



**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN
PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXI
DAN ZAM-ZAM OXI KECAMATAN MUARA
BATANG TORU**

SKRIPSI

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

Oleh:

**NURANITA
NIM. 18 402 00357**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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



**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA
DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXI DAN ZAM-ZAM
OXI KECAMATAN MUARA BATANG TORU**

SKRIPSI

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

Oleh

**NURANITA
NIM. 18 402 00357**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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



**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA
DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXI DAN
ZAM-ZAM OXI KECAMATAN MUARA
BATANG TORU**

SKRIPSI

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

Oleh

**NURANITA
NIM. 18 402 00357**

PEMBIMBING I

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001**

PEMBIMBING II

**Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870132019032011**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

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

2023



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

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

Padangsidempuan, 5 Januari 2023

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Di-

Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsian **NURANITA** yang berjudul **"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru"**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.

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

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

PEMBIMBING II

Rini Hayati Lubis, M.P
NIP. 19870132019032011

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURANITA
Nim : 18 402 00357
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi Dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru.

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

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

Padangsidempuan, 5 Januari 2023

Saya yang menyatakan,



NURANITA

NIM. 18 402 00357

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

Sebagai civitas akademik Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : NURANITA
NIM : 18 402 00357
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 Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-Exslusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul (**Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi Dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru.**) Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 5 Januari 2023

Saya yang menyatakan,




NURANITA
NIM. 18 402 00357



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

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

NAMA : NURANITA
NIM : 18 402 00357
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
JUDUL SKRIPSI : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi Dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru.

Ketua

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Sekretaris

Ildi Aini, M.E
NIDN. 2025128903

Anggota

Dra. Hj. Replita, M.Si
NIDN. 2026056902

Ildi Aini, M.E
NIDN. 2025128903

Rini Hayati Lubis, M.P
NIDN. 2013048702

H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Selasa / 16 Mei 2023
Pukul : 14.00 WIB – Selesai
Hasil/Nilai : Lulus / 68,25 (C)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3, 28



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

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

PENGESAHAN

**Judul Skripsi : STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN
PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXI
DAN ZAM-ZAM OXI KECAMATAN MUARA
BATANG TORU.**

Nama : NURANITA

NIM : 18 402 00357

IPK : 3,28

Predikat : Sangat Memuaskan

Telah dapat diterima untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 31 Juli 2023



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

ABSTRAK

Nama : Nuranita

NIM : 1840200357

Judul : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru

Latar belakang masalah dari penelitian ini adalah kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang, ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Kecamatan Muara Batangtoru yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan sebagai aspek-aspek atau bagian-bagian tertentu dari keilmuan tersebut. Kualitas Pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini juga merupakan penelitian analisis komparatif atau analisis perbedaan. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dengan jumlah sampel 73 pelanggan. Alat analisis yang digunakan adalah Uji *Independent Sample T Test* menggunakan program SPSS Versi 23.0.

Hasil penelitian menunjukkan uji statistik dapat dilihat t_{hitung} bernilai positif sebesar 1,69 yang nilainya lebih kecil dari t_{tabel} ($1,69 < 1,99$) dan signifikansi sebesar 0,102 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,102 > 0,05$), maka H_0 diterima dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Nilai positif t_{hitung} disebabkan karena nilai kualitas pelayanan pada Nisa Oxi lebih tinggi dari nilai kualitas pelayanan pada Zam-zam Oxi. Akan tetapi, berdasarkan hasil *mean difference* diperoleh nilai 2,57 yang menunjukkan selisih antara rata-rata kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan rata-rata kualitas pelayanan Zam-zam Oxi. Artinya, meskipun tidak memiliki perbedaan namun kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan kualitas pelayanan Zam-zam Oxi memiliki selisih nilai persamaan yaitu antara -0,25 sampai 5,67.

Kata Kunci: Studi Perbandingan, Kualitas Pelayanan

KATA PENGANTAR



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

Skripsi ini berjudul: “ **Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru**”, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Program Studi Ekonomi Syariah di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan serta Bapak Dr. Erawadi. M.Ag, selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. Armyun Hasibuan, M.Ag., selaku Wakil Dekan

Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, Ibu Rini Hayati Lubis, M.P selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah serta seluruh Civitas Akademik UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.
4. Ibu Rodame Monitorir Napitupulu M.M. selaku Pembimbing I dan Ibu Rini Hayati Lubis, M.P Saleh, selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas kepada peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary ibunda Padangsidempuan.
7. Teristimewa kepada Ayahanda Samsi Harahap dan ibunda tercinta Alm, Nurhaima Siregar yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan studi peneliti sampai saat ini memberikan doa yang tiada hentinya serta perjuangan yang tiada mengenal lelah untuk pendidikan peneliti. Tidak lupa kepada kelima saudara peneliti yakni Jahriah Harahap, Emli Marito Harahap, Marahot Harahap, dan Pangi Harahap serta seluruh keluarga tercinta yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Kepada sahabat peneliti yaitu Yusro lubis, Febi Rahayu, Febi Riswana, Adinda fifi, Putri Khalija, Romadon Pohan S.E dan teman-teman yang selalu memotivasi dan memberikan semangat untuk peneliti.
9. Kepada sahabat KKL 43 Sinunukan V yaitu Putri Elvina Sari Caniago S.E, Buyung Harahap S.Sos, Tri widya yang selalu membantu, memberikan dukungan serta semangat kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Terimakasih juga kepada teman-teman keluarga besar MB-3 angkatan 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.
10. Kepada seluruh masyarakat Kecamatan Muara Batangtoru selaku responden peneliti yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.

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

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

Padangsidempuan, April 2023
Peneliti

Nuranita
NIM.18 402 00357

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

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




Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	Es (dengan titik dibawah)

ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye



2. Vokal

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




- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	Fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	Dammah	U	U

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan ya	Ai	a dan i
	Fathah dan wau	Au	a dan u

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

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	Fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
	Kasrah dan ya	I	i dan garis di bawah
	Dammah dan wau	U	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *Ta Marbutah* ada dua.

- a. *Ta Marbutah* hidup yaitu *Ta Marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
- b. *Ta Marbutah* mati yaitu *Ta Marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. *Syaddah (Tasydid)*

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

5. **Kata Sandang**

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

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

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

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

6. Hamzah

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

7. Penulisan Kata

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

8. Huruf Kapital

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

sandangnya.

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

9. Tajwid

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
BERITA ACARA UJIAN MUNAQASYAH
PENGESAHAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

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

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah.....	10
D. Definisi Operasional Variabel.....	10
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	13
1. Kualitas Pelayanan.....	13
a. Pengertian Kualitas Pelayan.....	13
b. Pengertian Pelayanan.....	14
c. Jenis Pelayanan.....	18
d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	20

e. Faktor Utama Yang Menentukan Kualitas Pelayanan Jasa.....	21
f. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	25
2. Penelitian Terdahulu	27
3. Kerangka Pikir	33
4. Hipotesis.....	35

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu penelitian.....	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel	36
1. Populasi	36
2. Sampel	37
D. Instrumen Pengumpulan Data	40
1. Angket/Kuesioner.....	40
2. Wawancara	41
E. Uji Validitas dan Reliabilitas	42
1. Uji Validitas.....	42
2. Uji Reliabilitas	42
F. Analisis Data	43
1. Uji Normalitas	43
2. Uji Homogenitas.....	43
3. Uji <i>Independent Sample T-Test</i>	43

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Depot Air Minum.....	46
1. Depot Air Minum Nisa Oxi.....	46
2. Depot Air Minum Zam-zam Oxi.....	48
B. Gambaran Umum Responden	50
C. Hasil Analisis Data Penelitian	52
1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	52
a. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan	52
b. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	54

2. Analisis Data	54
a. Uji Normalitas	54
b. Uji Homogenitas	55
c. Uji <i>Independent Sample T-Test</i>	56
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	72
E. Keterbatasan Hasil Penelitian	80
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	82
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Jumlah Penduduk Kecamatan Muara Batang Toru.....	1
Tabel I.2	Definisi Operasional Variabel	10
Tabel II.1	Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel III.1	Skala Likert	39
Tabel III.2	Angket Indikator Kualitas Pelayanan	40
Tabel III.3	Penentuan Klasifikasi	42
Tabel IV.1	Karakteristik Responden	46
Tabel IV.2	Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	48
Tabel IV.3	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel IV.4	Uji Normalitas	50
Tabel IV.5	Uji Homogenitas	51
Tabel IV.6	Uji Independen Sampel T-Test.....	54
Tabel IV.7	Penentuan Klasifikasi	53
Tabel IV.8	Klasifikasi indikator realibility.....	53
Tabel IV.9	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Realibility</i>	54
Tabel IV.10	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Responsiveness</i>	55
Tabel IV.11	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Competence</i>	56
Tabel IV.12	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Acces</i>	57
Tabel IV.13	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Courtesy</i>	58
Tabel IV.14	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Communication</i>	59
Tabel IV.15	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Credibility</i>	60
Tabel IV.16	Penentuan Kualitas Pelayanan <i>Security</i>	61
Tabel IV.17	Kualitas Pelayanan <i>Understanding</i>	62
Tabel IV.18	Kualitas Pelayanan <i>Tangibles</i>	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.2 Kerangka Pikir	32
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Nisa Oxi	43
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Zam-Zam Oxi.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup**
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian**
- Lampiran 3 Jawaban Angket Penelitian**
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas**
- Lampiran 5 r tabel**
- Lampiran 5 Permohonan Surat Riset**
- Lampiran 6 Balasan Riset**
- Lampiran 7 Dokumentasi**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan air minum sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang sehat merupakan suatu dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Dibarengi dengan meningkatnya jumlah penduduk yang mengakibatkan bertambahnya kebutuhan hidup manusia. Berikut ini tabel jumlah penduduk kecamatan Muara Batangtoru.

Table I.1.
Jumlah Penduduk Kecamatan Muara Batangtoru

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)
2018	15,920
2019	15,938
2020	15,952
2021	15,971

Sumber: Data Kantor Kecamatan Muara Batangtoru¹

Dari table I.1 dapat dilihat bahwa setiap tahun penduduk kota padangsidempuan semakin bertambah, yang dilihat dari tahun 2021 berjumlah 15,970 jiwa, hal ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan air minum isi ulang yang merupakan kebutuhan sehari-hari. Dampak positif pada yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah semakin terbukanya peluang untuk membuka air minum isi ulang, dan semakin memacu untuk perusahaan depot yang sudah terlebih dahulu berdiri didalam usaha ini untuk berbenah diri dalam melakukan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Adapun dampak negative yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah semakin banyak pilihan

¹Wawancara dengan ibu Zera, pada tanggal, 30 Mei 2022, pukul 15.55. WIB.

pelanggan ataupun masyarakat untuk membeli air minum isi ulang demi memenuhi kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari yang sifatnya tidak bisa ditunda-tunda tanpa air minum.

Agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik maka perusahaan tersebut harus dapat memberikan pelayanan dengan mutu yang baik kepada pelanggannya sehingga pelanggan dapat merasa diperhatikan dengan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Pada dasarnya karakteristik dalam melakukan pelayanan yang baik adalah:

1. Pelayanan tidak dapat diraba.
2. Pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
3. Pelayanan pada kenyataannya terdiri dari tindakan nyata. Kegiatan produksi dan konsumsi dalam pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata.²

Pada kenyataannya semakin meningkatnya permintaan akan air minum isi ulang, perusahaan depot air minum tidak lagi memperhatikan kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan pada perusahaan Zam-Zam Oxi sudah sangat baik dilihat dari cara karyawan melayani para pelanggan atau konsumen, dimana para karyawan perusahaan Zam-Zam Oxi bersikap sopan santun, dan dapat berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Dan perusahaan Nisa Oxi juga memberikan pelayanan yang baik diukur dari Kecepatan dan sikap yang diberikan para karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Kelebihan kualitas

² Fikri Sirhan, Wiyani Wahyu, *Suwandaru Agung*, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa, *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, Vol.3 No.1, Januari 2016.

pelayanan pada perusahaan Zam-Zam Oxi yaitu para karyawan dan pemilik perusahaan depot memiliki sifat sopan santun dan ramah terhadap masyarakat serta mengetahui keinginan para pelanggan.

Adapun kurangnya kualitas pelayanan pada perusahaan depot Zam-Zam Oxi yaitu karyawan kurang cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen, seperti terlambat dalam mengantar, sehingga banyak pelanggan yang mengeluh. Dan dikarenakan karyawannya juga yang sedikit jadi tanggap dalam melayani pelanggan tidak sesuai dengan kebutuhan para pelanggan. Sedangkan kelebihan dari perusahaan depot Nisa Oxi karyawannya lebih banyak sehingga para karyawan cepat dan tanggap dan mampu melihat keinginan para pelanggan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat. Sedangkan kekurangan dari perusahaan depot Nisa Oxi yaitu para karyawan kurang mampu dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan pelanggan.³

Untuk pelanggan yang aktif dari depot air minum isi ulang Nisa Oxi yang menggunakan air minum isi ulang sebanyak 46% dan dari 46% ini terdapat pelanggan 5 orang untuk sampel awal. Dan dari pelanggan yang aktif untuk depot air minum isi ulang Zam-Zam Oxi yang menggunakan air galon minum isi ulang 30% dan dari 30% ini terdapat pelanggan 3 orang untuk sampel awal. Setelah saya wawancara dari pelanggan Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi terdapat beberapa alasan yang berbeda, Adapun alasan dari pelanggan depot air minum isi ulang Nisa Oxi dari desa adalah karena rasanya lebih enak dan selalu di

³Henny Armaniah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Honda Tangerang" *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, Vol. 2 No. 2 (2019).

antar kerumah. Adapun alasan dari pelanggan Zam-Zam Oxi adalah karena lebih murah, meminjamkan galon bagi yang tidak punya galon, dan selalu diantar kerumah.

