi Pandjaitan dan Lili Yulianti, menemukan bahwa kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian Nasib menemukan bahwa, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Pangkalan Brandan Bengawan Solo. Sedangkan penelitian Muhammad Yusuf menemukan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber kota Palangkaraya Kalimantan Tengah. Penelitian Novia Ekawaty menemukan bahwa, kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian Hera Afrilia menemukan bahwa, kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jadi dapat peneliti simpulkan dari beberapa penelitian terdahulu bahwasannya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, apabila kualitas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan itu bagus maka dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada masyarakat yang menggunakan layanan IndiHome. *Pertama*, Saudari Adek Dwik Febrianingsih Harahap mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan kurang memuaskan, karena pada saat pemasangan pertama kerjanya sangat lama dan menghabiskan banyak waktu serta kurang tanggap dalam menghadapi keluhan.⁴ *Kedua*, Saudara Syaipul Bahri Nasution beliau mengatakan tayangan yang diberikan indihome jauh dari unsur-unsur edukasi.⁵ *Ketiga*, Saudari Ita Purnama beliau mengatakan harga yang diberikan terlalu tinggi dan kurang sesuai dengan kualitas jaringan yang diberikan.⁶

Sesuai dengan hasil wawancara, menunjukkan ketidakpuasan konsumen dengan keluhan bahwa rata-rata pengguna mengeluhkan mengenai kualitas layanan jasa Telkom yang tidak sesuai ekspektasi konsumen dan kualitas produk yang tidak sesuai dengan yang diharapkan. Berdasarkan latar belakang pada penelitian yang telah diuraikan peneliti terdorong untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa IndiHome di Padangsidempuan” (Studi Kasus di Padangsidempuan Tenggara)**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas permasalahan yang dapat diambil yaitu:

1. Pelayanan yang diberikan indihome masih kurang memuaskan.
2. Tayangan yang diberikan indihome sebagian besar jauh dari unsur-unsur edukasi.
3. Harga yang diberikan IndiHome terlalu mahal dan tidak sesuai dengan kualitas yang diberikan.

⁴ Hasil dari wawancara Adek Dwik Febrianingsih Harahap, pada hari Minggu 23 Januari 2022, pukul 14.10 WIB.

⁵ Hasil dari wawancara Syaipul Bahri Nasution, pada hari Rabu 26 Januari 2022, pukul 20.00 WIB.

⁶ Hasil dari wawancara Ita Purnama, pada hari Senin 31 Januari 2022, pukul 15.20 WIB.

C. Batasan Masalah

Batasan masalah dipengaruhi agar ruang lingkup penelitian menjadi jelas, fokus dan lebih spesifik. Dari masalah yang diuraikan, maka fokus masalah dalam penelitian ini adalah pengguna layanan IndiHome yang berada di Wilayah Kecamatan Padangsidempuan Tenggara.

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan (Studi kasus di Padangsidempuan Tenggara)?

E. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat objek yang didefinisikan dan dapat diamati. Penelitian ini terdiri dari dua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan satu variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen.

Tabel I.I
Definisi Operasional Variabel

No	Jenis Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel	Skala Pengukuran
1	Kepuasan Konsumen (Y)	Rasa puas yang dialami konsumen sehingga para konsumen tetap setia memakai produk yang dipilihnya.	1. Kualitas Produk 2. Kualitas pelayanan 3. Harga yang ditawarkan 4. Mudah mengakses produk	Ordinal
2	Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diberikan untuk	1. Berwujud 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan dan kepastian	Ordinal

		memenuhi kebutuhan konsumen.	Empati	
--	--	------------------------------	--------	--

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan Indihome di Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis dalam bidang manajemen bisnis khususnya mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Bagi pembaca

Peneliti memiliki harapan yang besar pada penelitian ini agar bisa menjadi sumber referensi bagi semua kalangan khususnya terkait pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi para peneliti selanjutnya yang mengambil tema yang sama agar dapat melengkapi hal-hal yang menjadi kekurangan dalam penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas pelayanan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pelayanan adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang.⁷

Kualitas pelayanan yaitu suatu kegiatan yang diberikan perusahaan ke konsumen yang tidak memiliki bentuk dan tidak dapat dimiliki secara permanen.⁸

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci sukses. Tjiptono percaya bahwa ini adalah tingkat keunggulan yang diinginkan dan bahwa tingkat keunggulan ini dapat dikontrol untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.⁹

Jadi kesimpulan dari penjelasan di atas yaitu kualitas merupakan tujuan atau strategi yang dilakukan perusahaan dalam menarik konsumen dengan memadukan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya.

Relative merupakan sifat dasar dari konsep kualitas itu sendiri, yaitu bergantung pada perspektif yang biasa dipakai dalam menentukan ciri-ciri dan spesifikasinya. Pada dasarnya, terdapat

⁷ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi online/daring (dalam jaringan) dikutip dan <https://kbbi.web.id/layanan>, pada hari senin, tanggal 6 Desember, Pukul 17:10 WIB

⁸ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 edisi Melenium* (Jakarta: Prehallindo, 2002), hlm.13.

⁹Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa Edisi Kedua* (Yogyakarta: Andi Offset, 2006), hlm.59.

beberapa orientasi kualitas yaitu harus konsisten satu sama lain, yaitu: persepsi konsumen, produk(jasa) dan proses. Untuk produk berwujud barang, ketiga arah ini hampir selalu dapat dibedakan dengan sangat jelas, namun tidak untuk produk jasa. Untuk jasa, produk dan prosesnya kemungkinan sulit untuk dapat dibedakan dengan jelas karena produknya merupakan proses itu sendiri.

Semakin tinggi nilai kualitas yang diberikan, maka semakin besar kepuasan yang diterima konsumen. Secara etimologi pelayanan berasal dari kata layan yang berarti membantu mengadakan atau menangani apa saja yang dibutuhkan seseorang, lalu pelayanan juga dapat dikatakan sebagai: melayani, servis atau jasa sehubungan dengan jual beli dan jasa.

Dari uraian tersebut, maka pelayanan dapat didefinisikan sebagai tindakan yang diberikan untuk membantu kegiatan seseorang, menyediakan dan mengatur baik itu berupa barang atau jasa dari pihak satu ke pihak lain.

Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Garvin menyatakan lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Perspektif kualitas terbagi menjadi 5 yaitu:

- 1) Pendekatan Transendental (*transcendental approach*)
Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawan (*innate excellence*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan
- 2) Pendekatan Berbasis produk (*produk based approach*) pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat di kuantitatifkan dan dapat diukur.
- 3) Pendekatan berbasis pengguna (*used based approach*) pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan prefensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan merupakan produk berkualitas paling tinggi.
- 4) Pendekatan berbasis manufaktur (*manufacturing- based approach*) perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply- based*) dan secara khusus memperhatikan praktik- praktik perekayasa dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.
- 5) Pendekatan Berbasis Nilai (*value- based approach*). Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best- buy*)

b. Karakteristik Pelayanan

Kotler mengemukakan bahwa jasa atau pelayanan memiliki empat karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1) Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa atau pelayanan sebelum mereka menikmatinya sendiri.

2) Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Biasanya barang diproduksi disimpan dalam persediaan, didistribusikan dijual baru kemudian dikonsumsi. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa, misalnya, ruang kuliah yang nyaman, fasilitas komputer, book store, dan sebagainya.

3) Bervariasi (*variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran non baku artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa, tersebut dihasilkan, para pembeli jasa sangat peduli terhadap variabilitas yang tinggi ini dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih penyedia jasa.

4) Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Dengan demikian bila suatu jasa tidak digunakan maka jasa tersebut akan berlalu begitu saja.¹⁰

c. Faktor Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Perspektif kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/ jasa. Kualitas menjadi pedoman utama dalam pengembangan dan keberhasilan implementasi program-program kereyakasaan untuk mewujudkan suatu tujuan bisnis yang utama.

Secara etimologi tidak mudah mendefenisikan atau memberikan pengertian mengenai kualitas. Namun demikian ada defenisi umum yang diberikan oleh beberapa pakar kaulitas pelayanan dikemukakan oleh Juran (Tjiptono) bahwa kualitas adalah “kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*) Defenisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan”. Kualitas adalah penilaian subyektif pelanggan.

Penilaian ini ditentukan oleh persepsi pelanggan terhadap jasa, persepsi tersebut dapat berubah karena pengaruh. Misalnya iklan yang efektif, reputasi suatu jasa tertentu, pengalaman teman dan sebagainya. Jadi yang penting bagi kita adalah bagaimana jasa kira dipersepsikan oleh pelanggan dan kapan persepsi pelanggan berubah.