Hasil wawancara dengan ibu Nisma dan Evaliani mengatakatan bahwa:

Depot air minum isi ulang Nisa Oxi benar memberikan pelayanan yang baik seperti dalam indikator proposal ini bahwa pelayanan dalam kehandalannya selalu di antar ke rumah, daya tanggapnya juga cepat dalam melayani permintaan konsumen, pada kemampuannya yaitu dengan memahami ataupun sudah lebih tau kapan konsumen membeli air minum dan aksesnya juga cepat, pada kesopanan karyawannya semua ramah dan komunikasinya sopan kepada pembeli, kepercayaan dan jaminan mengerti dengan kebutuhan pelanggan dengan bukti langsung.⁴

Wawancara dengan ibu Ratna Sari dan ibu Sayutinur mengatakan bahwa:

Depot air minum isi ulang Nisa Oxi benar memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan seperti indikator dalam proposal ini bahwa pelayanan yang diberikan Nisa Oxi dalam kehandalannya selalu di antar kerumah dengan tepat waktu, daya tanggapnya cepat dalam melayani permintaan konsumen, kesopanan karyawannya santun kepada pelanggan, akan tetapi komunikasi karyawannya kurang mampu dalam berkomunikasi, kepercayaan dan jaminan mengerti apa yang dibutuhkan pelanggan dengan bukti langsung karyannya langsung mengantarkan galon pelanggan.⁵

Wawancara dengan ibu saida mengatakan bahwa:

Depot air minum isi ulang Nisa Oxi benar memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan seperti indikator dalam proposal ini bahwa kehandalan pada Nisa Oxi rasanya lebih enak, daya tanggapnya cepat dalam melayani pelanggan dan karyawannya juga ramah pada kepercayaannya mengantarkan galon dengan tepat waktu, aksesnya juga mudah di pinggir jalan dan lebih dekat dari rumah, dan selalu memberikan kepercayaan dengan lebih tau kapan saja waktu saya membeli air minum dan berkomunikasi dengan bahasa yang baik.⁶

⁴Wawancara dengan Nisma dan Evaliani pada tanggal 8 Januari 2022, pukul 20.1 WIB.

⁵Wawancara dengan Sayutinur dan Ratna Sari pada tanggal 8 Januari 2022, pukul 20.37 WIB.

⁶Wawancara dengan saida pada tanggal 8 Januari 2022, pukul 19.45 WIB.

Wawancara dengan ibu Anun dan ibu Helmi mengatakan bahwa:

Depot air minum isi ulang Zam-Zam Oxi benar memberikan pelayanan yang baik, kehandalan yang diberikan Zam-Zam Oxi dengan memberikan kepercayaan kepada pelanggan untuk meminjamkan galon bagi yang tidak mempunyai galon, lebih murah dan memberikan kepercayaan yang jujur dalam melayani pelanggan dengan jaminan yang bersih dan berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan, kesopanan yang baik dan ramah santun kepada pelanggan akan tetapi karyawannya kurang cepat tanggap dalam melayani pelanggan seperti galon yang sudah di antar harus ditelpon baru diantar galonnya.⁷

Wawancara dengan ibu pipah mengatakan bahwa:

Depot air minum isi ulang Zam-Zam Oxi benar memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan seperti indikator dalam proposal ini bahwa kehandalan yang diberikan Zam-Zam Oxi lebih murah selalu di antar ke rumah walaupun harus ditelpon terlebih dahulu, kesopanan ramah dalam melayani pelanggan jaminan yang diberikan Zan-Zam Oxi dengan memberikan kepercayaan kepada pelanggan untuk meminjamkan galon bagi yang tidak mempunyai galon, karna karyawannya lebih sedikit jadi daya tanggapnya kurang cepat dalam melayani pelanggan dan jaminan jujur dalam melayani pelanggan aksesnya mudah di pinggir jalan bukti langsung lengkap dan bersih.⁸

Dari hasil wawancara yang dapat diperoleh jadi di dapat simpulkan bahwa kedua depot tersebut memberikan pelayanan yang baik dan mengerti pada keinginan pembeli seperti kedua depot tersebut selalu mengantarkan galon ke rumah pembeli seperti akses juga sama, sama-sama di pinggir jalan, dan menggunakan alat penyaringan yang sama, yang membedakan pelayanan kedua depot tersebut bahwa depot Zam-Zam Oxi memberikan kepercayaan kepada pembelinya dengan memberikan pinjaman galon bagi yang tidak memiliki galon dan Zam-Zam Oxi kurang cepat tanggap kepada pelanggan akan tetapi orang lebih memilih di depot Nisa Oxi karena memberikan

⁷Wawancara dengan Anun dan Helmi pada tanggal 9 Januari 2022, pukul 09.30 WIB.

⁸Wawancara dengan ibu Pipah pada tanggal 9 Januari 2022, pukul 10.15 WIB.

keandalan dengan rasanya lebih enak dan daya tanggap karyawannya cepat, walaupun kurang mampu dalam berkomunikasi.

Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain.⁹ Kinerja ini dapat berupa tindakan yang tidak berwujud serta tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan terhadap siapapun. Poin utamanya adalah pelayanan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh seorang penjual kepada pembeli atau konsumennya demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. 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 di bawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen maka konsumen akan senang. Untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan, perusahaan harus bergantung pada apa yang diperoleh konsumen, kami dapat menjual produk dan layanan dengan kualitas terbaik dengan harga yang wajar. Kepuasan dapat diartikan sebagai upaya untuk mencapai sesuatu, atau upaya untuk melakukan sesuatu dengan benar. Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian komparatif. Penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin menjawab secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Metode penelitian komparatif adalah

⁹Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014), hal. 46.

bersifat *ex post facto*. Artinya, data dikumpulkan setelah semua kejadian yang dikumpulkan telah selesai berlangsung, peneliti dapat melihat akibat dari suatu fenomena dan menguji hubungan sebab akibat dari data-data yang tersedia. Dalam penelitian komparatif, sering digunakan teknik korelasi, yaitu meneliti derajat ketergantungan dalam hubungan-hubungan antar variabel dengan menggunakan koefisien korelasi. Namun perlu dijelaskan bahwa penggunaan koefisien korelasi hanya menyatakan tinggi rendahnya ketergantungan antara variabel yang diuji, tetapi tidak menyatakan ada tidaknya hubungan yang terjadi. Fenomena depot air minum Zam-Zam Oxi sudah lama berdiri yang seharusnya perusahaan tersebut mampu bersaing dengan perusahaan yang baru, tapi kenyataannya perusahaan depot air minum Zam-Zam Oxi belum bisa menguasai pasar. Sedangkan perusahaan Nisa Oxi yang baru saja berdiri sudah mampu bersaing dengan perusahaan yang berdiri sebelumnya.

Saat ini kemajuan teknologi sering kali memunculkan beragam produk produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen, salah satunya adalah produk air minum isi ulang. Produk ini disambut baik oleh konsumen sebagai salah satu alternatif solusi dari sulitnya mendapatkan air yang layak dikonsumsi.¹⁰ Pertumbuhan usaha air minum isi ulang semakin menjamur dengan harga yang jauh lebih murah bila dibandingkan dengan air minum dalam kemasan jika dilihat dari lokasi dan alat penyaringan kedua perusahaan tersebut memiliki kesamaan di alat penyaringan dan lokasi nya sama-sama berada di pinggir jalan sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen yang

¹⁰Ayu Oktari, Skripsi: "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Depot Air Minum Isi Ulang Jaya Palembang", (Palembang: UMP, 2016), hal. 1.

ingin mengetahuinya. Jika dilihat dari segi pelayanan perusahaan, Zam-Zam Oxi juga memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen, tetapi kenyataannya perusahaan Zam-Zam Oxi tidak mampu menarik konsumen. Sedangkan perusahaan Nisa Oxi yang baru saja berdiri sudah mampu menguasai pasar.

Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri didalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan ataupun masyarakat untuk memenuhi suatu kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan. masalah dari penelitian ini adalah bahwa kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang, ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Kecamatan Muara Batangtoru yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang di Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum isi ulang di Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru. Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan sebagai aspek-aspek atau

bagian-bagian tertentu dari keilmuan tersebut. Kualitas Pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif jenis penelitian ini juga merupakan penelitian analisis komparatif atau analisis perbedaan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dan sekunder.

Dengan semakin meningkatnya usaha tersebut dan persaingan yang ketat pada bisnis ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXY DAN ZAM- ZAM OXY KECAMATAN MUARA BATANGTORU”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi masalah dari Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan menjadi faktor utama agar pelanggan menjadi puas.
2. Memberi pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
3. Jumlah penduduk meningkat menyebabkan kebutuhan pokok manusia semakin meningkat.
4. Dasarnya kedua Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi bersaing.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini dilakukan agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah dan hanya membahas tentang perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan pada Depot Air Minum isi ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru.

D. Definisi operasional variabel

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas mutu standard dan sebagainya.¹¹ Jadi, dalam penelitian ini variabel dapat didefinisikan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Untuk menghindari kesalah pahaman, terdapat istilah yang digunakan dalam penelitian, maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah berikut:

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Kualitas Pelayanan	Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimata pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu kita	1. <i>Realibility</i> (kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Dayatanggap) 3. <i>Competence</i> (kemampuan) 4. <i>Access (akses)</i> 5. <i>Courtesy</i> (kesopanan) 6. <i>Communication</i> (komunikasi) 7. <i>Credibility</i> (Kepercayaan) 8. <i>Security</i>	Ordinal

¹¹Burhan Bungin, *Metologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Serta Ilmu Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama*, (Jakarta: Kencana2006), hal, 59.

		mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.	(Jaminan) 9. <i>Understanding/ Knowing the customer</i> (mengerti kebutuhan pelanggan) 10. <i>Tangibles</i> (Bukti langsung) ¹²	
--	--	--	--	--

E. Rumusan masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dibahas Apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada depot air minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru.

F. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi di Kecamatan Muara Batang Toru.

G. Kegunaan penelitian

Penelitian dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak pihak sebagai berikut:

1. Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan yang dibidang manajemen bisnis dalam bentuk pelayanan sebelum masuk kedunia bisnis.

¹² Hessel Nogi S Tangkilisan, *Majamen Public*, (Jakarta: PT Grasindo, Anggota Ikapi, 2005), hal. 219.

2. Pihak Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi

Dapat membantu dan mempermudah penjualan air minum, dengan perbandingan untuk langkah selanjutnya terutama dalam peningkatan penjualan air minum.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan informasi dalam kegiatan pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pembelian.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan atau sumber referensi untuk penelitian selanjutnya, penelitian terdahulu, dan serta sebagai karya ilmiah yang dapat dimanfaatkan. Terkhusus bagimahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam pada program studi ekonomi syariah IAIN Padangsidimpuan

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Kerangka Teori

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sesuatu tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan atau penggunaannya. Artinya pelayanan dikatakan berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai keinginan, kebutuhan maupun harapan pelanggan/penggunanya.¹³ Kualitas pelayanan yang diinginkan oleh masyarakat adalah pemberian layanan yang sesuai dengan harapan dan keinginan mereka melebihi standar pelayanan yang ada.

Kata “kualitas” mengandung banyak defenisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala yang membahagiakan.

Pelayan yang baik juga merupakan kuni utama bagi konsumen untuk menentukan niat pembelian yang berkelanjutan, bebas dari

¹³Novita Endriani, Skripsi: *”Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Puskesmas Kepanjenkidul Yang Menerapkan Citizen’s Charter Dengan Puskesmas Kademangan Yang Tidak Menerapkan Citizen’s Charter”* (Jember: Universitas Jembe, 2013), hal. 7.

kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala yang membahagiakan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan menjadi prima, dan pengendalian atau keunggulan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah artikel untuk memberikan hasil dan layanan yang bahkan memenuhi kebutuhan pelanggannya. Kualitas adalah paduan antara sifat dari karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Jadi pelanggan yang menentukan kemudian evaluasi seberapa baik fitur dan karakteristik ini memenuhi kebutuhan anda.¹⁴

b. Pengertian pelayanan

Pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala cara bentuk kegiatan atau aktifitas yang diberikan oleh satu pihak atau lebih kepada pihak lain yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pihak kedua yang bersangkutan atas barang dan jasa yang diberikan. Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Layanan adalah

¹⁴M.N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu Cet- 1*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2010), hal. 75.

proses komprehensif untuk membangun citra perusahaan, baik secara internal maupun dengan mengkomunikasikan pandangan perusahaan kepada para pemimpin pemerintah dan warga Negara lain yang berkepentingan melalui media berita.

Dalam sebuah organisasi yang bergerak di dalam bidang jasa khususnya dalam pemberian layanan pelanggan pada Depot Air Minum isi ulang kepuasan konsumen harus menjadi tujuan utama mereka dalam memberikan pelayanan. Pelayanan publik dikatakan baik atau tidaknya tergantung dari pemberian layanan kepada pengguna layanan, maka dari itu pemberi layanan harus mempunyai strategi untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Pengertian kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹⁵ Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

¹⁵Dian Catur Oktaviani, Skripsi: "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Pengguna Layanan Go-jek Dan Grab" (Purwokerto: IAIN PURWOKERTO, 2019), hal.13.

Definisi kualitas sangat beranekaragam dan mengandung banyak makna. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa. Terdapat lima pandangan mengenai kualitas, yang terdiri dari:

1) *Transcendental Approach*

Kualitas dalam pendekatan ini, dipandang sebagai *innate excellence* (keunggulan yang bersifat alami/bawaan), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan. Sudut pandang ini biasanya digunakan dalam dunia seni, misalnya seni musik, seni drama, seni tari, dan seni rupa. Meskipun demikian suatu perusahaan dapat mempromosikan produknya melalui pernyataan-pernyataan maupun pesan-pesan komunikasi seperti tempat berbelanja yang menyenangkan. Dengan demikian fungsi perencanaan, produksi, dan pelayanan suatu perusahaan sulit sekali menggunakan definisi seperti ini sebagai dasar manajemen kualitas.

2) *Product-based Approach*

Pendekatan ini memandang bahwa kualitas diartikan sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan sehingga dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan unsur-unsur atau atribut yang dimiliki oleh suatu produk. Pandangan ini bersifat sangat objektif, sehingga tidak dapat menjelaskan perbedaan dalam hal selera, kebutuhan, dan preferensi konsumen.

3) *User-based Approach*

Pendekatan ini merupakan pendekatan yang paling tepat diaplikasikan dalam mendefinisikan kualitas jasa. Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada sudut pandang seseorang, sehingga produk yang paling memuaskan seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang subjektif kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula, sehingga ¹⁶kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasan maksimum yang dirasakannya.

4) *Manufacturing-based Approach*

Pandangan ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perkerajaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam sektor jasa, dapat dikatakan bahwa kualitasnya bersifat *operations-driven*. Pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal, yang seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya. Dengan demikian kualitas ditentukan oleh standar-standar yang ditetapkan oleh perusahaan, bukan oleh konsumen.

5) *Value-based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga,

¹⁶Wilson, *Pengembangan Atribut Jasa*, <http://lontar.ui.ac.id>, 28 Oktober 2021, 18:38

kualitas didefinisikan sebagai “*affordable excellence*”. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai, tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

c. Jenis Pelayanan

1) Jenis Pelayanan Administratif

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan pencatatan, penelitian, pengambilan keputusan, dokumentasi, dan kegiatan tata usaha lainnya yang secara keseluruhan menghasilkan produk akhir berupa dokumen. Contoh jenis pelayanan ini misalnya: sertifikat, izin-izin, rekomendasi, keterangan tertulis, dan lain-lainnya.¹⁷

2) Jenis Pelayanan Barang

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa kegiatan penyediaan dan atau pengolahan bahan berwujud fisik termasuk distribusi dan penyalpapaiannya kepada konsumen langsung (sebagai unit atau sebagai individual) dalam satu sistem. Secara keseluruhan kegiatan tersebut menghasilkan produk akhir berwujud benda (berwujud fisik) atau yang dianggap benda yang memberikan nilai tambah secara langsung bagi penerimanya. Contoh jenis

¹⁷Ida Hayu Dwimawanti, “Kualitas Pelayanan Publik”, *Jurnal Dialogue JIAKP*, Vol 1.No.1 (Januari 2004: 109- 116).

pelayanan ini adalah: pelayanan listrik pelayanan air bersih, dan pelayanan telpon.

3) Jenis Pelayanan Jasa

Yaitu jenis pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan berupa penyediaan sarana dan prasarana serta penunjangnya. Pengoperasiannya berdasarkan satu sistem pengoperasian tertentu dan pasti, produk akhirnya berupa jasa yang mendatangkan manfaat bagi penerimanya secara langsung dan habis terpakai dalam jangka waktu tertentu. Agar mampu bersaing, bertahan hidup,¹⁸ dan berkembang maka pihak depot air minum isi ulang dituntut untuk memberikan pelayanan jasa yang berkualitas dan dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen. Dengan menjadi konsumen yang tidak memenuhi kualitas pelayanan, mengakibatkan sebuah depot air minum isi ulang dengan mudah untuk ditinggalkan para pelanggannya, dan pada akhirnya pelanggan tersebut akan beralih ke depot air minum isi ulang lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan. Bisnis depot air minum isi ulang merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha Depot air minum isi ulang. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap

¹⁸Roni Andespa, "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional", *Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*, Vol. 1, No. 1, (Januari-Juni 2016), hal. 79.

tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*). Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan.

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

d. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

1) *Service quality*

Service Quality merupakan kualitas jasa pelayanan yang kita berikan kepada pelanggan. Tidak ada gunanya produk yang berkualitas kalau tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang luar biasa. Pelanggan pasti akan merasa kecewa karena tidak dilayani dengan baik. Sebaliknya pelayanan luar biasa juga tidak akan ada artinya apabila tidak didukung oleh produk yang berkualitas serta harga yang sesuai dengan harapan pelanggan. Selain itu, strategi peningkatan kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor internal yang ada dalam diri pelanggan itu sendiri, seperti faktor situasional dan faktor personal. Sering kali kita hanya berjalan-jalan untuk melihat disuatu pusat perbelanjaan, namun apabila ada pengaruh situasional, misalnya kegiatan promosi, diskon menjelang

hari raya atau tahun baru serta berbagai kegiatan yang dapat meningkatkan impuls pembelian, maka faktor situasional dapat mempengaruhi proses pengambilan keputusan kita dalam melakukan pembelian yang tidak kita rencanakan sebelumnya. Begitu juga faktor personal, orang yang memiliki karakter suka berbelanja banyak mempengaruhi gaya hidup dan proses pengambilan keputusan untuk pembelian.¹⁹

Nilai pelanggan merupakan perbandingan selisih antara nilai total yang didapatkan dengan biaya total yang dikeluarkan atas barang atau jasa yang dibeli konsumen. Dengan kata lain, nilai pelanggan merupakan kombinasi penilaian dari manfaat dan pengorbanan yang terjadi pada saat konsumen menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu. Tidak dapat dipungkiri bahwa sasaran dari setiap pelaku bisnis yaitu menghantarkan nilai pelanggan untuk menghasilkan laba. Pelanggan memiliki harapan atas nilai yang akan didapatkannya sebagai kriteria dasar dalam memaksimalkan nilai. Setelah memilih satu diantara berbagai tawaran, kemudian akan dievaluasi apakah sudah memenuhi harapannya atau belum.

e. Faktor utama yang menentukan Kualitas Pelayanan Jasa

Ada beberapa tokoh ilmuan seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang melakukan penelitian khusus pada beberapa jenis jasa dan

¹⁹Anindya Dwiana Putri, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen", Jurnal Diponegoro Journal Of Management, Vol.6 No 2 (2017), hal 3.

berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa.²⁰

1) *Realibility*

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

2) *Responssinves*

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

3) *Compentence*

Competence yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu. Karena keterampilan dan pengetahuan hal yang sangat perlu diperhatikan dan dimiliki oleh karyawan dan semua pihak yang bersangkutan didalam perusahaan tersebut, agar hubungan

²⁰Wahyu Ariani, *Manajemen Operasi Jasa*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 180.

terhadap pelanggan tetap baik, sehingga pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

4) *Access*

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

5) *Courtesy*

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

6) *Communication*

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

keluhan pelanggan. Karena komunikasi yang baik yang kita berikan kepada pelanggan dan selalu mendengarkan saran, keluhan pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan diperhatikan

7) *Credibility*

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

8) *Security*

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

9) *Understanding Knowing the Coustemer*

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

10) *Tangibles*

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

f. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam Al-quran surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya:

Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu. (Q.S. Al-Baqarah [2] : 168)

Tafsir Al-Mukhtashar / Markaz Tafsir Riyadh mengatakan bahwa:

Wahai manusia, makanlah dari apa yang ada di bumi, baik dari hewan, tumbuh-tumbuhan maupun pohon-pohonan yang diperoleh dengan cara yang halal dan memiliki kandungan yang baik, tidak jorok. Dan janganlah kalian mengikuti jalan setan yang menggoda kalian secara bertahap. Sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagi kalian. Dan orang yang berakal sehat tidak boleh mengikuti musuhnya yang selalu berusaha keras untuk mencelakakan dan menyesatkannya.²¹

Berdasarkan ayat di atas bahwa pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan diantaranya memberikan barang atau jasa

²¹<https://tafsirweb.com/650-surat-al-baqarah-ayat-168.html>

yang baik, bersih dan halal adalah modal utama menjalankan suatu bisnis dan terhindar dari riba. Karna dengan memberikan pelayanan yang baik barang yang baik atau berkualitas, pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya kepada perusahaan.

Selain ayat di atas, surat Ali Imran ayat 159 juga menjelaskan pentingnya bersikap baik dan memberikan pelayanan yang baik kepada semua orang.

Al-qur'an surat Ali Imran ayat 159:

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

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu membulatkannya tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

“Wasyawirhum Fil amri” dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu bermusyawarah disini dalam arti kata adalah apabila kita membutuhkan pekerja atau membutuhkan tenaga tenaga seseorang, hendaknya kita memberikan hadiah atas jasa atau tugas yang sudah selesai dia kerjakan.

Ayat ini diturunkan setelah perang uhud usai. Ketika itu Nabi SAW, kecewa atas tindakan sejumlah sahabat yang tidak disiplin dengan tugas dalam mempertahankan posisi strategis kemiliteran yang telah ditentukan. Akibatnya umat Islam tidak berhasil memenangkan pertempuran tersebut. Bahkan Nabi SAW sendiri menderita luka-luka akibat gempuran tentara Quraisy. Dalam situasi

inilah ayat 159 surat Ali Imran itu diturunkan Allah SWT. Intinya sebagai seorang Nabi tidak memiliki sikap ini, tentu para sahabat merasa kehilangan rasa simpati terhadap beliau.

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar seorang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan dalam jasa atau bisnis yang mana pelanggan mempunyai banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain. Karyawan memberikan pelayanan harus sabar dan menghilangkan sikap keras hati dan memiliki sikap keras hati dan memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan.

Adapun prinsip/ etika pelayanan dalam ekonomi islam adalah sabagai berikut:

- a. Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun) adalah keinginan untuk membantu orang lain secara suka rela dalam kebaikan dalam kerangka ketaqwaan kepada Tuhannya. Konsep ini hampir sama dengan konsep altruisme.
- b. Prinsip Memberi Kemudahan (At-Taysir). Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah swt menurunkan syari'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (masyaqah) masyarakat yang

berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya

- c. Prinsip Persamaan (Musawah). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah.
- d. Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah). Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.
- e. Prinsip Lemah Lembut (Al-Layin). Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: “Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan”.
- f. Prinsip Kekeluargaan (ukhuwah). Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur’an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.

Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu:

- a. Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum.
- b. Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.

- c. Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.²²

2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan acuan referensi peneliti. Maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya. Antara lain:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Pembahasan	Variabel Dan Analisis
1.	Nuraini (skripsi, Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan).	Studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang zakila water dan fresqua water kecamatan linggabayu kabupaten mandailing natal	Penelitian ini menemukan adanya perbedaan kualitas pelayanan pada depot zakila water dan fresqua water ²³	Kualitas Pelayanan metode analisis yang digunakan uji t terhadap kepuasan konsumen
2.	Roni Andespa (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan) -Volume 1, No 1, Januari-juni 2016.	Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional (Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan, Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol, Vol.1, No, 1, Januari-Juni 2016	Penelitian ini menemukan adanya perbedaan antara kualitas pelayanan bank konvensional dan bank syariah, perbedaannya itu tidak signifikan (nyata). Hal ini terjadi karena infrastruktu, jumlah pegawai ketersediaan kantor, jenis	Kualitas pelayanan industry metode analisis yang digunakan <i>T-testindepende nt sample</i>

²²Nurhadi, Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah, *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 2, No. 2 Hlm.144-147.

²³Nuraini, "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal" (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2020). Hlm.4.

			layanan teknologi lainnya yang dimiliki oleh bank ²⁴	
3.	Ulfa weli harahap (Skripsi, Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan).	Studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi di r oxi dan bintang oxi kota padangsidempuan	Kualitas pelayanan dari kedua depot air minum isi ulang tersebut menemukan perbedaannya pada kualitas pelayanannya ²⁵	Kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan dengan metode yang digunakan uji t dalam memberikan kualitas pelayanan pada kepuasan konsumen.
4.	Teten hidayat (Jurnal pendidikan jasmani dan olahraga volume 2 nomor 1, April 2017).	Studi kompratif dua fitness center terbesar di kota bandung dalam hal kualitas pelayanan dan sarana prasarana serta pengaruhnya terhadap minat pengunjung	Hasil penelitian adalah diketahui nilai Z-hitung untuk pelayanan 4,441 dengan probabilitas hasil penelitian dalam pelayanan sarana dan prasarana adalah (sig) 0,000 < 0,05. Sedangkan untuk minat adalah 1,410 dengan nilai probabilitas ²⁶	Kualitas pelayanan sarana dan prasarana, minat pengunjung, Metode Analisis varian untuk nilai F.
5.	Muhammad Isa (Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas	kualitas pelayanan (X)

²⁴Roni Andespa, "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional," Jurnal Lembaga keuangan dan Perbankan , Volume 1, No. 1, Januari-Juni 2016. hlm. 242.