¹⁰ Fitri Madona, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, (Skripsi) PALEMBANG: UIN RADEN FATTAH PALEMBANG, 2017, hlm. 21-24

d. Pengukuran Kualitas pelayanan

Penelitian kualitas jasa didasarkan apa yang diharapkan. Mengembangkan nilai kualitas pelayanan dengan nilai kepuasan secara menyeluruh dalam kualitas jasa. Dengan cara ini kualitas pelayanan dapat dipakai berbagai industri yang bergerak dibidang jasa.

e. Jenis Kualitas Pelayanan

Lovelock membagi kualitas pelayanan menjadi dua macam yaitu:

- a) Kualitas layanan inti (*core service quality*). Kualitas layanan inti adalah pelayanan utama perusahaan untuk berada di pasar dan mewakili kemampuan dasar perusahaan dalam meningkatkan nilai
- b) Kualitas layanan penunjang (*peripheral service quality*) adalah pelayanan yang mendukung dan memfasilitasi kualitas layanan inti (*peripheral service quality*).¹¹

f. Indikator kualitas pelayanan

Indikator-indikator pelayanan menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi indikator pelayanan ada lima, yaitu;

1) Berwujud

Yaitu perusahaan mampu dalam memperlihatkan eksistensi perusahaan kepada pihak luar. Penampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang mampu dimanfaatkan oleh lingkungan sekitar

¹¹ Muah Masram, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*, (Sidoarjo: Zifatama, 2014), hlm.88.

merupakan bukti nyata atas pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yaitu meliputi sebagai berikut:

- a) Tampilan bangunan luar dan dalam yang menarik.
- b) Karyawan yang rapi dan sopan.

2) Keandalan (*reability*)

Artinya perusahaan mampu memberikan layanan secara akurat dan andal seperti yang dijanjikan, antara lain sebagai berikut:

- a) Kesigapan karyawan dan memberikan pelayanan.
- b) Bertransaksi dengan tepat.

3) Ketanggapan (*responsiveness*)

Merupakan kebijakan yang dirancang untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan pengumuman yang jelas, yaitu meliputi sebagai berikut:

- a) Memberikan informasi yang jelas dan akurat.
- b) Sigap dalam menangani keluhan konsumen.

4) Jaminan dan kepastian (*assurance*)

Yaitu setiap karyawan perusahaan memiliki pengetahuan, sopansantun, dan kemampuan untuk menciptakan rasa loyal konsumen terhadap perusahaan, antara lain sebagai berikut:

- a) Ramah dan sabar dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen.
- b) Dalam menimbulkan kepercayaan pelanggan harus menyampaikan informasi yang jelas, akurat dan pasti.

5) Empati (*empaty*)

Yaitu perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada konsumen dengan memahami setiap keinginan konsumen, yaitu meliputi sebagai beriku:

- a) Karyawan mampu dalam memberikan perhatian terhadap keluhan konsumen.
- b) Karyawan mampu berkomunikasi dengan konsumen¹².

Ada beberapa hal yang membuat kualitas pelayanan menjadi buruk:

- a) Tidak pandai melayani konsumen
- b) Apa yang akan dikenakan tidak pantas
- c) Perkataan kurang sopan dan bahkan menyebalkan
- d) Bau badan yang mengganggu
- e) Selalu cemberut atau pasang tampang angker

¹² Rambat Lupiyoadi dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa, 2 ed.* (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm.182.

g. Etika dalam pelayanan

Ketentuan yang di atur dalm etika secara umu adalah sebagai berikut:

1) Sikap dan perilaku

Sikap dan perilaku merupakan bagian kepingin dalam etika pelayanan. Dalam perakteknya sikap dan harus menunjukkan kepribadian seseorang dan citra perusahaan.

2) Penampilan Arti

Penampilan secara keseluruhan adalah mulai dari cara berpakaian, berbicara, gerak-gerik, sikap dan perilaku.

3) Cara berpakaian

Disini petugas harus menggunakan busana yang sepadan dengan kombinasi yang menarik dan juga harus berpakaian nejis dan tidak kumal. Gunakan pakaian seragam jika petugas telah diberikan pakaian seragam sesuai waktu yang diharapkan.

4) Cara berbicara

Cara berbicara artinya cara berkomunikasi dengan konsumen. Hal ini penting karena karyawan langsung berbicara tentang apa-apa yang diinginkan konsumen, berbicara harus celas, singkat dan tidak bertele-tele.

5) Gerak-gerik

Gerak-gerik meliputi mimik wajah, pandangan mata, pergerakan tangan, anggota atau badan atau kaki.

6) Cara berbicara

Karyawan harus kreatif untuk berbicara sehingga membuat konsumen mau berbicara. Kemudian sebaliknya bagi konsumen yang banyak bertanya karyawan sebaiknya dapat mendengarkan dengan baik.

h. Karakteristik Layanan

Menurut Kotler menjelaskan tentang beberapa karakteristik layanan yang perlu diperhatikan seperti :

- 1) Akses, yaitu layanan tersebut harus menjangkau keseluruhan tempat dan waktu secara tepat.
- 2) Komunikasi, yaitu bahwa dalam memberikan layanan perlu dilakukan komunikasi yang efektif, efisien dan jelas serta akurat.
- 3) Kompetensi, yaitu terkait dengan pegawai atau karyawan yang memiliki keahlian dan ketrampilan serta pengetahuan yang diperlukan berdasarkan layanan yang diberikan.
- 4) Kesopanan, yaitu bahwa pegawai harus ramah, cepat tanggap dan tenang untuk memberikan layanan yang memuaskan.
- 5) Kredibilitas, yaitu perusahaan dan pegawai dapat dipercaya dan mempunyai tempat dihati pelanggan.
- 6) Keandalan, yaitu bahwa layanan yang diberikan secara konsisten dan tepat

- 7) Responsif, yaitu terkait dengan layanan dan respon pegawai yang cepat dan kreatif terhadap permintaan pelanggan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan.
 - 8) Keamanan, yaitu layanan yang diberikan harus bebas resiko, bahaya dan keraguan serta kerugian.
 - 9) Nyata, yaitu layanan tersebut harus bisa dicerminkan dalam bentuk fisik yang benar-benar mencerminkan kualitas layanan.
 - 10) Memahami konsumen, yaitu pegawai benar-benar membuat usaha untuk memahami kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individu.
- i. Kualitas pelayanan menurut perspektif islam

Islam selalu mengajarkan bahwa jika ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa atau pelayanan maka harus menyediakan barang maupun jasa ataupun pelayanan yang berkualitas. Adapun Hadist yang berkaitan yaitu: Sabda Nabi saw: “ barang siapa diserahi urusan manusia lalu menghindar melayani kamu yang lemah dan mereka yang memerlukan bantuan, maka kelak dihari kiamat, Allah tidak akan mengindahkannya.”(HR. Imam Ahmad).

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan konsumen

Kepuasan pelanggan merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas jika harapan mereka dapat terpenuhi, dan merasa teramat bahagia jika harapan mereka terlampaui. Mowen and Minor mengemukakan kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan oleh pelanggan atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya¹³.

Ada 5 definisi yang berkembang untuk kepuasan pelanggan, yaitu:

- 1) Perasaan yang timbul setelah mengevaluasi pengalaman pemakaian produk.
- 2) Respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja actual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk yang berkaitan.
- 3) Evaluasi pembeli keseluruhan yang membandingkan persepsi kinerja produk dengan ekspektasi para pembeli.
- 4) Ukuran kinerja 'produk total' sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan.

¹³ Muttaqin Ivan, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang* (Diponegoro: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas, 2013), hlm.31.

- 5) Tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya.¹⁴

Menurut Engel ia mengatakan bahwa kepuasan yaitu evaluasi purnabell dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.¹⁵ Jadi, dari semua pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebuah sikap atau perasaan puas yang dimiliki seorang pelanggan, atas apa yang di dapatkan sesuai dengan harapannya.

Menurut Kotler dan Killer, pelanggan dinyatakan puas maka pelanggan akan:

- a) Menggunakan jasa itu kembali

Apabila pelanggan puas menggunakan jasa tersebut, maka hal yang dilakukan pelanggan pertama adalah menggunakan jasa itu kembali karena pelanggan merasa puas akan jasa tersebut, puas dari segi pelayanan karyawan dan lain sebagainya, dan pelanggan tidak puas akan jasa tersebut maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan akan pindah ke jasa lainnya.

¹⁴ Tjiptono Fandy, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), hlm.16.

¹⁵ Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm.193.

b) Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain

Apabila pelanggan puas maka pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain seperti keluarga, teman, tetangga dan lain sebagainya. Apabila pelanggan tidak puas maka pelanggan tidak akan menggunakan jasa tersebut kembali dan tidak merekomendasikan ke orang lain, bahkan pelanggan akan merekomendasikan jasa lain yang membuat pelanggan tersebut puas akan pelayanan yang diberikan dan lain sebagainya.

c) Pelanggan tidak pernah mengeluh

Apabila pelanggan puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan tidak akan mengeluh seperti *complaint* kepada penyedia jasa, dan apabila pelanggan tidak puas akan jasa yang diberikan maka pelanggan akan *complaint* kepada penyedia jasa karna ketidakpuasan yang diterima pelanggan¹⁶.

b. Faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah :

1) Harga

Harga merupakan keputusan yang paling mendasar diantara program-program pemasaran yang lain, karena dalam setiap produk maupun jasa mempunyai harga. Harga juga merupakan sejumlah yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang

¹⁶ Marsha Novella Putri & Arry Widodo, “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan indihome pada wilayah antapani kota bandung” Vol.3, No.3 (2016): hlm.3.

ditukar konsumen atas manfaat karena memiliki atau menggunakan produk.

2) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan internal dan eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk berusaha mengerti apa yang diinginkan pelanggan, sehingga mempunyai harapan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang baik.

3) Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, termasuk keawetan, kemudahan pemakaian dan diperbaiki, serta atribut bernilai lainnya.

c. Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Ekonomi 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 batiniyah. Kepuasan dalam Islam mendorong seorang konsumen Muslim bersikap adil. Konsep kepuasan dalam Islam berkaitan dengan keimanan yang melahirkan rasa syukur. Kepuasan menurut Islam harus mempertimbangkan beberapa hal berikut¹⁷:

¹⁷ Fitriah Solahika Salma dan Ririn Tri RatnaSari, "Fitriah Solahika Salma dan Ririn Tri Ratnasari, 'Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand kalmias di Surabaya', JESSTT Vol. 2 No.4 (April 2015), kolom 11, hlm.327" Vol.2 No 4 (April 2015): hlm.327.

- 1) Barang atau jasa yang dikonsumsi harus halal.
- 2) Dalam mengonsumsi barang atau jasa tidak berlebih-lebihan.
- 3) Tidak mengandung riba.

Dalam menilai kepuasan dalam Islam perbandingan harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan syariah dengan kenyataan yang diterima. Maka sebuah perusahaan barang atau jasa harus melihat kinerja yang berkaitan dengan:

- 1) Sifat Qana'ah

Sifat qana'ah adalah salah satu ciri yang menunjukkan kesempurnaan iman, karena sifat ini menunjukkan keridhaan terhadap ketentuan pembagian rezeki.

- 2) Sifat Amanah

Amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak mengurangi hak orang lain baik berupa harga ataupun yang lainnya. Amanah berarti memiliki tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajiban.

Amanah ditampilkan dalam keterbukaan, kejujuran, pelayanan yang optimal dan ihsan. Dalam berdagang dikenal dengan istilah "menjual dengan amanah" artinya penjual menjelaskan ciri-ciri, kualitas dan harga barang dagangan kepada pembeli tanpa melebih-lebihkannya.

Dari uraian tersebut maka, sebuah perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggannya, antara lain dengan cara menjelaskan apa saja yang berkaitan dengan barang atau jasa yang akan dijualnya kepada pelanggannya.

3) Benar (Lurus)

Benar adalah ruh keimanan, ciri utama orang mukmin, bahkan ciri para nabi. Tanpa kebenaran, agama tidak akan tegak dan tidak akan stabil. Sebaliknya, bohong dan dusta adalah bagian 26 dari pada orang munafik.

Bencana terbesar didalam pasar saat ini adalah meluasnya tindakan dusta dan batil, misalnya berbohong dalam mempromosikan barang dan menetapkan harga, oleh sebab itu, salah satu pedagang yang terpenting dan diridhai Allah SWT ialah kebenaran¹⁸

d. Elemen Kepuasan Konsumen

Elemen kepuasan konsumen ada 4 yaitu terdiri dari:

- a) *Expectation* (harapan) yaitu harapan konsumen terhadap produk atau jasa telah tersedia sebelum membeli barang atau jasa tersebut.

¹⁸ Febriani Rezki, *Febriani Rezki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran harian fajar di Kota Makassar (Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam)", (Skripsi: fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), hlm.42. (Makasar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alaudiin, 2017), hlm.42.*

- b) *Performance* (kinerja) yaitu pengetahuan konsumen terhadap kinerja aktual produk atau jasa pada saat digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.
- c) *Confirmation/disconfirmation* yaitu pengetahuan mereka tentang penggunaan merek pada produk atau jasa yang berbeda. *Confirmation* terjadi apabila keinginan sesuai dengan kinerja aktualnya. Sedangkan *disconfirmation* terjadi pada saat keinginan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktualnya.
- d) Ketidakpuasan (*Discrepancy*) adalah level yang tidak sama yaitu bagaimana perbedaan antara tingkat kinerja dengan harapan. Untuk *negative disconfirmation* yaitu ketika kinerja aktual berada di bawah level harapan, kesengajaan yang lebih luas lagi akan mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan.¹⁹
- e. Pengukuran Kepuasan Konsumen

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan salah satu topik penelitian yang sangat populer dalam paruh kedua dekade 1980an hingga paruh waktu pertama dekade 1990an. Selama periode itu banyak pula berkembang jasa konsultasi dalam hal penelitian dan pengukuran kepuasan pelanggan. Sifat kepuasan sangat bersifat subjektif, sehingga sulit sekali untuk mengukurnya. Namun, walaupun

¹⁹ Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: Literasi Nusantara, 2021), Hlm. 47-48.

demikian, tentu saja kita harus tetap berupaya memberikan perhatian kepada pelanggan dengan segala daya²⁰.

Berikut beberapa cara pengukuran konsumen pelanggan:

- 1) *Complaint and suggestion system* (Sistem keluhan dan Saran). Banyak perusahaan membuka kotak saran dan menerima keluhan yang dialami oleh langganannya. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan saran, keluhan serta kritik.

Saran tersebut dapat juga disampaikan melalui kartu komentar, customer hot line, telepon bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

- 2) *Customer satisfaction survey* (survey kepuasan pelanggan), dalam hal perusahaan melakukan survey untuk mendeteksi komentar pelanggan survey ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi, atau pelanggan diminta mengisi angket.
- 3) *Ghost shopping* (pembeli bayangan), dalam hal ini perusahaan menyuruh orang tertentu sebagai pembeli ke perusahaan lain atau ke perusahaannya sendiri. Pembeli misteri ini melaporkan keunggulan dan kelemahan pelayanan yang melayaninya. Juga dilaporkan

²⁰ Atep Adya Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004), hlm.15

segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen.

Bukan saja orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan tetapi juga manajer sendiri harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak dikenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dari informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

- 4) *Lost customer Analysis* (Analisa pelanggan yang lari), langganan yang hilang, dicoba dihubungi. Mereka diminta untuk mengungkapkan mengapa mereka berhenti, pindah ke perusahaan lain, adakah sesuatu masalah yang terjadi yang tidak bias diatasi atau terlambat diatasi. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi langganan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.²¹

f. Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan Konsumen yaitu mengenai apa yang dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang diinginkan. Jika pelayanan yang diberikan di bawah harapan maka hasilnya mereka tidak puas dan apabila pelayanan lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan pelanggan dalam pandangan islam adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima.

Adapun indikatornya yaitu:

- 1) Kualitas produk
- 2) Kualitas pelayanan

²¹Alma Buchari, “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”, (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm.285.

- 3) Harga yang ditawarkan
 - 4) Mudah mengakses produk
- g. Cara mengukur kepuasan konsumen

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

- 1) Sistem keluhan dan saran

Sistem Keluhan dan Saran Banyak perusahaan membuka kotak suara dan menerima keluhan yang dialami oleh pelanggan. Ada juga perusahaan yang memberi amplop yang telah ditulis alamat perusahaan untuk digunakan menyampaikan kritik serta saran. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran.²²

Namun, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan ambaran yang lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa jadi mereka akan langsung beralih dan tidak membeli produk dari perusahaan tersebut lagi.

²² Prihastono Endro, "Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan customer Service Berbasis Web", dalam Jurnal Dinamika Teknik, Volume 6, Nomor 1, Januari 2012., hlm.18.

2) Survei kepuasan konsumen

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan metode survei, baik dengan survei melalui pos, telepon, ataupun wawancara secara pribadi²³. Melalui survei inilah perusahaan akan mendapatkan tanggapan secara langsung dari pelanggan dan dapat memberikan kesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian lebih kepada pelanggannya.

3) Pembeli bayangan

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan cara menyuruh orang lain untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Juga dilaporkan segala sesuatu yang bermanfaat sebagai bahan pengambilan keputusan oleh manajemen.

Biasanya bukan orang lain yang disewa untuk menjadi pembeli bayangan namun manajer sendiri juga harus turun ke lapangan, belanja ke toko saingan dimana ia tidak kenal. Pengalaman manajer ini sangat penting karena data dan informasi yang diperoleh langsung ia alami sendiri.

²³ Prihastono Endro, "Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan customer Service Berbasis Web", dalam Jurnal Dinamika Teknik, Volume 6, Nomor 1, Januari 2012., hlm.19.

4) Analisa pengguna yang lari

Perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi²⁴. Dari kontak semacam ini akan diperoleh informasi dan akan memperbaiki kinerja perusahaan sendiri agar tidak ada lagi pelanggan yang lari dengan cara meningkatkan kepuasan mereka.

h. Sebab-sebab timbulnya tidak kepuasan

Adapun beberapa sebab-sebab timbulnya ketidakpuasan, yaitu:

- 1) Enggak sesuai harapan dan kenyataan
- 2) Layanan selama proses menikmati jasa tidak memuaskan
- 3) Suasana dan kondisi fisik lingkungan kurang menunjang
- 4) Biaya terlalu tinggi, jarak terlalu jauh, banyak waktu terbuang dan harga tidak sesuai.
- 5) Promosi iklan tidak sesuai kenyataan.
- 6) Perilaku persinil kurang memuaskan.

Ketika suatu perusahaan mampu untuk melihat hal-hal yang ada diatas, atau mampu mengetahui faktor apa saja yang dapat membuat pelanggan merasa tidak puas, seharusnya perusahaan mampu melakukan evaluasi secara cepat agar tidak ada lagi pelanggan yang merasa tidak puas.

²⁴ Prihastono Endro, “*Pengukuran Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan customer Sevice Berbasis Web*”, dalam Jurnal Dinamika Teknik, Volume 6, Nomor 1, Januari 2012., hlm.20

i. Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Islam

Dalam ilmu ekonomi islam (qana'ah) merupakan cerminan kepuasan dalam islam yang mendorong seseorang baik secara lahiriyah maupun batiniah yang bersikap adil. Dalam konsep Islam kepuasan konsumen berkaitan dengan keimanan yang menciptakan rasa syukur.

Islam juga mengajarkan dalam sebuah industri baik itu yang bergerak pada bidang produk atau jasa, seorang pelayan toko hendaklah memberikan pelayanan yang baik kepada para konsumennya, dengan bersikap ramah, berperilaku baik, sopan, dan rendah hati, dan juga memperhatikan dengan baik apa yang diinginkan oleh konsumen.²⁵ Apabila keinginan konsumen terpenuhi, maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan kita. Seperti yang telah dijelaskan didalam Al-quran Surah Al-Imron ayat 159:

﴿ فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ۝ ١٥٩ ﴾

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemahlembut 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.²⁶

²⁵ Arif Ferdian Agung, “Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komperatif Pada Konsumen Indomaret Dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)” (Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018), Hlm. 6.

²⁶ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta: Quran Cordoba, 2018), hlm. 71.

Dalam Tafsir Al-Misbah menjelaskan pada ayat diatas bahwa Allah memerintahkan kepada Nabi Muhammad agar membimbing kaum muslimin agar bersikap lemah lembut, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah.

Namun, demikian cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembut Nabi Saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan peperangan, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, namun beliau tidak memaki dan mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lain-lain.²⁷

Ayat tersebut menjelaskan bahwa, Allah mengajarkan kepada kita agar selalu bersikap lemah lembut terhadap orang lain dan bukan berarti kita tidak bisa kasar (tegas) dalam bertindak, namun dalam konteks pelayanan terhadap konsumen, maka sikap lemah lembut tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam memberikan kepercayaan yang merupakan dasar utama dari bisnis.

²⁷ Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap* (Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2017), hlm. 159.

Adapun keterkaitan ayat tersebut dengan kepuasan konsumen adalah tidak lain bagaimana seorang konsumen memperoleh kepuasan atas pelayanan pedagang tersebut. Dengan pelayanan yang ramah, sopan santun, simpatik terhadap konsumen ini yang akan menjadi upaya penjual agar dapat menarik pelanggan.

j. Prinsip agar konsumen puas dalam pelayanan

Ada prinsip yang harus dilakukan agar konsumen merasa puas.²⁸ yaitu:

1) Memahami Konsumen

Konsumen adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami konsumen merupakan langkah pertama yang terpenting. Apabila perusahaan memahami keebutuhan konsumen, maka langkah selanjutnya akan terasa mudah dan membuat perusahaan senang.

2) Membuat Konsumen Mengerti

Semua Layanan Konsumen yang sudah datang ke perusahaan pastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk atau layanan yang disediakan atau setidaknya mereka telah mendengar berita positif tentang perusahaan tersebut. Perusahaan harus membuat konsumen mengerti secara lengkap dan jelas tentang produk/layanan yang disediakan.

3) Menciptakan Kesan

Positif Hal sederhana yang dilakukan adalah dengan cara memberikan senyum/salam yang ramah, menjaga kebersihan, mau mendengarkan dan membantu mereka dengan tulus serta cepat tanggap.

²⁸ Setiawan Ruslim Tommy dan Mukti Rahardjo, “Identifikasi kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville”, dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Volume 2, Nomor 1, Maret 2016. hlm.55.

4) Senantiasa Menggunakan

Kata-kata Positif Kata-kata yang positif akan ditangkap oleh konsumen sebagai kesan yang positif juga. Sebaiknya jangan pernah menggunakan kata-kata negatif karena akan memberikan citra negatif kepada perusahaan.

5) Mempertahankan yang Sudah Baik

Apabila selama ini konsumen sudah merasa puas dengan produk/layanan yang ada maka perusahaan wajib mempertahankannya. Buatlah sesuatu yang sudah menjadi baik sebagai standard baku dan ciptakan perbaikan terus menerus agar menjadi semakin baik.

3. Indihome

Indihome merupakan layanan digital terdepan dengan menggunakan teknologi fiber optik yang menawarkan layanan *triple play* yang terdiri dari internet rumah, telepon rumah dan TV interaktif.²⁹ Kelebihan indihome yang membuat indihome lebih unggul dibanding yang lain, kecepatan transfer data yang super cepat hingga 300 MBPS, artinya lebih cepat dari kabel tembaga apalagi parabola. Kecepatan yang seperti ini yang memungkinkan kita untuk menonton 2 tayangan tv yang berbeda sekaligus secara bersamaan, selain itu internet juga bisa dipakai ramai ramai seperti gadget smartphone, laptop maupun cctv. Layanan internet indihome lebih stabil, anti lelet dan tayangan televisinya akansuper jernih, hebatnya lagi akan lebih minim gangguan dan juga distorsi baik audio maupun visual.

²⁹Indihome.co.id

Indonesia Digital Home (IndiHome) merupakan produk layanan PT. Telkom Indonesia dengan wujud Triple Play Paket layanan yakni internet folter berkecepatan tinggi, telepon rumah, serta layanan televisi digital. Telkom menanamkan IndiHome sebagai layanan there in one sebab tidak hanya internet yang dapat diakses, pelanggan juga mendapat fasilitas telepon dan progam TV berbayar. IndiHome resmi diluncurkan serta menjadi salah satu program utama Telkom yang menggantikan produk Speedy dan Groovia sebagai produk sebelumnya.

4. Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian yang telah ada atau dilakukan yang di anggap sama dan relevan oleh peneliti dalam penelitian Kualitas Pelayanan dan harga terhadap Kepuasan Konsumen yaitu:

Tabel II.1

Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati, 2016, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE cabang Bandung	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan regresi linier berganda. Teknik sampel yang digunakan adalah non probabilistik, dengan jumlah sampel sebanyak 78 orang. Berdasarkan hasil penelitian, kualitas pelayanan (X) yang terdiri dari keandalan, kepastian, kenyataan, empati dan daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan nilainya (nilai p) $0,003 < 0,05$. Beberapa hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya variabel empati yang berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan

			pelanggan, dan jumlah variabel penting (nilai p) adalah 0,021 <0,05.
2.	Nasib, 2017, Program Studi Manajemen Pemasaran, Politeknik Unggul LP3M, Medan, Sumatera Utara	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan	Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk penelitian asosiasi atau kausalitas, dan teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dengan menggunakan metode <i>non-insidental sampling</i> , 75 responden diambil sampelnya dengan teknik accidental sampling. Analisis statistik pengaruh variabel independen (kualitas layanan) terhadap variabel dependen (kepuasan pelanggan) adalah 80,4%, sedangkan sisanya 19,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Artinya kualitas pelayanan mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan kolam renang Pangkalan Brandan Bengawan Solo.
3.	Muhammad Yusuf, 2017	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber pada PT. Telkom kota palangkaraya provinsi kalimantan tengah	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Penelitian ini menunjukkan produk momen didapat nilai Rxy sebesar 0,984 nilai ini dibandingkan dengan nilai table tentang interpersasi termasuk dalam kategori sangat kuat. Kategori sangat kuat, nilai tersebut berada antara 0,80 – 1.000 hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan IndiHome Fiber kota palangkaraya Kalimantan Tengah.

4.	Novia Ekawaty, 2019	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan situs booking online traveloka.	Jenis penelitian ini menggunakan metode rumus slovin. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara simultan maupun parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.
5.	Hera Afrilia, 2019	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pengguna ATM (Studi PT.BNI Syariah Cabang Banda Aceh)	Jenis penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa kualitas pelayanan <i>tangibles</i> <i>responsiveness</i> dan <i>empaty</i> memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan <i>reliability</i> dan <i>asurance</i> memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara keseluruhan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 68,8%.

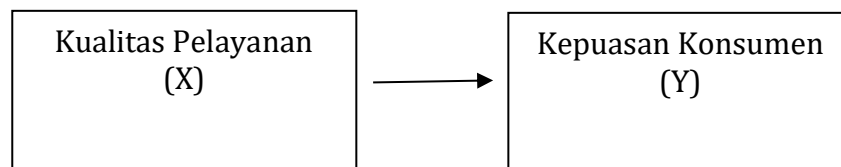
1. Adapun persamaan penelitian ini dengan Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati yaitu sama-sama mempunyai variabel X yaitu kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya yaitu peneliti meneliti di IndiHome Padangsidempuan, sedangkan Januar Efendi dan Ai Lili Yuliati di JNE cabang Bandung.
2. Adapun persamaan penelitian ini dengan Nasib yaitu sama-sama mempunyai variabel dependen yaitu kualitas pelayanan, sedangkan perbedaannya yaitu peneliti meneliti di IndiHome Padangsidempuan, Nasib di Kolam Renang Bengawan Solo Pangkalan Brandan.
3. Adapun persamaan penelitian ini dengan Muhammad Yusuf yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif dan sama-sama menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan.
4. Adapun persamaan penelitian ini dengan Novia Ekawaty yaitu sama-sama menggunakan rumus slovin. Sedangkan perbedaannya yaitu pada peneliti menggunakan kepuasan konsumen sedangkan Novia Ekawaty menggunakan loyalitas pelanggan.
5. Adapun persamaan penelitian ini dengan Hera Afrilia adalah sama-sama mempunyai variabel dependen yaitu kualitas pelayanan, perbedaannya yaitu peneliti memiliki objek penelitian pada IndiHome Padangsidempuan, sedangkan Hera Afrilia memiliki objek penelitian pada PT.BNI Syariah Cabang Banda Aceh.