²⁵Ulfa Weli Harahap, "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Depot Air Minum Isi Ulang di R Oxi Dan Bintang Oxi Kota Padangsidempuan" (Skripsi, IAIN Padangsidempuan, 2017). Hlm.6.

²⁶Teten Hidayat, "Studi komparatif dua fitness center terbesar di kota bandung dalam hal kualias pelayanan dan sarana prasarana serta pengaruhnya terhadap minat pengunjung," dalam Jurnal Pendidikan Jasmani dan Rohani, Volume 2, No. 1, April 2017.

	Nomor 1, Juni 2019) IAIN Padangsidimpuan.	Lembaga Bimbingan Belajar “Potensi” Panyabungan	pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan siswa belajar di LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR “POTENSI”. Kualitas pelayanan memberikan kontribusi terhadap kepuasan siswa belajar di LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR “POTENSI” sebesar 66,3% dan sisanya 33,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya.	memberikan pengaruh sebesar 66,3 % terhadap variabel kepuasan siswa (Y) sedangkan sisanya 33,7 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6.	Zulaika Matondang, M.Si (urnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman Volume 6 Nomor 2 Ed. Juli - Desember 2018 : hal. 150-168)	Analisis Perbandingan Jumlah Usaha Industri Dan Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi	Pengaruh jumlah usaha industri dan penyerapan tenaga kerja terhadap pertumbuhan ekonomi di Provinsi Sumatera Barat sebesar 0,6% sedangkan sisanya sebesar 99,4% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian, sedangkan di Provinsi Sumatera Barat sebesar 68,9% dan sisanya sebesar 31,1% dipengaruhi faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.	Hasil analisis Komparatif atau analisis komparasi atau analisis perbedaan dengan menggunakan uji repeated measures.

1. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nuraini yaitu, tempat penelitian penelitian peneliti berada di depot (Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi kecamatan Muara Batangtoru, sedangkan tempat penelitian Nuraini di depot (Zakila Water dan Fresqua Water pada kecamatan Linggabayu Kecamatan Natal).
2. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Roni Andespa yaitu, dimensi pokok kualitas pelayanan. Sedangkan Roni Andespa menggunakan Keandalan, Daya Tanggap dan fokus kepada kualitas pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Nasabah, tempat penelitian penulis di Depot Air Minum Isi Ulang (Nisa Oxidan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru), sedangkan tempat penelitian Roni Andespa di Bank Syariah dan Bank Konvensional yang beroperasi di Sumatera Barat.
3. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ulfa Weli Harahap yaitu, tempat penelitian peneliti berada di depot (Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru, sedangkan tempat penelitian Ulfa Weli Harahap di depot (R-Oxi dan Bintang Oxi Padangsidimpuan).
4. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Teten Hidayat yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru) sedangkan penelitian Teten Hidayat Dua Fitnes Center Terbesar Di Kota Bandung yaitu *d'groove sport and wellness center dan Celebrity fitness*.
5. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Muhammad Isa yaitu, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga

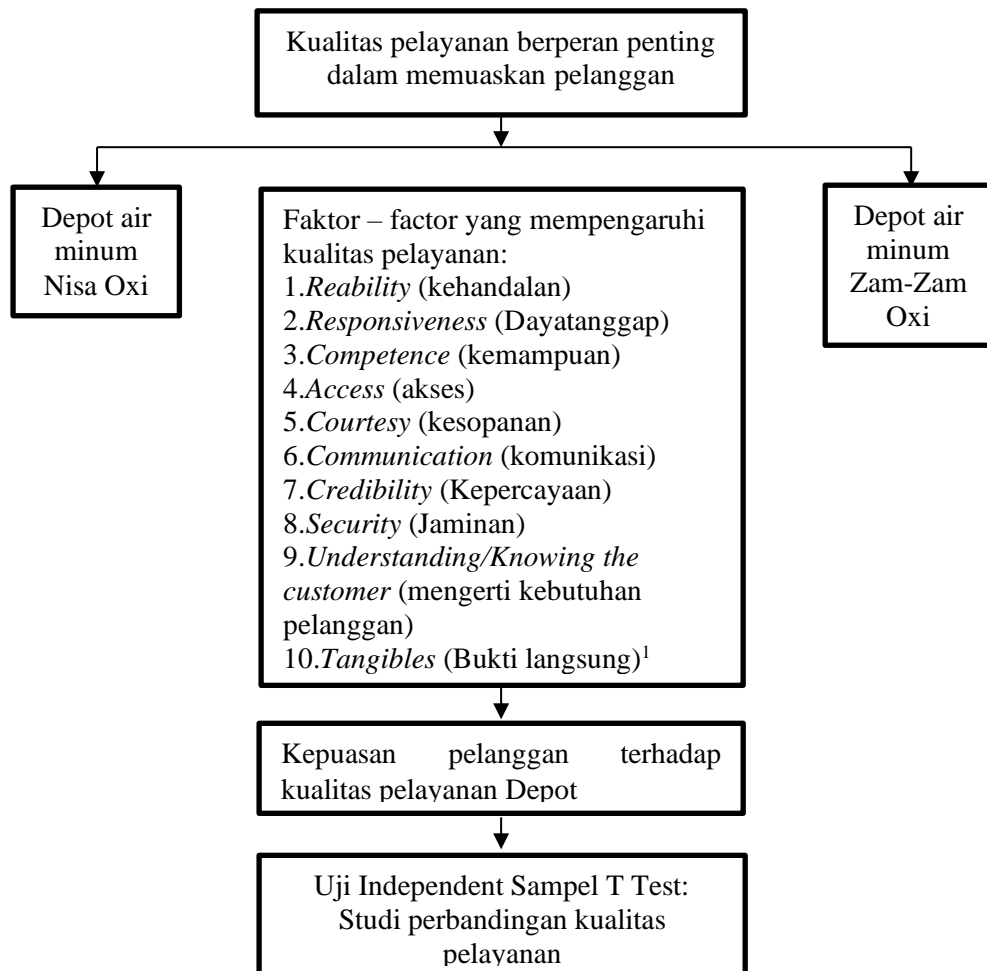
Bimbingan Belajar “Potensi” Panyabungan sedangkan peneliti yaitu, studi perbandingan kualitas pelayanan depot air minum (Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru.

6. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Zulaika Matondang yaitu, Analisis Perbandingan Jumlah Usaha Industri dan Penyerapan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Sedangkan peneliti yaitu, studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang nisa oxi dan zam-zam oxi kecamatan muara batangtoru.

3. Kerangka Pikir

Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.

Jadi peneliti menyimpulkan, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat mempengaruhi sikap pelanggan terhadap perusahaan, dimana pelanggan akan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Apabila perusahaan dapat mempertahankan sistem pelayanan dengan baik, maka pelanggan akan setia terhadap perusahaan. Namun apabila perusahaan tidak dapat mempertahankan sistem pelayanan yang baik, maka pelanggan akan berpindah kepada perusahaan yang lain.



4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam kalimat pertanyaan, yang masih perlu di uji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan.²⁷ Hipotesis yang dirumuskan harus dapat menjawab masalah penelitian sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitan secara konsisten. Dalam arti lain hipotesis adalah alternative yang diajukan dalam penelitiannya. Dengan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran.

H_0 = Tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum

Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru

H_a = Terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi

Ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru

²⁷ Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm.79.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah masyarakat kecamatan muara batangtoru, khususnya masyarakat sekitar pelanggar dari kedua depot air isi ulang tersebut. Penelitian ini dilakukan dimulai bulan oktober 2021 sampai dengan selesainya penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjaga pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Jenis penelitian ini adalah penelitian analisis komparatif. Analisis Komparatif adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan di antara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Terdapat dua jenis komparatif, yaitu komparatif antara dua sampel dan komparatif sampel (komparatif antara lebih dari dua sampel), 1 jenis komparatif penelitian ini adalah komparatif antara dua sampel.

C. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan seluruh nilai hasil perhitungan serta pengukuran mengenai sekelompok objek yang lengkap serta jelas. Populasi dalam

penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Muara Batang Toru yang pernah membeli air minum isi ulang. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing depot air minum isi ulang yaitu pada depot air minum isi ulang Zam-Zam Oxi dengan jumlah 120 pelanggan, dan depot air minum isi ulang Nisa Oxi dengan jumlah 150 pelanggan, sehingga jumlah pelanggan sebanyak 270 orang.²⁸

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian anggota populasi yang diambil dengan memakai metode tertentu. Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini, maka penulis menggunakan rumus Yamane Taro sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

d = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%.

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10% adalah:

$$n = \frac{270}{1 + 270(0,1)^2} = \frac{270}{1 + 270(0,01)} = \frac{270}{1 + 2,7} = \frac{270}{3,7} = 72,97$$

²⁸Sumber data Depot Zam Zam Oxi dan Nisa Oxi

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 72,97 responden dan digenapkan menjadi 73 responden.

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam bentuk teknik sampling.

Teknik pengambilan sampel terbagi dua, yaitu pengambilan sampel secara probabilitas atau acak dan pengambilan sampel secara non-probabilitas atau non-acak. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara probabilitas atau acak. Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik. Sehubungan dengan populasi yang dipilih oleh peneliti, yaitu seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing depot air minum isi ulang tersebut, maka cara pengambilan sampel dengan metode ini adalah dengan cara Stratifikasi (*stratified random sampling*).

Selanjutnya untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil untuk masing-masing sub populasi yang berbeda adalah dengan terlebih dahulu mencari faktor pembanding dari setiap subpopulasi yang sering disebut sample fraction (f). Jumlah sample fraction disesuaikan dengan jumlah stratanya. Nilai f dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$f_i(\text{nisa oxi}) = \frac{n_i}{n} = \frac{150}{270} = 0,56$$

$$f_i(\text{zamzam oxi}) = \frac{n_i}{n} = \frac{120}{270} = 0,44$$

Nama Depot	Strata	Ni	fi
Nisa Oxi	I	150	0,56
Zamzam Oxi	II	120	0,44

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

$$n_1(\text{nisa}) = 0,56 \times 73 = 40,88 \text{ (41)}$$

$$n_2(\text{zamzam}) = 0,44 \times 73 = 32,12 \text{ (32)}$$

Sehingga jumlah masing-masing sampel yang diambil dari subpopulasi adalah nisa 41 orang dan Zamzam OXY 32 orang. Setelah jumlah Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 72,97 responden dan digenapkan menjadi 73 responden sampel yang akan diambil dari populasi telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur yang telah ditentukan dalam bentuk teknik sampling.

Teknik pengambilan sampel terbagi dua, yaitu pengambilan sampel secara probabilitas atau acak dan pengambilan sampel secara non-probabilitas atau non-acak. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara probabilitas atau acak. Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik. Sehubungan dengan populasi yang dipilih

oleh peneliti, yaitu seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing depot air minum isi ulang tersebut, maka cara pengambilan sampel dengan metode ini adalah dengan cara Stratifikasi (*stratified random sampling*).

D. Instrumen Pengumpulan Data

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

1. Angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden. Data dikumpulkan dengan cara menggunakan kuesioner tertutup, yang disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, kuesioner ini merupakan kuesioner tidak langsung yaitu responden menjawab tentang orang lain dan berbentuk *Rating-scale* (skala bertingkat) yaitu sebuah pernyataan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, misalnya mulai dari sangat setuju sampai ke sangat tidak setuju.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana skala likert ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau

gejala sosial.²⁹ Angket ini menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel III.1 Skala Likert

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

2. Teknik wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penyediaan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian. Adapun tabel indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel III.2
Indikator angket kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi

No	Indikator	Nomor Soal
1	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	1, 2, 3
2	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	4, 5
3	<i>Competence</i> (Kemampuan)	6, 7
4	<i>Access</i> (Akses)	8, 9, 10
5	<i>Courtesy</i> (Kesopanan)	11, 12
6	<i>Communication</i> (Komunikasi)	13, 14
7	<i>Credibility</i> (Kepercayaan)	15, 16
8	<i>Security</i> (Jaminan)	17, 18
9	<i>Understanding/knowing the customer</i> (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	19, 20
10	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	21, 22, 23

²⁹ Ridwan *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian Cetakan Ke-7* (Bandung :Alfabeta,2010), hlm.12

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r hitung yang dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana tabel dapat diperoleh melalui df (*degree of freedom*) = $n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel). Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$ maka valid Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka tidak valid, dapat diuji dengan SPSS versi 23.

2. Uji Reabilitas

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

nilai Cronbach Alpha $< 0,60$ maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliable.

F. Analisis Data

1. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 21 dengan uji One Sample Kolmogorov-Smirnov dengan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 5% atau 0,05.

2. Uji homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah tidak sama.

3. Uji independent sampel T-Test

Uji Independent Sample T-test digunakan untuk menentukan apakah dua sampel yang tidak berhubungan memiliki rata-rata yang berbeda. Ada dua tahap analisis yang harus dilakukan, pertama harus menguji dahulu asumsi apakah variance populasi sampel sama (*equal*

variance assumed) atau berbeda (*equal variance not assumed*) dengan melihat nilai *levence test*.

Pengambilan keputusan untuk data yang diuji t-test dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

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

Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak

- b. Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan nilai probabilitas

Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka H_0 diterima

Jika probabilitas (sig) $< 0,05$ maka H_0 ditolak

Untuk menentukan klasifikasi perbedaan masing-masing indikator digunakan rumus sebagai berikut :

Tabel III.3
Penentuan Klasifikasi

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

- a. Jika nilai indikator (1) lebih besar sama dengan 6 rata-rata (x) ditambah standar deviasi (SD), maka diklasifikasikan tinggi
- b. Jika nilai rata-rata lebih kecil sama dengan nilai indikator lebih kecil dari nilai rata-rata ditambahkan dengan standar deviasi, maka diklasifikasikan sedang

- c. Jika nilai rata-rata (\bar{x}) dikurang standar deviasi lebih kecil sama dengan nilai indikator lebih kecil dari nilai rata-rata (\bar{x}), maka diklasifikasikan rendah
- d. Jika nilai indikator (I) lebih kecil dari nilai rata-rata (\bar{x}) kurang standar deviasi, maka diklasifikasikan sangat rendah.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Depot Air Minum

1. Depot Air Minum Nisa Oxi

Depot air minum isi ulang Nisa Oxi adalah suatu usaha yang bergerak dibidang air minum dimana disuatu usaha yang dilakukan dengan mengolah bahan baku air menjadi air minum yang layak minum dan dijual kepada konsumen. Depot air minum isi ulang Nisa Oxi didirikan pada tahun 2014 yang didirikan oleh bapak Mangarahon Tanjung, depot air isi ulang Nisa Oxi beralamat di jalan pantai barat tepatnya didesa Tarapung Raya lorong 2 Kecamatan Muara batangtoru.

Bapak Mangarahon Tanjung mendirikan usaha Nisa Oxi untuk membantu perekonomian keluarga, dan bapak Mangarahon Tanjung mendirikan depot air isi ulang yang sesuai dengan standart kesehatan Republik Indonesia. Diawal beroperasi depot air minum Nisa Oxi ini sudah memiliki fasilitas yang dapat memproduksi 70-120/hari seiring dengan berjalannya waktu terjadi peningkatan setelah itu depot air minum isi ulang Nisa Oxi memproduksi galon lebih banyak lagi sehingga dapat memproduksi sekitar 250-400/hari.

Modal awal yang dikeluarkan bapak Mangarahon Tanjung dalam mendirikan depot air minum isi ulang adalah Rp.125.000.000 terdiri dari biaya pendirian bangunan, pembelian mesin, full set, yang terdiri

dari mesin besar sehingga seharga Rp.75.000.000, dan untuk bangunan berjumlah Rp.50.000.000, modal yang dikeluarkan oleh pemilik Depot air minum isi ulang Nisa Oxi dalam mendirikan depot ini terdiri dari dana dari bapak Mangarahon Tanjung.

Visi depot air minum isi ulang Nisa Oxi, yaitu:

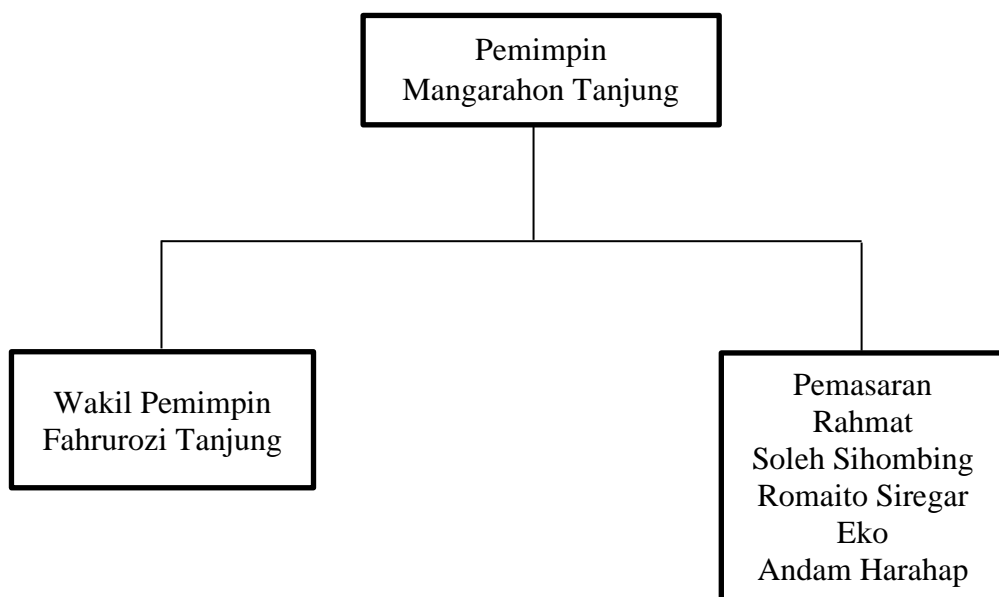
- a. Menjual air minum dengan standart kesehatan Republik Indonesia.
- b. Mencapai target penjualan.
- c. Melayani pelanggan dengan baik

Misi depot air minum isi ulang Nisa Oxi, yaitu:

- a. Menjaga kualitas air minum
- b. Melakukan promosi dan pelayan yang sebaik mungkin
- c. Mencari lokasi yang strategis

Berikut struktur organisasi Nisa Oxi:

Gambar IV.1
Struktur Organisasi Nisa Oxi



2. Depot Air Minum Zam-zam Oxi

Depot air minum isi ulang Zam-zam Oxi adalah suatu usaha yang bergerak dibidang air minum dimana disuatu usaha yang dilakukan dengan mengolah bahan baku air menjadi air minum yang layak minum dan dijual kepada konsumen. Depot air minum isi ulang Zam-zam Oxi didirikan pada tahun 2012 yang didirikan oleh bapak Ahmadi Pohan, depot air isi ulang Zam-zam Oxi beralamat di kelurahan Hutaraja tepatnya di lingkungan V Lopobaru Kecamatan Muara Batangtoru.

Bapak Ahmadi Pohan mendirikan usaha Zam-zam Oxi untuk membantu perekonomian keluarga, dan bapak Ahmadi Pohan mendirikan depot air isi ulang karena anaknya sudah tammat SMK sehingga beliau berinisiatif untuk mendirikan depot yang bernama depot Zam-Zam Oxi supaya anaknya mempunyai kegiatan dan tidak mengalami pengangguran. Bapak Ahmadi Pohan mendirikan depot air minum isi ulang yang sesuai dengan standart kesehatan Republik Indonesia. Diawal beroperasi depot air minum Zam-zam oxi ini sudah memiliki fasilitas yang dapat memproduksi 70-120/hari seiring dengan berjalannya waktu terjadi peningkatan setelah itu depot air minum isi ulang Zam-zam Oxi memproduksi galon lebih banyak lagi sehingga dapat memproduksi sekitar 130-200/hari.

Modal yang dikeluarkan bapak Ahmadi Pohan dalam mendirikan depot air minum isi ulang adalah Rp.85.000.000 terdiri dari biaya

pendirian bangunan, pembelian mesin, full set, yang terdiri dari mesin sehingga seharga Rp.50.000.000, dan untuk bangunan berjumlah Rp.3.000.000 dan pembelian mobil untuk alat transport berjumlah Rp.32.000.000, modal yang dikeluarkan oleh pemilik Depot air minum isi ulang Zam-zam oxi dalam mendirikan depot ini terdiri dari dana dari bapak Ahmadi Pohan.

Visi depot air minum isi ulang Zam-zam Oxi, yaitu:

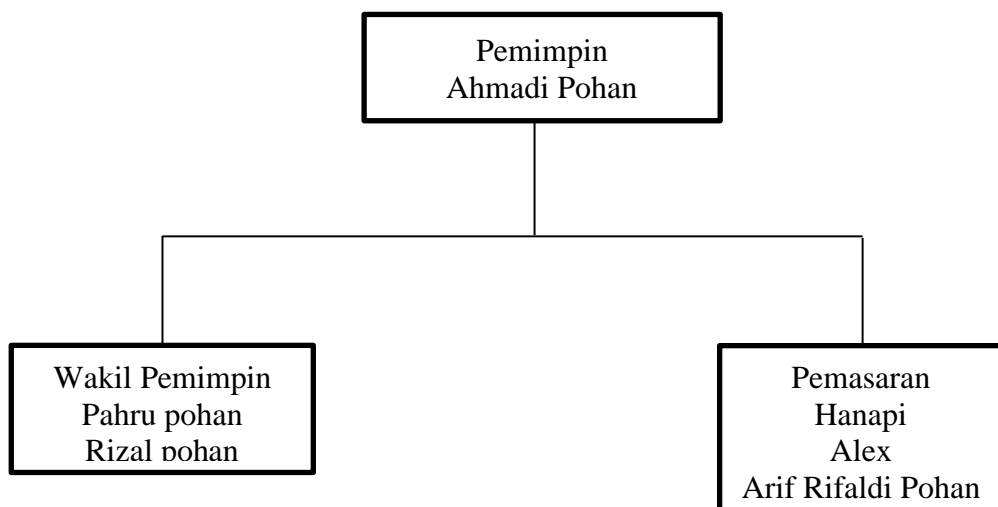
- a. Menjadikan perusahaan depot air minum isi ulang terbaik dan terpercaya.

Misi depot air minum isi ulang Zam-zam Oxi, yaitu:

- a. Menciptakan lapangan kerja
- b. Memberi pelayanan yang memuaskan kepada konsumen
- c. Memenuhi kebutuhan air minum masyarakat kualitas standar.

Berikut struktur organisasi Zam-zam Oxi:

Gambar IV.2
Struktur Organisasi Zam-zam Oxi



B. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar secara acak pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang di Kecamatan Muara Batangtoru. Penjelasan mengenai responden yang diteliti oleh peneliti dalam mengisi angket kualitas pelayanan pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Responden keseluruhan pada penelitian ini sebanyak 73 responden.

Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang menggunakan *stratified sampling*, sampel dibagi menjadi dua bagian yaitu 41 responden pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan 32 responden pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Zam-zam Oxi. Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan mulai tanggal 17 November sampai dengan 24 November 2022. Penyebaran angket dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menjumpai setiap para responden yaitu pelanggan dari Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan pendapatan.

Tabel IV. 1
Karakteristik Responden Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi

Karakteristik	Depot Air Minum Isi Ulang	
	Nisa Oxi	Zam-zam Oxi
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	3	2
Perempuan	38	30
Total	41	32
Usia		
15-45 Tahun	37	29
> 45 Tahun	4	3
Total Usia	41	32
Pekerjaan		
PNS	1	2
Wiraswasta	11	3
Pedagang	12	7
Petani	17	20
Total Pekerjaan	41	32
Pendapatan		
Rp1.000.000-Rp2.000.000	12	10
> Rp2.000.000	29	22
Total Pendapatan	41	32

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel karakteristik responden Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi diketahui responden yang menggunakan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi terdiri dari 3 pelanggan berjenis kelamin laki-laki dan 38 pelanggan berjenis kelamin perempuan dan status pekerjaan terdiri dari Pegawai Negeri Sipil, Wiraswasta, dan ibu rumah tangga. Serta, pendapatan pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi, yaitu di rentang Rp1.000.000-Rp2.000.000 dengan jumlah 12 pelanggan dan di rentang lebih dari Rp2.000.000 dengan jumlah 29 pelanggan.

Responden yang menggunakan Depot Air Minum Isi Ulang Zam-zam Oxi terdiri dari 2 pelanggan berjenis kelamin laki-laki dan 30 pelanggan berjenis kelamin perempuan dan status pekerjaan yaitu Pegawai Negeri Sipil, pedagang Wiraswasta, Petani, dan ibu rumah tangga. Serta, pendapatan pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Zam-zam Oxi, yaitu rata-rata di rentang Rp1.000.000-Rp2.000.000 dengan jumlah 10 pelanggan dan di rentang lebih dari Rp2.000.000 dengan jumlah 22 pelanggan.

C. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas kualitas pelayanan melibatkan 73 responden, Nisa Oxi digunakan 41 responden (n) dan Zamzam Oxi digunakan 32 responden dengan 22 pernyataan yang sama dan taraf signifikan 10%. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai r hitung pada tabel *correlations* dari hasil output SPSS 24 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 2
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
KP 1	0,635	Instrumen valid jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Nilai r_{tabel} untuk $df = n-2$ ($73-2$) = 71 dengan taraf signifikan 5%, sehingga diperoleh r_{tabel} sebesar 0,2303.	Valid
KP 2	0,546		Valid
KP 3	0,676		Valid
KP 4	0,518		Valid
KP 5	0,592		Valid
KP 6	0,527		Valid
KP 7	0,488		Valid
KP 8	0,458		Valid
KP 9	0,424		Valid
KP 10	0,374		Valid
KP 11	0,246		Valid
KP 12	0,348		Valid
KP 13	0,388		Valid
KP 14	0,349		Valid
KP 15	0,416		Valid
KP 16	0,395		Valid
KP 17	0,361		Valid
KP 18	0,388		Valid
KP 19	0,552		Valid
KP 20	0,501		Valid
KP 21	0,615		Valid
KP 22	0,642		Valid

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepuasan pelayanan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=73$ maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2303. Maka, dapat disimpulkan semua item pertanyaan kualitas pelayanan adalah valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur agar dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur subjek yang sama. Uji statistik dilakukan untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Hasil uji reliabilitas kualitas pelayanan dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	N of item
0,831	22

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.3 diperoleh nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 yaitu (0,831 > 0,60). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan adalah reliabel.

2. Analisis Data

a. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebar normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel IV.4
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOTAL_KP
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	89,9452
	Std. Deviation	6,66227
	Most Extreme Differences	
	Absolute	,101
	Positive	,054
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.4 diperoleh nilai signifikan pada tabel one sample kolmogrov smirnov adalah sebesar 0,062. Karena nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu ($0,062 > 0,05$), maka nilai residual terdistribusi normal, karena data telah normal maka syarat pokok untuk analisis parametrik telah terpenuhi.

b. Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Tabel IV.5
Hasil Uji Homogenitas

		Levene	df1	df2	Sig.
		Statistic			
Kualitas	Based on Mean	1,820	1	71	,182
Pelayanan	Based on Median	2,028	1	71	,159
	Based on Median and with adjusted df	2,028	1	70,841	,159
	Based on trimmed mean	1,889	1	71	,174

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.5 dapat dilihat signifikansi sebesar 0,182. Karena signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan depot air minum isi ulang mempunyai varian yang sama atau homogen. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan homogen, maka uji selanjutnya yaitu Uji *Independent Sample T-Test*.

c. Hasil Uji *Independent Sample T-Test*

Uji t sample bebas dapat digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari dua kelompok tersebut.

Tabel IV.6
Hasil Uji *Independent Sample T-Test*

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	Df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas Pelayanan	Equal variances assumed	1,820	,182	1,657	71	,102	2,57317	1,55279	-	5,66935
	Equal variances not assumed			1,696	70,721	,094	2,57317	1,51706	-	5,59831

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.6 dapat dilihat uji statistik t_{hitung} bernilai positif sebesar 1,69 yang nilainya lebih kecil dari t_{tabel} ($1,69 < 1,99$) dan signifikansi sebesar 0,102. Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,094 > 0,05$), maka H_0 diterima dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Akan tetapi, berdasarkan hasil *mean difference* diperoleh nilai 2,57 yang menunjukkan selisih antara rata-rata kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan rata-rata kualitas pelayanan Zam-zam Oxi. Artinya, meskipun tidak memiliki perbedaan namun kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan kualitas pelayanan Zam-zam Oxi memiliki selisih nilai persamaan yaitu antara -0,25 sampai 5,67.

Untuk menentukan klasifikasi masing-masing indikator digunakan rumus sebagai berikut:³⁰

Tabel IV.7
Penentuan Klasifikasi

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq x + SD$
Sedang	$x \leq I < x + SD$
Rendah	$x - SD \leq I < x$
Sangat Rendah	$I < x - SD$
Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

1) Indikator *Realibility*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya sesuai dengan jadwal. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hal yang sangat penting dalam suatu usaha Depot Air Minum. Berikut klasifikasi indikator *Realibility*:

Tabel IV.8
Penentuan Klasifikasi Indikator *Realibility*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 13,92865$
Sedang	$12,2329 \leq I < 13,92865$
Rendah	$10,53715 \leq I < 12,2329$
Sangat Rendah	$I < 10,53715$
Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

³⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), 263.

Berdasarkan tabel IV.8 diperoleh hasil klasifikasi indikator *reability* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *reability*.

Tabel IV.9
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Reability*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	12	29%	3	9%
Sedang	7	17%	0	0%
Rendah	19	46%	24	75%
Sangat Rendah	3	7%	5	16%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.9, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 46% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 75% berada pada klasifikasi rendah.

2) Indikator *Responsiveness*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Dalam situasi dimana pelanggan membutuhkan barang ataupun jasa, pihak perusahaan dan karyawan harus cepat dan tanggap melayani pelanggan. Berikut penentuan klasifikasi indikator *Responsiveness*:

Tabel IV. 10
Penentuan Klasifikasi Indikator *Responsiveness*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,35602$
Sedang	$8,0959 \leq I < 9,35602$
Rendah	$6,83578 \leq I < 8,0959$
Sangat Rendah	$I < 6,83578$

Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.10 diperoleh hasil klasifikasi indikator *responsiveness* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *responsiveness*.

Tabel IV.11
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Responsiveness*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	7	17%	4	13%
Sedang	8	20%	2	6%
Rendah	21	51%	23	72%
Sangat Rendah	5	12%	3	9%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.11, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 51% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 72% berada pada klasifikasi rendah.

3) Indikator *Competence*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu. Karena keterampilan dan pengetahuan hal yang sangat perlu diperhatikan dan dimiliki oleh karyawan dan semua pihak yang bersangkutan didalam perusahaan tersebut, agar hubungan terhadap pelanggan tetap baik, sehingga pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan. Berikut penentuan klasifikasi indikator *Competence*:

Tabel IV.12
Penentuan Klasifikasi Indikator *Competence*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,2136$
Sedang	$8,1507 \leq I < 9,2136$
Rendah	$7,0878 \leq I < 8,1507$
Sangat Rendah	$I < 7,0878$
Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.12 diperoleh hasil klasifikasi indikator *competence* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *competence*.

Tabel IV.13
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan
Zam-zam Oxi pada Indikator *Competence*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	6	15%	2	6%
Sedang	12	29%	2	6%
Rendah	17	41%	21	66%
Sangat Rendah	6	15%	7	22%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.13, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 41% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah.

4) Indikator *Access*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini seperti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain. Lokasi yang mudah dijangkau dan waktu menunggu yang tidak terlalu lama dalam memberikan pelayanan tersebut merupakan hal yang selalu di pertimbangkan pelanggan. Adanya komunikasi yang baik kepada pelanggan, seperti cepat menanggapi kemauan

pelanggan, akan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai perusahaan tersebut. Berikut klasifikasi indikator *Access*:

Tabel IV.14
Penentuan Klasifikasi Indikator *Access*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 14,23311$
Sedang	$12,6301 \leq I < 14,23311$
Rendah	$11,02709 \leq I < 12,6301$
Sangat Rendah	$I < 11,02709$
Keterangan: I= Nilai Indikator, \bar{x} = Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.14 diperoleh hasil klasifikasi indikator *access* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *access*.

Tabel IV.15
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Access*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	6	15%	2	6%
Sedang	18	44%	10	31%
Rendah	12	29%	13	41%
Sangat Rendah	5	12%	7	22%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.15, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 44% berada pada klasifikasi sedang.

Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 41% berada pada klasifikasi rendah.

5) Indikator *Courtesy*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahayang dimiliki, seperti resepsionis, operator telepon, dan lainlain. Sikap atau perilaku merupakan kunci utama dalam melakukan apa saja, apabila kita mempunyai perilaku yang baik, baik itu kepada pelanggan dan semua orang, pelanggan akan betah berhubungan dengan kita dan percaya terhadap pelayanan yang kita berikan. Berikut klasifikasi indikator *Courtesy*:

Tabel IV.16
Penentuan Klasifikasi Indikator *Courtesy*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,46638$
Sedang	$8,3562 \leq I < 9,46638$
Rendah	$7,24602 \leq I < 8,3562$
Sangat Rendah	$I < 7,24602$
Keterangan: I= Nilai Indikator, \bar{x} = Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.16 diperoleh hasil klasifikasi indikator *courtesy* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *courtesy*.

Tabel IV.17
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan
Zam-zam Oxi pada Indikator *Courtesy*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	7	17%	8	25%
Sedang	6	15%	3	9%
Rendah	24	59%	17	53%
Sangat Rendah	4	10%	4	13%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.17, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 59% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah.

6) Indikator *Communication*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Karena komunikasi yang baik yang kita berikan kepada pelanggan dan selalu mendengarkan saran, keluhan pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan diperhatikan. Berikut klasifikasi indikator *Communication*:

Tabel IV.18
Penentuan Klasifikasi Indikator *Communication*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,19374$
Sedang	$8,0274 \leq I < 9,1937$
Rendah	$6,86106 \leq I < 8,0274$
Sangat Rendah	$I < 6,86106$

Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.18 diperoleh hasil klasifikasi indikator *communication* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *communication*.

Tabel IV.19
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Communication*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	4	10%	4	13%
Sedang	3	7%	7	22%
Rendah	29	71%	20	63%
Sangat Rendah	5	12%	1	3%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.19, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 71% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 63% berada pada klasifikasi rendah.

7) Indikator *Credibility*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam kejujuran dan kepercayaan, kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi contact, personel, dan interaksi dengan pelanggan. Dalam dunia usaha, sifat jujur memang sangat diperlukan, agar pelanggan bertahan dan memiliki kepercayaan terhadap apa yang kita berikan. Berikut klasifikasi indikator *Credibility*:

Tabel IV.20
Penentuan Klasifikasi Indikator *Credibility*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,19801$
Sedang	$8,0137 \leq I < 9,19801$
Rendah	$6,82939 \leq I < 8,0137$
Sangat Rendah	$I < 6,82939$
Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.20 diperoleh hasil klasifikasi indikator *credibility* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *credibility*.

Tabel IV.21
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Credibility*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	4	10%	6	19%
Sedang	2	5%	3	9%
Rendah	30	71%	21	66%
Sangat Rendah	5	12%	2	6%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.21, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 71% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah.

8) Indikator *Security*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal aman dari bahaya, resiko atau keraguguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan dalam hal keamanan, misalnya dalam air minum isi ulang kemasan air minum isi ulang tersebut terjamin untuk di konsumsi. Berikut klasifikasi indikator *Security*:

Tabel IV.22
Penentuan Klasifikasi Indikator *Security*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,26751$
Sedang	$8,1918 \leq I < 9,26751$
Rendah	$7,11609 \leq I < 8,1918$
Sangat Rendah	$I < 7,11609$
Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi	

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.22 diperoleh hasil klasifikasi indikator *Security* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *Security*.

Tabel IV.23
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan
Zam-zam Oxi pada Indikator *Security*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	6	14%	3	9%
Sedang	9	21%	7	23%
Rendah	18	43%	17	53%
Sangat Rendah	8	19%	5	16%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.23, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 43% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah.

9) Indikator *Understanding/knowning the customer*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal memahami kebutuhan pelanggan. Memahami dan mengerti pelanggan kebutuhan pelanggan sangat perlu dilakukan, karena kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan yang berbeda-beda. Berikut klasifikasi indikator *Understanding*:

Tabel IV.24
Penentuan Klasifikasi Indikator *Understanding*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,20106$
Sedang	$8,0411 \leq I < 9,20106$
Rendah	$6,88114 \leq I < 8,0411$
Sangat Rendah	$I < 6,88114$

Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.24 diperoleh hasil klasifikasi indikator *Understanding* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *Understanding*.

Tabel IV.25
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Understanding*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	6	15%	2	6%
Sedang	7	17%	6	19%
Rendah	23	56%	20	63%
Sangat Rendah	5	12%	4	13%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.25, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 56% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 63% berada pada klasifikasi rendah.

10) Indikator *Tangibles*

Suatu organisasi sangat menyadari pentingnya kualitas layanan dalam hal kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan langsung oleh pelanggan. Berikut klasifikasi indikator *Tangibles*:

Tabel IV.26
Penentuan Klasifikasi Indikator *Tangibles*

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,24578$
Sedang	$8,2055 \leq I < 9,24578$
Rendah	$7,16522 \leq I < 8,2055$
Sangat Rendah	$I < 7,16522$

Keterangan: I= Nilai Indikator, x= Rata-rata, SD= Standar Deviasi

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.26 diperoleh hasil klasifikasi indikator *Tangibles* dan berikut penentuan klasifikasi kualitas pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melalui indikator *Tangibles*.

Tabel IV.27
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi pada Indikator *Tangibles*

Klasifikasi	Nisa Oxi		Zam-zam Oxi	
	F	%	F	%
Tinggi	7	17%	3	9%
Sedang	5	12%	4	13%
Rendah	27	66%	19	59%
Sangat Rendah	2	5%	6	19%
Jumlah	41	100%	32	100%

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel IV.27, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 59% berada pada klasifikasi rendah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dengan judul “Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Depot Air Minum Nisa Oxi dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru” dengan jumlah sampel (N) dari pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi sebanyak 41 pelanggan dan Zam-zam Oxi sebanyak 32 pelanggan, maka total pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi adalah 100 sampel. Signifikansi homogenitas lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan depot air minum isi ulang mempunyai varian yang sama atau homogen. Karena data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan homogen, maka uji selanjutnya yaitu menggunakan Uji *Independent Sample T Test*.