5. Kerangka Pikir

Adapun kerangka pikir dalam penelitian ini yang digunakan sebagai kerangka penalaran konsep dan teori yang menjadi acuan dari penulis. Berikut bentuk bagan kerangka pikir dari peneliti ini :

Gambar II.I

Kerangka pikir



Keterangan:

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan konsumen)

6. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menentukan/ mengarahkan penyelidikan selanjutnya. Jika yang dihipotesis adalah masalah statistik, maka hipotesis ini disebut hipotesis statistik

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di paparkan sebelumnya, maka hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris adalah:

Ha: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan.

Ho: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian yaitu Indihome Padangsidimpuan, tepatnya penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Padangsidimpuan Tenggara. Waktu penelitian dilakukan dari 27 desember 2021 sampai dengan Mei 2022.

B. Jenis penelitian

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

C. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah serujuk sekumpulan orang, objek yang memiliki kesamaan dalam beberapa hal yang membentuk masalah suatu penelitian.³⁰ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen Indihome yang berada di Padangsidimpuan Tenggara berjumlah 498 orang, pada tahun 2021.³¹

³⁰ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam : Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-contoh Aplikasi : Proposal Penelitian dan aporannya)* (Jakarta Rajawali Perss,2008,hlm. 161.

³¹ Hasil wawancara bapak Raziv Ravsanzhani (Spv Plasa PSP), pada hari Rabu 8 Desember 2021, pukul 10.25 WIB

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi. Menurut pendapat lain, sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi.

Sedangkan penentuan pengambilan sampel (jumlah responden) pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi populasi. Sampel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = margin of error, tingkat kesalahan 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

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

$$n = \frac{498}{1 + 498 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{498}{5,98}$$

$$n = 83,2$$

$$n = 83$$

Dari perhitungan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebsesar 83 orang.

Penelitian ini menggunakan metode *Accidental Sampling* yaitu peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat itu. Jumlah angket yang di sebar peneliti di kepada konsumen yang menggunakan jasa IndiHome di Padangsidimpuan Tenggara:

Sihitang	20
Pijorkoling	20
Salambue	13
Sigulang	8
Manunggang	22

Jumlah angket yang disebar peneliti sebanyak 83 responden.

D. Sumber Data

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan informasi dan data dengan membaca, mengutip dan menyusun data yang telah diperoleh. Adapun data yang dikumpulkan dari penelitian ini yaitu:

1. Data primer

Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus. Data primer juga diartikan sebagai data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya melalui wawancara atau hasil tanya jawab dengan bertatap muka antara pewawancara dengan responden.³²

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain, peneliti dapat mencari data sekunder ini melalui sumber data sekunder.³³

E. Teknik pengumpulan data

Instrumen pengumpulan data atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yang utama adalah angket, sedangkan wawancara dan observasi hanyalah untuk memperkaya data hasil penelitian.

1. Kuesioner / Angket

Kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang mereka ketahui.³⁴ Pada angket penelitian yang sesungguhnya, penelitian menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu.

³² Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2007), hlm.96.

³³ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan Manual & SPSS* (Jakarta: Prenada Media, 2012), hlm.16.

³⁴ Suharsimi Arikunto, *prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), hlm.211.

Pertanyaan dalam kuesioner dibuat dengan menggunakan skala *likert* (1-5) yang mempunyai 5 tingkat referensi jawaban masing-masing mempunyai skor 1-5 dengan rincian sebagai berikut :

- 1) Sangat Setuju (SS) : diberi bobot 5
- 2) Setuju (S) : diberi bobot 4
- 3) Kurang Setuju (KS) : diberi bobot 3
- 4) Tidak Setuju (TS) : diberi bobot 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) : diberi bobot 1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah satu cara yang diperoleh untuk mengumpulkan data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menguji keabsahan data dalam penelitian dapat memperkuat jawaban yang akan diperoleh dengan baik dan benar, maka terlebih dahulu dilakukan uji validitas jika peneliti mengumpulkan data secara primer. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan keandalan dan keabsahan suatu instrumen. Suatu skala pengukuran disebut valid apabila dilakukan dan diukur sebagaimana seharusnya.³⁵

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dapat dilakukan secara manual atau dengan komputer,

³⁵Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2011), hlm.138.

misalnya dengan SPSS, selanjutnya dilihat nilai signifikannya pada masing-masing korelasi.

Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji dua sisi dengan taraf yang signifikan (0,1). Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dengan n merupakan jumlah sampel. Berikut adalah merupakan kriteria pengujian yang dilakukan :³⁶

Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total maka hasil dinyatakan valid.

Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ (uji dua sisi dengan signifikan 0,1) maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total maka hasil dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang berkaitan dengan konsistensi, stabilitas data dan temuan. Artinya adalah suatu pengukuran yang menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias (tanpa kekeliruan). Uji ini merupakan uji lanjutan setelah uji validitas, dimana item yang masuk dalam kategori pengujian adalah merupakan pernyataan yang dikatakan valid.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dikatakan andal jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, dan jika nilai

³⁶Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Riau: Dotplus Publisher, 2021), hlm. 27.

cronbach's Alpha <0,60 maka instrumen yang dipakai dalam penelitian itu dapat dikatakan tidak reliabel.³⁷

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diambil dari populasi berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat nilai residual tersalurkan secara normal atau tidak. Jadi uji normalitas tidak dilakukan pada masing-masing variabel melainkan pada nilai residualnya.³⁸

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One-Sample Kolmogorov Smirnov*. Model regresi yang baik hendaknya memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1. Apabila pada hasil Uji *Kolmogorof Smirnov* nilai Asymp. Sig (2-tailed) lebih besar dari tingkat signifikan atau 0,1 ($\alpha = 10\%$) maka data berdistribusi normal.³⁹

- a. Jika nilai signifikan $> 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi normal.
- b. Jika nilai signifikan $< 0,1$ maka berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.

³⁷Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

³⁸Getut Pramesti, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016), hlm. 67.

³⁹Firdaus, *Op.Cit*, hlm. 32.

4. Uji koefisien determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi sederhana. Determinasi mencerminkan kemampuan variabel dependen. Tujuan dari determinasi adalah untuk menghitung besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari determinasi menunjukkan seberapa besar proporsi dari total variasi penjelas. Semakin tinggi nilai determinasi maka semakin besar proporsi dari total variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen.⁴⁰

5. Uji Signifikan (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat dimana untuk mengetahui apakah secara parsial kualitas pelayanan dan produk berpengaruh signifikan atau tidak terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa telkom di padangsidempuan.⁴¹

Kriteria pengujinya :

Jika $-t_{hitung} > t_{tabel}$ maka, H_a diterima dan H_o ditolak.

Jika $-t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_a ditolak dan H_o diterima.

⁴⁰ Dwi Priyanto, *Belajar cepat olah data Statistik Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), hlm. 228.

⁴¹ Jonathan Sarwono, *Rumus-Rumus Popular SPSS 22 Untuk Riset Skripsi* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015), hlm.138.

6. Uji Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini, bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Dimana menurut Sugiono, persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut:⁴²

$$\hat{y} = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan :

\hat{y} = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

β = Koefisien variabel kualitas pelayanan

X = Kualitas pelayanan

e = *Standard Error*

⁴² Moch Irzad Aditya Imran, *Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Minat Beli Uang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar*, Vol.1 No.2 Tahun 2018. Hlm.53

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran umum IndiHome Padangsidempuan

1. Sejarah Indihome

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun sekarang perkembangan pusat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan pp No.30 tanggal 6 juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, Telkomgroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi Telkomgroup menjadi lebih *lean* (ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat. Organisasi yang baru juga diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam menciptakan *customer experience* yang berkualitas.

Kegiatan usaha TelkomGroup bertumbuh dan berubah seiring dengan perkembangan teknologi, informasi dan digitalisasi, namun masih dalam koridor industri telekomunikasi dan informasi. Hal ini terlihat dari lini bisnis yang terus berkembang melengkapi *legacy* yang sudah ada sebelumnya.