Berdasarkan uji statistik dapat dilihat t_{hitung} bernilai positif sebesar 1,69 yang nilainya lebih kecil dari t_{tabel} ($1,69 < 1,99$) dan signifikansi sebesar 0,102 karena signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,102 > 0,05$), maka H_0 diterima dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang

Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Nilai positif t_{hitung} disebabkan karena nilai kualitas pelayanan pada Nisa Oxi lebih tinggi dari nilai kualitas pelayanan pada Zam-zam Oxi. Akan tetapi, berdasarkan hasil *mean difference* diperoleh nilai 2,57 yang menunjukkan selisih antara rata-rata kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan rata-rata kualitas pelayanan Zam-zam Oxi. Artinya, meskipun tidak memiliki perbedaan namun kualitas pelayanan Nisa Oxi dengan kualitas pelayanan Zam-zam Oxi memiliki selisih nilai persamaan yaitu antara -0,25 sampai 5,67.

Pada indikator *realibility*, sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 46% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 75% berada pada klasifikasi rendah. Melalui indikator *responsiveness* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 51% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 72% berada pada klasifikasi rendah.

Pada indikator *competence* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 41% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah. Melalui indikator *access* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi

sedang dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 44% berada pada klasifikasi sedang. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 41% berada pada klasifikasi rendah.

Pada indikator *courtesy* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 59% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah. Melalui indikator *communication* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 71% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 63% berada pada klasifikasi rendah.

Pada indikator *credibility* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 71% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah. Melalui indikator *Security* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 43% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk

kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah.

Pada indikator *Understanding* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 56% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 63% berada pada klasifikasi rendah. Melalui indikator *Tangibles* dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap Nisa Oxi yaitu 66% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Zam-zam Oxi yaitu 59% berada pada klasifikasi rendah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Saefurahman tentang Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Ride Dan Grabbike Di Kelurahan Cempaka Putih Timur) yang menunjukkan hasil perbedaan antara kualitas pelayanan pengguna layanan transportasi online Go-Ride dan GrabBike di Kelurahan Cempaka Putih Timur, namun perbedaan tersebut tidak signifikan (nyata).³¹

Penelitian ini bertolakan dengan penelitian terdahulu, karena memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Weli Harahap yang menunjukkan hasil independent sample T test terdapat perbedaan yang

³¹ Muhamad Irfan Setiawan dan Asep Saefurahman, "Perbandingan Persepsi Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Transportasi Online (Studi Kasus Pada Pengguna Layanan Go-Ride dan GrabBike di," 2020.

signifikan dari kualitas pelayanan yang diberikan yaitu antara Depot Air Minum Isi Ulang R-Oxy dan Bintang Oxy.³² Karena signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu ($0,102 > 0,05$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji *independent sample T test* tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi Kota Padangsidempuan. Hasil penelitian Nuraini juga menemukan adanya perbedaan kualitas pelayanan pada depot Zakila Water dan Fresqua Water.³³

Berdasarkan hasil klasifikasi penentuan indikator-indikator kualitas pelayanan bahwa hanya indikator *access* menjadi pembeda antara Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi. Untuk masalah *access*, Nisa Oxi lebih baik daripada Zam-zam Oxi karena akses ke Nisa Oxi lebih mudah untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini seperti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain. Lokasi yang mudah dijangkau dan waktu menunggu yang tidak terlalu lama dalam memberikan pelayanan tersebut merupakan hal yang selalu di pertimbangkan pelanggan. Adanya komunikasi yang baik kepada pelanggan, seperti cepat menanggapi kemauan pelanggan, akan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai perusahaan tersebut. Sisanya, antara Nisa Oxi dan Zam-

³²Ulva Weli Harahap, "Studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan" (Skripsi, Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan, 2017).

³³Nuraini, "Studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang Zakila Water dan Fresqua Water Kecamatan Linggabayu Kabupaten Mandailing Natal" (Skripsi, Padangsidempuan, IAIN Padangsidempuan, 2020).

zam Oxi sama saja dalam hal *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *competence* (kemampuan), *access* (akses), *courtesy* (kesopanan), *communication* (komunikasi), *credibility* (kepercayaan), *security* (jaminan), *understanding/knowing the customer* (mengerti kebutuhan pelanggan) dan *tangibles* (bukti langsung)

Sehubungan dengan hasil penelitian ini, menurut Oktaviani yaitu sebuah organisasi yang bergerak di dalam bidang jasa khususnya dalam pemberian layanan pelanggan pada Depot Air Minum isi ulang kepuasan konsumen harus menjadi tujuan utama mereka dalam memberikan pelayanan.³⁴ Pelayanan publik dikatakan baik atau tidaknya tergantung dari pemberian layanan kepada pengguna layanan, maka dari itu pemberi layanan harus mempunyai strategi untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Menurut Kurniawan, pelayanan masih menjadi persoalan yang perlu memperoleh perhatian dan penyelesaian yang komprehensif. Makanya, pelayanan yang diberikan oleh Depot Air Minum kepada konsumen harus terus mengalami pembaruan, baik dari sisi paradigma maupun format pelayanan seiring dengan meningkatnya tuntutan konsumen dan perubahan pada Depot Air Minum. Karena menurut Sinambela, pada dasarnya setiap manusia membutuhkan pelayanan, bahkan secara ekstrim dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat

³⁴Oktaviani Dian Catur, "Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Penggunaan Layanan Go-jek Dan Grab" (Skripsi, Purwokerto, IAIN Purwokerto, 2019).

dipisahkan dengan kehidupan manusia.³⁵ Oleh karena itu, hendaknya Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan berorientasi pada konsumen. Karena, faktanya semakin meningkatnya permintaan akan air minum isi ulang, perusahaan depot air minum tidak lagi memperhatikan kualitas pelayanan.

Adapun kualitas pelayanan pada perusahaan Zam-Zam Oxi sudah sangat baik dilihat dari cara karyawan melayani para pelanggan atau konsumen, dimana para karyawan perusahaan Zam-Zam Oxi bersikap sopan santun, dan dapat berkomunikasi dengan baik kepada para pelanggan dan mampu memenuhi keinginan konsumen. Dan perusahaan Nisa Oxi juga memberikan pelayanan yang baik diukur dari Kecepatan dan sikap yang diberikan para karyawan dalam memenuhi kebutuhan konsumennya. Kelebihan kualitas pelayanan pada perusahaan Zam-Zam Oxi yaitu para karyawan dan pemilik perusahaan depot memiliki sifat sopan santun dan ramah terhadap masyarakat serta mengetahui keinginan para pelanggan.

Adapun kurangnya kualitas pelayanan pada perusahaan depot Zam-Zam Oxi yaitu karyawan kurang cepat dan tanggap dalam memenuhi kebutuhan konsumen, seperti terlambat dalam mengantar, sehingga banyak pelanggan yang mengeluh. Dan dikarenakan karyawannya juga yang sedikit jadi tangggap dalam melayani pelanggan tidak sesuai dengan kebutuhan para pelanggan. Sedangkan kelebihan dari perusahaan depot

³⁵Abdul Kadir, *Kapita Selekt Perpajakan di Indonesia* (Medan: PUSTAKA BANGSA PRESS, 2016), 105.

Nisa Oxi karyawannya lebih banyak sehingga para karyawan cepat dan tanggap dan mampu melihat keinginan para pelanggan dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dengan cepat. Sedangkan kekurangan dari perusahaan depot Nisa Oxi yaitu para karyawan kurang mampu dalam berkomunikasi dengan masyarakat dan pelanggan. Untuk Zam-zam Oxi agar melakukan strategi-strategi yang dapat memenuhi kebutuhan pasar saat ini sehingga tidak tertinggal dari Nisa Oxi dan memiliki *value-based* tersendiri tanpa mengikuti sistem yang dilakukan depot air minum isi ulang lainnya, khususnya dalam bidang pelayanan pada konsumen.

Hal ini karena kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Selain itu, berdasarkan Surat Al-baqarah Ayat 267 menjelaskan bahwa infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik' dan diperoleh dengan cara yang halal, sebab Allah itu baik dan hanya menerima yang baik-baik. Dan sedekahkanlah sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi berupa hasil pertanian, tambang, dan lainnya, untukmu. Pilihlah

yang baik-baik dari apa yang kamu nafkahkan itu, walaupun tidak harus semuanya baik, tetapi janganlah kamu memilih secara sengaja yang buruk untuk kamu keluarkan guna disedekahkan kepada orang lain, padahal kamu sendiri kalau diberi yang buruk-buruk seperti itu tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata karena rasa enggan terhadapnya.³⁶ Oleh karena itu, pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan diantaranya memberikan barang atau jasa yang baik, bersih dan halal adalah modal utama menjaalankan suatu bisnis, karna dengan memberikan pelayanan yang baik barang yang baik atau berkualitas, pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya kepada perusahaan. Ketika pelaku bisnis tidak mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain, karena jasa atau bisnis depot air minum khususnya ada banyak sehingga pelanggan mempunyai banyak pilihan.

E. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih memiliki kekurangan keterbatasan yang dapat memungkinkan dapat mempengaruhi hasil penelitian. Penelitian ini masih memiliki banyak keterbatasan, diantaranya:

- a. Penelitian ini hanya membahas masalah penelitian hanya pada kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi.

³⁶Kementerian Agama, *Tafsir Ringkas Kementrian Agama RI* (Jakarta: Kementerian Agama, t.t.).

- b. Dalam menyebar angket (kuisisioner) peneliti tidak mengetahui apakah responden mengisi kuisisioner dengan jujur dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan yang dapat memengaruhi validitas yang diperoleh.
- c. Studi kasus pada penelitian ini hanya pada masyarakat Muara Batangtoru.
- d. Peneliti terbatas dalam menghubungkan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi.

Walaupun demikian peneliti tetap berusaha keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna dari penelitian ini. Segala kerja keras serta usaha dan bantuan dari semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga peneliti selanjutnya lebih disempurnakan lagi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

^Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya tentang studi perbandingan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang nisa oxi dan zam-zam oxi kecamatan muara batangtoru dengan menggunakan metode analisis yang digunakan yaitu uji independent sampel t-test, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada depot air minum isi ulang Nisa oxi dan zam-zam oxi. Karena signifikansi $< 0,05$ ($0,102 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

B. Saran

1. bagi perusahaan depot air minum isi ulang nisa oxi dan zam-zam oxi diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman, senang terhadap sikap pelayanan yang diberikan.
2. untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap studi perbandingan kualitas pelayanan yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar lebih teliti dalam memilih aspek maupun variabel-variabel yang berkaitan sehingga benar-benar dapat mengungkap inti atau pokok dari penelitian.

3. kepada pelanggan agar lebih teliti dalam menerima pelayanan, dan diharapkan kepada pelanggan bisa lebih kritis dalam menanggapi kualitas baik barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, agar pelanggan dapat menikmati pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Andespa Roni. 2016. Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah Dengan Konvensional. "*Jurnal Lembaga Keuangan Dan Perbankan*". Vol. 1 No. 1.
- Anun dan Helmi pada tanggal 9 januari 2022, pukul 09.30 wib
- Armaniah Henny. 2019. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bengkel Honda Tanggerang. "*Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*". Vol. 2 No. 2.
- Bungin Burhan. 2006. "*Metode Penelitian Kuantitatif Komunika, Ekonomi Dan Kebijakan Serta Ilmu Ilmu Sosial Lainnya*". Jakarta: Kencana.
- Dr. Harahap Nursapia. 2020. "*Penelitian Kualitatif*". Jakarta: Wal Ashri Publishing.
- Dwimawanti Ida Hayu. 2004. Kualitas Pelayanan Publik. "*Jurnal Dialogue JIAKP*". Vol. 1 No. 1.
- Endriani Novita. 2013. Perbedaan Kualitas Pelayanan Antara Puskesmas Kepanjenkidul Yang Menerapkan Citizen's Charter Dengan Puskemas Kademangan Yang Tidak Menerapkan Citizen's Charter. "*Skripsi Jember: Universitas Jember*".
- Hardana Ali, 2023. *Jurnal Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Shopeepay Later*. Vol.9, No.1.
- Hardana Ali, 2022. *Jurnal Analisis Makro dan pengaruhnya terhadap kemiskinan(studi pada pemerintah kabupaten tapanuli selatan*. Vol.1 No.4.
- Hardana Ali, 2018. *Jurnal Model Pengembangan Kewirausahaan di Perguruan tinggi*. Vol. 4 No. 5.
- Muhammad Isa, 2019. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam Volume 5 Nomor 1*, IAIN Padangsidimpuan.
- Nasution M.N. "*Manajemen Jasa Terpadu*". Bogor Selatan: Ghalia Indonesia.
- Nazir Moh. 2014. "*Metode Penelitian*". Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nisma dan Evaliani pada tanggal 8 januari 2022, pukul 20.1 wib.
- Oktari Ayu. 2016. "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Depot Air Minum Isi Ulang Jaya Palembang*". Palembang: UMP.

Oktaviani Dian Catur. 2019. Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepuasan Konsumen Penggunaan Layanan Go-jek Dan Grab. “*Skripsi Purwokerto: IAIN Purwekerto*”.