2. Visi dan Misi

Visi

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

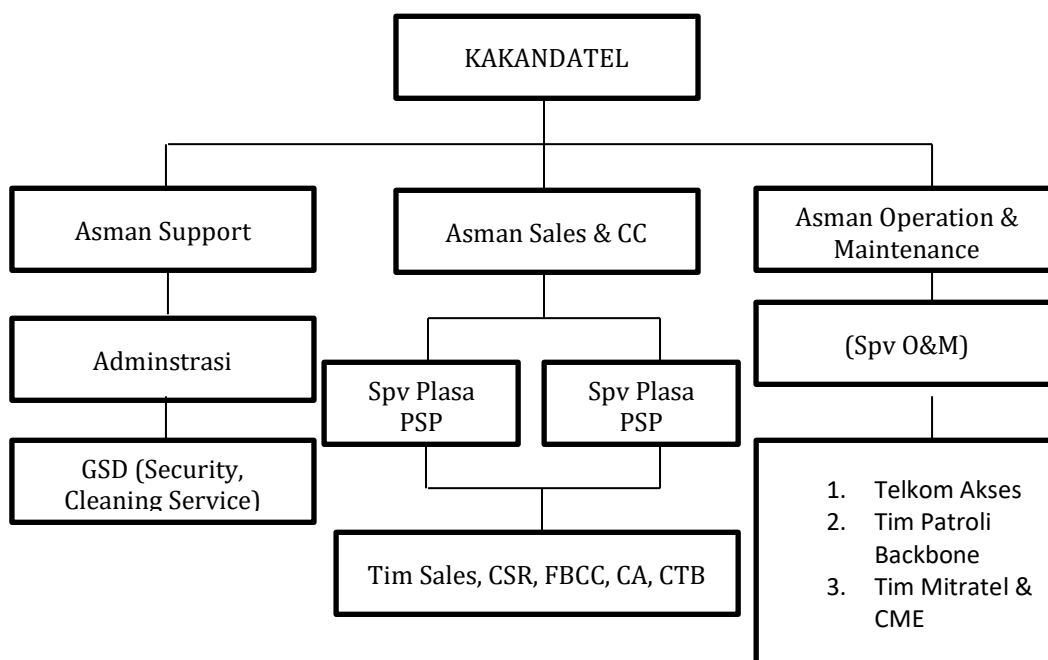
Misi

1. Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat.
2. Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
3. Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

3. Struktur Organisasi

Gambar IV.1

Struktur organisasi Indihome Padangsidempuan.



B. Hasil Analisis Data

Analisis data digunakan untuk mendeskripsikan data sehingga dapat dipahami, untuk membuat kesimpulan mengenai karakteristik populasi berdasarkan data yang didapatkan dari sampel. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data menggunakan SPSS 24 sebagai berikut:

1. Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas dalam penelitian ini diambil dari hasil penyebaran kuesioner kepada 83 responden penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui keabsahan suatu alat ukur dalam mengukur sesuatu yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan untuk membandingkan r_{hitung} dan

r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan sederajat keabsahan (df)= $n-2$, dengan n = jumlah sampel, jadi df = $83 - 2= 81$ maka diperoleh r_{tabel} sebesar, 0.1818 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji 8 butir pertanyaan untuk variabel disiplin kerja, 8 butir pertanyaan untuk variabel motivasi, 8 butir pertanyaan untuk variabel kompensasi, 8 butir pertanyaan untuk kinerja karyawan. Berikut tabel yang menunjukkan nilai signifikan untuk masing-masing variabel.

1) Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Tabel. IV.I

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,581	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n-2$ ($83-2$) = 81 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,1818	Valid
2	0,559		Valid
3	0,647		Valid
4	0,343		Valid
5	0,413		Valid
6	0,435		Valid
7	0,457		Valid
8	0,517		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2022)

Hasil uji validitas variabel Kualitas Pelayanan pada tabel diatas menunjukkan bahwa r_{hitung} seluruh item pertanyaan $> r_{tabel}$

maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid

2) Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel. IV.II
Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen.

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,433	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2$ ($83 - 2$) = 81 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r_{tabel} 0,1818	Valid
2	0,617		Valid
3	0,670		Valid
4	0,659		Valid
5	0,437		Valid
6	0,359		Valid
7	0,670		Valid
8	0,659		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2022)

Hasil uji validitas variabel Kepuasan Konsumen pada tabel diatas menunjukkan bahwa r_{hitung} seluruh item pertanyaan $> r_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel Kualitas Pelayanan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan untuk mengetahui kesenjangan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji reabilitas, dimana item-item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen reliabel atau tidak. Suatu

instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Berikut hasil uji reabilitas untuk masing-masing variabel.

Tabel. IV.III
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	N of Items
Kualitas Pelayanan	,695	9
Kepuasan Konsumen	,696	8

Sumber: Hasil Penelitian (data di olah, 2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat hasil uji reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan menunjukkan bahwa *Cronbach's alpha* kualitas pelaynan $0,695 > 0,60$. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dikatakan *reliable*. Uji reabilitas variabel kepuasan konsumen menunjukkan *Cronbach's alpha* kepuasan konsumen $0,696 > 0,60$, dengan demikian variabel kepuasan konsumen dikatakan *reliable*.

2. Hasil Uji Normalitas

Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan SPSS versi 23 dengan melihat *One- Sample Kolmogrov Smirnov* (KS) dengan nilai p dua sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan KS dengan dua sisi lebih besar dari 0,1 maka data berdistribusi normal.

Tabel . IV.IV
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.69556859
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.052
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas dapat dilihat bahwa nilai residual tersebut bersifat normal. Ditandai dengan melihat *Asymp, Sig (2-tailed)* yang hasilnya 0,200, sehingga lebih besar dari nilai signifikan 0,1 ($0,200 > 0,1$) maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi asumsi distribusi normal.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2

Koefisien Determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian.

Tabel IV.V
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.379 ^a	.144	.133	3.718

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : Hasil Penelitian (Data di olah 2022)

Berdasarkan hasil output di atas, diperoleh nilai R sebesar 0,379, artinya korelasi antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,379. Sedangkan nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,144 menunjukkan bahwa 14,4 persen. Sedangkan sisanya 85,6 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini. Artinya masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

4. Hasil Uji Signifikan (Uji t)

Hasil analisis regresi pada uji t dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel . IV.VI
Hasil Uji Parsial (Uji T)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	12.679	4.468		2.837	.006
	Kualitas Pelayanan	.535	.145	.379	3.684	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Hasil penelitian (Data diolah 2022)

Berdasarkan hasil uji parsial diatas dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana n = jumlah sampel dan k = variabel independen, jadi $df = 83 - 1 - 1 = 81$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,1) di peroleh t_{tabel} 1,664. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,684 > 1,663). Maka H_a diterima H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa IndiHome di padangsidempuan.

5. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana adalah salah satu jenis para netik yang dapat memberikan dasar untuk memprediksi serta menganalisis varian sedangkan tujuan analisis regresi secara umum adalah menentukan garis regresi berdasarkan nilai konstanta dan koefisien regresi yang dihasilkan. Mencari korelasi bersama-sama antara variabel terikat dan menguji signifikan pengaruh antara variabel X dan Y.

Tabel IV.VII
Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.679	4.468		2.837	.006
	Kualitas Pelayanan	.535	.145	.379	3.684	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Hasil Penelitian (Data di olah 2022)

Adapun persamaan regresi yang digunakan yaitu:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Maka persamaan dalam penelitian ini:

$$KK = \alpha + \beta X + e$$

$$KK = 12.679 + 0.535 + 4.468$$

Keterangan:

KK = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

βX = Koefisien Kualitas Pelayanan

e = Error

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 12.679, menyatakan bahwa kualitas pelayanan diasumsikan 0 maka pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa IndiHome di Padangsidempuan sebesar 12.679 satuan.
2. Nilai koefisien regresi variabel pemahaman sebesar 0,535 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat satuan maka kepuasan konsumen menggunakan jasa indihome di padangsidempuan adalah meningkat dengan nilai $12,679 + 0,535 = 13,214$ satuan dengan asumsi nilai variabel independen lainnya yang tetap. Koefisien bernilai positif, artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menggunakan jasa indihome di padangsidempuan.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Indihome di Padangsidempuan. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen menggunakan jasa Indihome di Padangsidempuan.

Menurut Tjiptono kepuasan kepuuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Sedangkan menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.

Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sesuai dengan ekspektasi maka konsumen akan merasa puas dan apabila kinerja melebihi ekspektasi maka konsumen akan merasa sangat puas.⁴³

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hera Afrilia yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah ATM (Studi PT.BNI Syariah Cabang Banda Aceh. Menurut hasil penelitian tersebut kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai 68,8%. Muhammad Yusuf yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan IndiHome Fiber pada PT. Telkom kota Palangkaraya Provinsi Kalimantan Tengah. Menurut hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang nyata dan positif terhadap kepuasan pelanggan Indihome Fiber kota Palangkaraya Kalimantan Tengah.

Makna dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil ini membuktikan bahwa salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada para konsumen dengan sebaik-baiknya, dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Dengan demikian untuk menciptakan kepuasan konsumen masih ada beberapa hal yang perlu

⁴³ Dwi Aliyyah Apriani Sunarti, '*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)*', dalam jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id3.

ditingkatkan lagi yaitu mengenai kecepatan layanan internet dan pelayanan yang kurang maksimal..

D. Keterbatasan Penelitian

Selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini peneliti menghadapi berbagai keterbatasan, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan bahan materi berupa buku-buku referensi yang dibutuhkan peneliti dalam penelitian skripsi ini membuat peneliti mendapatkan kendala dalam teori telah pustakanya.
2. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
3. Keterbatasan dalam menyebarkan angket dimana peneliti menyebarkan kepada pengguna jasa IndiHome di Padangsidipuan Tenggara.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Indihome di Padangsidempuan. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

Berdasarkan hasil uji parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan konsumen menggunakan jasa Indihome di Padangsidempuan dan analisis Koefisien determinasi diperoleh kesimpulan nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 14,4% sedangkan sisanya 85,6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Artinya masih ada variabel independen lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Indihome agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebab semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin loyal konsumen kepada perusahaan.
2. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Indihome di padangsidempuan.

3. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya Atep Barata, *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004.
- Aliyyah Dwi Apriyani Sunarti, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*, (Survei Pada Konsumen The Little A Coffe Sidoarjo), *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol 51 No.2, 2 Oktober 2017.
- Al Arif M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Buchari Alma, *“Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa”*, Bandung: Alfabeta, 2014
- Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*, Malang: Literasi Nusantara, 2021
- Dapartemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah*, Jakarta: Qur'an Cordoba, 2018
- Efendi Januar Panjaitan dan Ali Lili Yulianti Derema, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan JNE Pada Cabang Bandung*, *Jurnal Manajemen* Vol. 11 No. 2, September 2016
- Endro Prihastono, *Pengukuram Keputusan Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Customer Service Berbasis web*, dalam *Jurnal Dinamika Teknik*, Volume 6, Nomor 1, Januari 2012.
- Ferdian Arif Agung, *Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Komperatif Pada Konsumen Indomaret Dan Swalayan Surya Jalur 2 Korpri)*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018..
- Firdaus, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Riau: Dotplus Publisher, 2021.
- Hardana Ali, dkk, *Analisi Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan*, dalam *jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Volume 7, No. 2, 2022.
- Hardana Ali, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Industri Kecil Di Kota Padangsidempuan Dan Kabupaten Tapanuli Selatan*, dalam *jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial dan Keislaman*, Vol. 04 No. 1 Juni 2018.

- Hardana Ali, dkk, *Pelatihan Manajemen Usaha Dalam Meningkatkan Usaha UMKM Kuline*, dalam Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 01, No.02, 01/08/2022.
- Irzad Moch Aditya Imran, *Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Minat Beli Uang Makanan Di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Alauddin Kota Makassar*, Vol. 1 No.2 Tahun 2018.
- Ivan Muttaqin, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Asuransi Jasaraharja Putera Semarang*, Diponegoro: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas, 2013
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Kamus Versi online/daring (dalam jaringan) dikutip dari <https://kbbi.web.id/layanan>, pada hari senin, 6 Desember 2021.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran Jilid I edisi Melenium*, Jakarta: Prehallindo, 2002
- Lupiyoadi Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- Madona Fitri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang 16 Ilir Palembang*, (Skripsi) PALEMBANG: UIN RADEN FATTAH PALEMBANG, 2017.
- Masram Muah, *Loyalitas Pelanggan Tinjauan Aspek Kualitas Pelayanan dan Biaya Peralihan*, Sidoarjo: Zifatama, 2014.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam: Pendekatan Kuantitatif (Dilengkapi Dengan Contoh-Contoh Aplikasi: Proposal Penelitian dan laporannya)*, Jakarta Rajawali Pers, 2008.
- Noor Juliansyah, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2011.
- Novella Marsha Putri & Arry Widodo, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Wilayah Antapani Kota Bandung*, Vol.3, No.3 2016.
- Pramesti Getut, *Statistika Lengkap Secara Teori dan Aplikasi dengan SPSS 23*, Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016.
- Priyanto Dwi, *Belajar Cepat Olah Data Statistika Dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.

Rezki Febriani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Koran Harian di Kota Makassar (Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam)*, (Skripsi: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2017), hlm. 42. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin, 2017.

Ruslim Setiawan Tommy dan Mukti Raharjo, *Identifikasi Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Segi Harga dan Kualitas pada Restoran Abuba Steak di Greenville*, dalam Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Volume 2, Nomor 1, maret 2016.

Sarwono Jonathan, *Rumus-Rumus Populer SPSS 22 Untuk Riset Skripsi*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.

Shihab M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian Al-Qur'an*, Volume 1.

Shalah Abdul Fattah Al-Khalidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap*, Jakarta, Magfirah Pustaka, 20179.

Sudirman acai, dkk, *Prilaku Konsumen dan Perkembangannya di Era Digital*, bandung: April 2020.

Solahika Fotriah Salma dan Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalmias di Surabaya*, JESSTT Vol. 2, No.4 (April 2015).

Siregar Sofyan, *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenadamedia, 2012.

_____. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014.

Sugoiyono, *Statistik Untuk Penelitian, Bandung*, Alfabeta, 2007, hlm 96.

Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa Edis Kedua*, Yogyakarta: Andi Offse, 2006.

_____, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008.

Lampiran 1

1. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

		Correlations								
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	TOTAL
X1	Pearson	1	.254*	.360**	.085	.133	.137	.254*	.253*	.581**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)		.021	.001	.444	.232	.217	.021	.021	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X2	Pearson	.254*	1	.226*	.107	.111	.053	.186	.368*	.559**
	Correlation								*	
	Sig. (2-tailed)	.021		.040	.337	.319	.635	.092	.001	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X3	Pearson	.360*	.226*	1	.087	.212	.124	.207	.299*	.647**
	Correlation	*							*	
	Sig. (2-tailed)	.001	.040		.433	.054	.265	.060	.006	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X4	Pearson	.085	.107	.087	1	-.098	.024	.360*	.026	.343**
	Correlation							*		
	Sig. (2-tailed)	.444	.337	.433		.377	.829	.001	.814	.002
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X5	Pearson	.133	.111	.212	-.098	1	.127	.090	.049	.413**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.232	.319	.054	.377		.252	.421	.661	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X6	Pearson	.137	.053	.124	.024	.127	1	-.047	.031	.435**
	Correlation									
	Sig. (2-tailed)	.217	.635	.265	.829	.252		.672	.784	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X7	Pearson	.254*	.186	.207	.360*	.090	-.047	1	-.096	.457**
	Correlation				*					
	Sig. (2-tailed)	.021	.092	.060	.001	.421	.672		.388	.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
X8	Pearson	.253*	.368*	.299**	.026	.049	.031	-.096	1	.517**
	Correlation		*							
	Sig. (2-tailed)	.021	.001	.006	.814	.661	.784	.388		.000
N		83	83	83	83	83	83	83	83	83
TO	Pearson	.581*	.559*	.647**	.343*	.413**	.435*	.457*	.517*	1
TA	Correlation	*	*		*		*	*	*	

	Sig. (2-tailed)	.002	.008	.000	.077	.004	.861		.077	.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
Y8	Pearson	.195	.190	.195	1.00	.100	.101	.195	1	.659**
	Correlation				0**					
	Sig. (2-tailed)	.078	.085	.077	.000	.368	.363	.077		.000
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83
TO	Pearson	.433*	.617*	.670*	.659*	.437**	.359*	.670**	.659*	1
TA	Correlation	*	*	*	*		*		*	
L	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	83	83	83	83	83	83	83	83	83

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

3. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.695	9

4. Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	8

5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		83
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.69556859
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.052
	Negative	-.080
Test Statistic		.080

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

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

6. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.679	4.468		2.837	.006
	Kepuasan Konsumen	.535	.145	.379	3.684	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

7. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.379 ^a	.144	.133	3.718

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen

8. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.679	4.468		2.837	.006
	Kepuasan Konsumen	.535	.145	.379	3.684	.000

a. Dependent Variable: Kualitas Pelayanan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama : Rama Zikri Daulay
Nim : 17 402 00064
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat, Tanggal Lahir : Bandar Klippa, 27 Juli 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 1 dari 3 bersaudara
Alamat Lengkap : Dusun XX, Bandar klippa, Kec. Percut Sei
Tuan, Kab. Deli Serdang
Telepon/No. Hp : 0822-6710-3387
Email : ramazikri123@gmail.com

B. Identitas Orang Tua

Nama Ayah : Ali Damri Daulay
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Sugiyem
Pekerjaan : Ibu Rumah tangga

C. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005 - 2011 : SD PAB 20
Tahun 2011 - 2014 : MTS AL-WASHLIYAH TEMBUNG
Tahun 2014 - 2017 : MAN 1 MEDAN
Tahun 2017-2022 : Program Sarjana (S-1) Ekonomi Syariah
Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpuan.

LIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E

Nip : 199302270190311008

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen menggunakan Jasa Indihome di Padangsidempuan (Studi Kasus di Padangsidempuan Tenggara)”

Yang disusun oleh:

Nama : Rama Zikri Daulay

Nim : 17 402 00064

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

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

Padangsidempuan, April 2022

Validator

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E

NIP. 19930227201903 1 008

**LEMBAR VALIDASI
KUALITAS PELAYANAN**

Petunjuk :

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

Indikator	No soal	V	VR	TV
Berwujud	1,2			
Keandalan	3,4			
Ketanggapan	5,6			
Jasmani Dan Kepastian	7			
Empati	8			

Catatan:

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

Padangsidimpuan, April 2022

Validator

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E

NIP. 19930227201903 1 008

LEMBAR VALIDASI
KEPUASAN KONSUMEN

Petunjuk :

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

Indikator	No Soal	V	VR	TV
Kualitas Produk				
Kualitas Pelayanan				
Harga Yang Ditawarkan				
Mudah Mengakses Produk				

Catatan:

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

Padangsidempuan, April 2022

Validator

Muhammad Wandisyah R Hutagalung, M.E

NIP. 19930227201903 1 008

ANGKET (KUSIONER) PENELITIAN

Hal Kusioner Penelitian

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu Konsumen IndiHome Kota Padangsidempuan

Di Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah Subhaanahu Wata'ala serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidempuan tentang "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa indihome di padangsidempuan (studi kasus di padangsidempuan tenggara)" diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/ Ibu Konsumen Indihome Padangsidempuan untuk mengisi angket yang telah disediakan.

Demikian atas bantuan dan partisipasi Bapak/ Ibu berikan dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besanya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi. Wabarakaatuh.

Hormat saya,

Rama Zikri Daulay

Nim:1740200064

A. Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :

B. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *cheklis* (✓) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. KS = Kurang Setuju (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya karyawan IndiHome Padangsidimpuan melayani konsumen dengan ramah dan profesional					
2	Fasilitas yang diberikan sesuai yang diharapkan.					
3	Karyawan IndiHone Padangsidimpuan merespon dengan cepat					
4	Karyawan IndiHome Padangsidimpuan peduli dan ramah pada konsumen					
5	Penyampaian informasi yang diberikan pada konsumen sangat jelas					
6	Karyawan IndiHome Padangsidimpuan bersedia membantu keluhan para konsumen					
7	Menurut saya jaminan keamanan sudah					

	sesuai yang diharapkan					
8	Menurut saya IndiHome Padangsidimpuan mengutamakan kepentingan konsumen					

2. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan saya					
2	Menurut saya jaringan indihome Padangsidimpuan memiliki kualitas yang bagus dan tahan di cuaca buruk					
3	Karyawan di Indihome Padangsidimpuan bersikap ramah					
4	Indihome di padangsidimpuan memiliki lahan parkir yang luas					
5	Menurut saya harga wifi Indihome Padangsidimpuan terjangkau					
6	Harga layanan wifi sesuai dengan kualitas dan manfaatnya					
7	Menurut saya jarak jangkauan jaringan wifi IndiHome sangat bagus					
8	Menurut saya lokasi Indihome Padangsidimpuan bisa dijangkau dengan kendaraan jenis apapun					

Padangsidimpuan, April 2022
Responden

DATA ANGKET

Nomor	Kualitas Pelayanan								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	4	2	4	3	4	3	3	26
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	4	5	5	4	3	4	5	5	35
4	4	3	3	4	3	3	3	3	26
5	4	3	4	5	5	5	4	3	33
6	4	4	4	4	4	3	4	4	31
7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	5	4	4	4	4	4	4	33
10	4	4	4	4	3	4	4	4	31
11	5	4	4	4	3	4	3	3	30
12	5	4	3	2	4	4	2	5	29
13	4	4	4	4	3	3	3	3	28
14	5	4	5	3	5	3	4	4	33
15	4	4	4	4	3	4	5	4	32
16	4	4	4	4	5	4	4	4	33
17	3	4	3	4	3	4	1	5	27
18	4	4	4	4	3	4	4	3	30
19	2	3	1	3	4	3	3	1	20
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	3	4	4	3	3	3	3	27
22	4	3	4	4	3	3	3	3	27
23	3	4	4	4	4	4	4	2	29
24	3	4	4	4	4	4	4	2	29
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	3	3	4	4	4	4	2	28
28	4	4	3	4	4	4	3	4	30
29	4	4	4	4	4	4	3	4	31
30	3	4	3	3	4	1	3	3	24
31	3	3	4	4	4	2	4	4	28
32	4	5	5	4	4	4	4	4	34
33	5	5	4	5	3	3	5	4	34
34	5	4	5	3	4	4	5	4	34
35	3	4	4	4	4	4	4	3	30
36	4	3	4	4	4	5	3	4	31

37	4	5	4	5	4	5	4	5	36
38	4	4	3	4	5	4	4	3	31
39	4	3	4	3	5	4	3	4	30
40	4	5	4	3	5	3	3	4	31
41	4	4	4	5	5	2	4	3	31
42	4	4	5	4	4	4	3	4	32
43	4	4	5	4	4	3	4	4	32
44	4	5	4	4	4	4	2	3	30
45	4	4	5	4	5	4	3	3	32
46	4	4	4	4	4	1	4	4	29
47	4	4	3	4	4	5	4	2	30
48	4	4	4	5	4	4	3	4	32
49	4	5	5	4	5	3	4	4	34
50	4	4	4	4	4	3	5	4	32
51	4	4	3	4	4	2	4	4	29
52	5	4	4	4	4	4	3	4	32
53	4	4	5	4	4	1	3	4	29
54	4	4	3	5	5	1	4	4	30
55	5	4	4	4	4	4	5	1	31
56	4	5	4	5	3	3	4	5	33
57	4	3	4	5	2	3	4	3	28
58	4	4	3	5	3	2	5	3	29
59	5	4	3	4	4	2	4	3	29
60	4	3	4	5	5	4	4	3	32
61	4	4	4	4	4	3	5	2	30
62	4	5	5	4	5	4	3	4	34
63	4	5	4	4	4	3	4	3	31
64	4	5	5	4	5	4	4	3	34
65	5	5	4	4	4	4	4	4	34
66	4	4	4	4	4	3	4	4	31
67	4	3	4	4	4	4	3	4	30
68	4	4	3	4	4	3	4	4	30
69	4	5	4	4	4	3	4	4	32
70	4	4	4	4	4	3	4	2	29
71	4	4	5	4	4	3	4	4	32
72	4	4	4	3	4	3	2	4	28
73	4	4	3	4	4	2	4	4	29
74	4	4	5	4	4	1	4	4	30
75	4	5	2	4	4	3	4	3	29
76	4	3	5	4	4	3	4	2	29
77	4	4	3	4	4	3	4	4	30
78	4	3	4	4	5	4	4	4	32

79	5	4	4	4	5	4	4	3	33
80	4	4	5	3	5	4	4	4	33
81	4	5	4	4	5	4	4	5	35
82	4	4	3	4	5	4	4	3	31
83	4	3	4	4	5	4	4	3	31

Nomor	Variabel Kepuasan Konsumen								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	3	2	4	2	5	2	4	26
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	5	5	4	3	4	1	4	3	29
4	4	3	4	4	3	2	4	4	28
5	4	1	4	4	2	4	4	4	27
6	4	4	3	4	3	3	3	4	28
7	4	5	4	5	4	3	4	5	34
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	4	4	4	3	4	4	4	3	30
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	4	4	4	3	4	5	4	3	31
12	4	5	3	5	2	1	3	5	28
13	4	4	4	3	3	3	4	3	28
14	4	4	5	4	5	2	5	4	33
15	5	4	4	4	4	2	4	4	31
16	5	4	5	5	4	2	5	5	35
17	1	1	1	2	4	2	1	2	14
18	4	5	4	4	4	3	4	4	32
19	3	4	2	4	2	4	2	4	25
20	5	5	5	5	5	2	5	5	37
21	4	3	4	3	3	2	4	3	26
22	5	3	4	3	3	2	4	3	27
23	3	3	3	2	3	4	3	2	23
24	4	3	4	3	3	2	4	3	26
25	4	4	4	4	4	3	4	4	31
26	4	4	4	4	4	3	4	4	31
27	4	2	3	4	2	1	3	4	23
28	4	2	4	5	4	3	4	5	31
29	4	4	5	4	3	2	5	4	31
30	4	3	4	3	4	2	4	3	27
31	4	4	3	3	3	3	3	3	26
32	4	4	5	4	4	3	5	4	33

33	3	5	4	5	5	4	4	5	35
34	4	5	5	4	4	2	5	4	33
35	4	4	5	5	5	4	5	5	37
36	4	3	4	3	2	4	4	3	27
37	4	5	4	5	4	5	4	5	36
38	4	3	4	3	4	2	4	3	27
39	5	4	5	4	3	2	5	4	32
40	4	5	5	4	3	2	5	4	32
41	2	4	4	4	5	2	4	4	29
42	4	5	4	3	4	4	4	3	31
43	3	4	4	5	4	3	4	5	32
44	4	4	4	3	4	5	4	3	31
45	5	4	4	4	3	4	4	4	32
46	4	4	4	5	4	3	4	5	33
47	5	4	5	5	5	4	5	5	38
48	4	4	4	5	3	1	4	5	30
49	5	4	4	3	4	4	4	3	31
50	4	2	4	3	4	2	4	3	26
51	4	5	4	3	4	2	4	3	29
52	3	4	4	1	4	2	4	1	23
53	4	4	4	1	3	1	4	1	22
54	4	4	4	4	4	1	4	4	29
55	5	4	4	4	5	3	4	4	33
56	4	5	4	3	5	2	4	3	30
57	4	4	5	3	3	4	5	3	31
58	5	4	5	4	4	2	5	4	33
59	5	3	4	4	4	2	4	4	30
60	4	5	4	3	4	1	4	3	28
61	5	4	4	5	3	4	4	5	34
62	5	2	4	3	4	1	4	3	26
63	4	5	4	3	3	2	4	3	28
64	5	4	3	4	5	1	3	4	29
65	5	5	4	4	4	3	4	4	33
66	4	1	4	3	4	2	4	3	25
67	4	2	4	4	4	4	4	4	30
68	3	1	4	4	4	3	4	4	27
69	4	2	4	4	4	1	4	4	27
70	4	3	4	4	4	2	4	4	29
71	4	1	3	3	4	2	3	3	23
72	5	4	4	5	4	2	4	5	33
73	4	1	4	4	3	2	4	4	26
74	4	4	3	4	4	3	3	4	29

75	4	4	3	4	4	2	3	4	28
76	5	3	4	3	4	3	4	3	29
77	4	2	4	4	3	1	4	4	26
78	4	2	4	4	4	1	4	4	27
79	5	1	4	2	5	2	4	2	25
80	5	2	1	4	3	2	1	4	22
81	4	2	4	5	3	1	4	5	28
82	4	2	4	3	2	1	4	3	23
83	3	1	4	4	4	3	4	4	27