Pipah pada tanggal 9 januari 2022, pukul 10.15 wib.

Putri Anindya Putri. 2017. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. “*Jurnal Diponegoro Journal of Management*”. Vol. 6 No. 2.

Saida pada tanggal 8 januari 2022, pukul 19.45 wib.

Sayutinur dan Ratna Sari pada tanggal 8 januari 2022, pukul 20.37 wib.

Sirhan Fikri, Wahyu Wiyani, 2016. *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, Vol.3 No.1, Januari.

Sumber data Depot Air Minum Isi Ulang Zam-zam Oxi dan Nisa Oxi

Wilson, Pengembangan Atribut Jasa. <http://;ontar.ui.ac.id>.

Zera, pada tanggal , 30 mei 2022, pukul 15.55. wib.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. IDENTITAS PRIBADI

Nama Lengkap : Nuranita
Nama Panggilan : Anuta
Tempat /Tgl Lahir : Tarapung Raya Kecamatan Muara Batang Toru
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak Ke : 6 dari 6 bersaudara
Alamat : Desa Tarapung Raya Kecamatan Muara Batang Toru
Agama : Islam
No. Hp : 0822-9794-1609

2. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2005-2011 : SDN 101690 Tarapung Raya
Tahun 2012-201 : MTSs Nurul Huda Hutaraja
Tahun 2015-2018 : SMKN 1 Padangsidempuan
Tahun 2018-2022 : Program sarjana (starta-1) Ekonomi Syariah
UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

3. NAMA ORANG TUA/WALI

Nama Ayah : Samsi Harahap
Pekerjaan : Petani
Nama Ibu : Nurhaima Siregar
Pekerjaan : Petani
Alamat : Desa Tarapung Raya Kecamatan Muara Batang Toru

4. MOTTO HIDUP

“Tetaplah Berbuat Baik, Meskipun Kamu Tidak di Perlakukan Baik oleh Orang Lain”.

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.

NIP : 198411302018012001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “ Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Nisa Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru ”.

Yang disusun oleh:

Nama : Nuranita

Nim : 18 402 00357

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

5.
6.
7.

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

Padangsidimpuan, Oktober 2022
Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN KONSUMEN**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun
2. Barilah tanda *Cheklis*(√) 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
Realibility (Kehandalan)	1,2,3			
Responsiveness (Daya Tanggap)	4,5			
Competence (Kemampuan)	6,7			
Acces (Akses)	8,9,10			
Courtesy (Kesopanan)	11,12			
Communication (Komunikasi)	13,14			
Credibility (Kepercayaan)	15,16			
Security (Jaminan)	17,18			
Understanding/ Knowing The Customer (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	19,20			
Tangibles (Bukti Langsung)	21,22,23			

Catatan:

.....

Padangsidempuan, Oktober 2022
 Validator

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 198411302018012001

ANGKET PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Saudara/i Responden

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dalam rangka penelitian tugas akhir/skripsi pada program Strata 1 (S1) UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, saya :

Nama : Nuranita

NIM : 18 402 00357

Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi Dan Zam-Zam Oxi Kecamatan Muara Batangtoru”**. Sehubungan dengan itu saya mohon kesediaan dari Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang Bapak/Ibu/saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan sungguh – sungguh.

Atas bantuan dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/i dalam menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Padangsidempuan, Oktober 2022

Hormat Saya

Nuranita
Nim. 18 402 00357

ANGKET PENELITIAN
STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM
ISI ULANG NISA OXI DAN ZAM-ZAM OXI KECAMATAN MUARA
BATANGTORU

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Laki-laki
() Perempuan
3. Usia : Tahun

4. Pekerjaan :
 - a. PNS ()
 - b. Wiraswasta ()
 - c. Pedagang ()
 - d. Petani ()
 - e. Lainnya :.....
5. Pendapatan
 - a. Rp.1000.000 ()
 - b. Rp.2000.000 ()
5. Saya Pernah Menggunakan Galon Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi Dan Zam-Zam Oxi:
 - a. Ya
 - b. Tidak
6. saya pernah membeli air minum isi ulang pada Nisa Oxi
.....
7. saya pernah membeli air minum isi ulang pada Zam-Zam Oxi
.....
8. Berapa Kali anda pernah membeli air minum isi ulang Nisa Oxi?
() 1 Kali () 2 Kali () 3 Kali () > 3 Kali
9. Berapa Kali anda pernah membeli air minum isi ulang Zam-Zam Oxi?
() 1 Kali () 2 Kali () 3 Kali () > 3 Kali

B. PETUNJUK PENGISIAN

- 6) Bacalah dengan seksama setiap pernyataan dan jawaban yang tersedia.
- 7) Jawab dan isilah sesuai dengan pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda centang (✓) pada alternatif yang tersedia pada kolom jawaban.
- 8) Mohon jawaban diberikan secara objektif untuk akurasi hasil penelitian, pada salah satu pilihan jawaban.

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

- 9) Semua jawaban Bapak/Ibu, saudara/i dijamin kerahasiaannya.
- 10) Pernyataan ini semata untuk tujuan penelitian.

	Minum Isi Ulang kurang memahami pelanggan										
Pertanyaan indikator Tangibles (Bukti langsung)											
21.	Perlengkapan yang tersedia pada Depot Air Minum Isi Ulang lengkap dan bersih										
22.	Karyawan pada Depot Air Minum Isi Ulang berkomunikasi dengan baik										
23.	Penampilan karyawan Depot Air Minum Isi Ulang kurang bersih										

Padangsidempuan, Oktober 2022
Responden

(.....)

Lampiran 1. Tabulasi Data Penelitian Kualitas Pelayanan

RESPONDEN	PERNYATAAN																				JUMLAH			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	
1	4	4	3	3	3	4	5	3	5	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	78
2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	94	
3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	94	
4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	95
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95
6	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	98
7	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	96
8	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	91
9	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	91
10	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	98
11	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	101
12	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105
13	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	103
14	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	93
15	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	2	3	2	4	3	3	4	5	90	
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	90	
17	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
18	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	3	83	
19	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92
20	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
21	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	97
23	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
24	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85
25	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82
26	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
27	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	90
28	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	90
29	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	2	4	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	84
30	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	100
31	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	4	1	4	3	2	4	4	4	4	79
32	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	79	
33	4	3	3	2	2	4	3	5	4	5	5	4	3	4	2	4	3	5	4	3	4	4	4	80
34	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	92
35	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	95
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	4	89
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	95
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	84
39	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	94

40	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	80
41	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	104
42	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	91
43	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	85
44	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	98
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	5	100
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	95
47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	86
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
49	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	81
50	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	83
51	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	82
52	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	90
53	2	2	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	2	2	2	76
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	89
55	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	5	4	4	4	5	4	85
56	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	91
57	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	87
58	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	91
59	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	95
60	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	3	5	5	3	4	5	4	4	4	89
61	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	74
62	4	3	3	5	5	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90
63	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	81
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	92
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	88
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89
68	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	2	4	3	5	4	3	85
69	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	89
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	92
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	4	89
72	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	95
73	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	97

Lampiran 3. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,831	22

Lampiran 4. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		TOTAL_KP
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	89,9452
	Std. Deviation	6,66227
Most Extreme Differences	Absolute	,101
	Positive	,054
	Negative	-,101
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062 ^c

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

Lampiran 5. Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Kualitas Pelayanan	Based on Mean	1,820	1	71	,182
	Based on Median	2,028	1	71	,159
	Based on Median and with adjusted df	2,028	1	70,841	,159
	Based on trimmed mean	1,889	1	71	,174

Lampiran 6. Hasil Uji Uji Independen t test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2- tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas Pelayanan	Equal variances assumed	1,820	,182	1,657	71	,102	2,57317	1,55279	- ,52301	5,66935
	Equal variances not assumed			1,696	70,721	,094	2,57317	1,51706	- ,45197	5,59831

Lampiran 7. Ringkasan Hasil Uji Indikator

Case Processing Summary

	Valid		Cases Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Reability * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Responssivenes * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Competence * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Acces * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Courtesy * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Communication * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Credibility * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Security * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Understanding * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%
Tangibles * Depot Air Minum	73	100,0%	0	0,0%	73	100,0%

Lampiran 8. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean		Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
Reability	73	6,00	15,00	12,2329	,19847	1,69575
Responssivenes	73	4,00	10,00	8,0959	,14749	1,26012
Competence	73	4,00	10,00	8,1507	,12440	1,06290
Acces	73	8,00	15,00	12,6301	,18762	1,60301
Courtesy	73	4,00	10,00	8,3562	,12994	1,11018
Communication	73	4,00	10,00	8,0274	,13651	1,16634
Credibility	73	4,00	10,00	8,0137	,13861	1,18431
Security	73	6,00	10,00	8,1918	,12590	1,07571
Understanding	73	5,00	10,00	8,0411	,13576	1,15996
Tangibles	73	4,00	10,00	8,2055	,12176	1,04028
Valid N (listwise)	73					

Lampiran 9. Hasil Uji Tabulasi Reability

Reability * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Reability	6,00	0	1	1
	9,00	2	3	5
	10,00	1	1	2
	11,00	3	2	5
	12,00	16	22	38
	13,00	7	0	7
	14,00	4	1	5
	15,00	8	2	10
Total		41	32	73

Lampiran 10. Hasil Uji Tabulasi Responsiveness

Responsiveness * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Responsiveness	4,00	1	1	2
	6,00	4	2	6
	7,00	3	2	5
	8,00	18	21	39
	9,00	8	2	10
	10,00	7	4	11
Total		41	32	73

Lampiran 11. Hasil Uji Tabulasi Competence

Competence * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Competence	4,00	0	1	1
	6,00	0	3	3
	7,00	6	3	9
	8,00	17	21	38
	9,00	12	2	14

	10,00	6	2	8
Total		41	32	73

Lampiran 12. Hasil Uji Tabulasi Access

Acces * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Acces	8,00	0	1	1
	9,00	1	2	3
	10,00	2	1	3
	11,00	2	3	5
	12,00	12	13	25
	13,00	5	5	10
	14,00	13	5	18
	15,00	6	2	8
Total		41	32	73

Lampiran 13. Hasil Uji Tabulasi Courtesy

Courtesy * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Courtesy	4,00	0	1	1
	6,00	2	0	2
	7,00	2	3	5
	8,00	24	17	41
	9,00	6	3	9
	10,00	7	8	15
Total		41	32	73

Lampiran 14. Hasil Uji Tabulasi Communication

Communication * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Communication	4,00	2	0	2

	6,00	3	1	4
	7,00	4	4	8
	8,00	25	16	41
	9,00	3	7	10
	10,00	4	4	8
Total		41	32	73

Lampiran 15. Hasil Uji Tabulasi Credibility

Credibility * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Credibility	4,00	0	1	1
	5,00	2	0	2
	6,00	3	1	4
	7,00	2	4	6
	8,00	28	17	45
	9,00	2	3	5
	10,00	4	6	10
Total		41	32	73

Lampiran 16. Hasil Uji Tabulasi Security

Security * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Security	6,00	5	2	7
	7,00	3	3	6
	8,00	18	17	35
	9,00	9	7	16
	10,00	6	3	9
Total		41	32	73

Lampiran 17. Hasil Uji Tabulasi Understanding

Understanding * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Understanding	5,00	1	1	2
	6,00	4	3	7
	7,00	2	4	6
	8,00	21	16	37
	9,00	7	6	13
	10,00	6	2	8
Total		41	32	73

Lampiran 18. Hasil Uji Tabulasi Tangibles

Tangibles * Depot Air Minum Crosstabulation

Count

		Depot Air Minum		Total
		Nisa Oxi	Zamzam Oxi	
Tangibles	4,00	0	1	1
	6,00	1	2	3
	7,00	1	3	4
	8,00	27	19	46
	9,00	5	4	9
	10,00	7	3	10
Total		41	32	73



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

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

Nomor : **746 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/03/2022**
Lampiran : -
Hal : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

16 Maret 2022

Yth. Ibu;

1. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing I
2. Rini Hayati Lubis : Pembimbing II

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

Nama : Nuranita
NIM : 1840200357
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.



an Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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 Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2309 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/09/2022
Hal : Mohon Izin Riset

16 September 2022

Yth. Pengelola Depot Nisa Oxi

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:


Nama : Nuranita
NIM : 1840200357
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi dan Zam-zam Oxi Kecamatan Muara Batang Toru".

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

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

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

SURAT BALASAN
UD.Nisa Tanjung (082268668644)

Desa Tarapung raya

Hal : Izin Mengadakan Penelitian
Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi

Di Tempat

Dengan Hormat.

Yang betanda tangan dibawah ini :

Nama : Rozy Tanjung
Jabatan : Pemimpin Depot Air Minum Isi Ulan Nisa Oxi

Menerangkan Bahwa,

Nama : NURANITA
Nim : 1840200357

Telah kami setuju untuk melakukan penelitian pada Depot Air Minum Isi Ulang Zam-Zam Oxi sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul: **“STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG NISA OXI DAN ZAM- ZAM OXI KECAMATAN MUARA BATANG TORU”**.

Demikian surat ini kami sampaikan kami mengucapkan terimakasih.

Terapung Raya 18 Oktober 2022

Pemimpin Depot Nisa Oxi

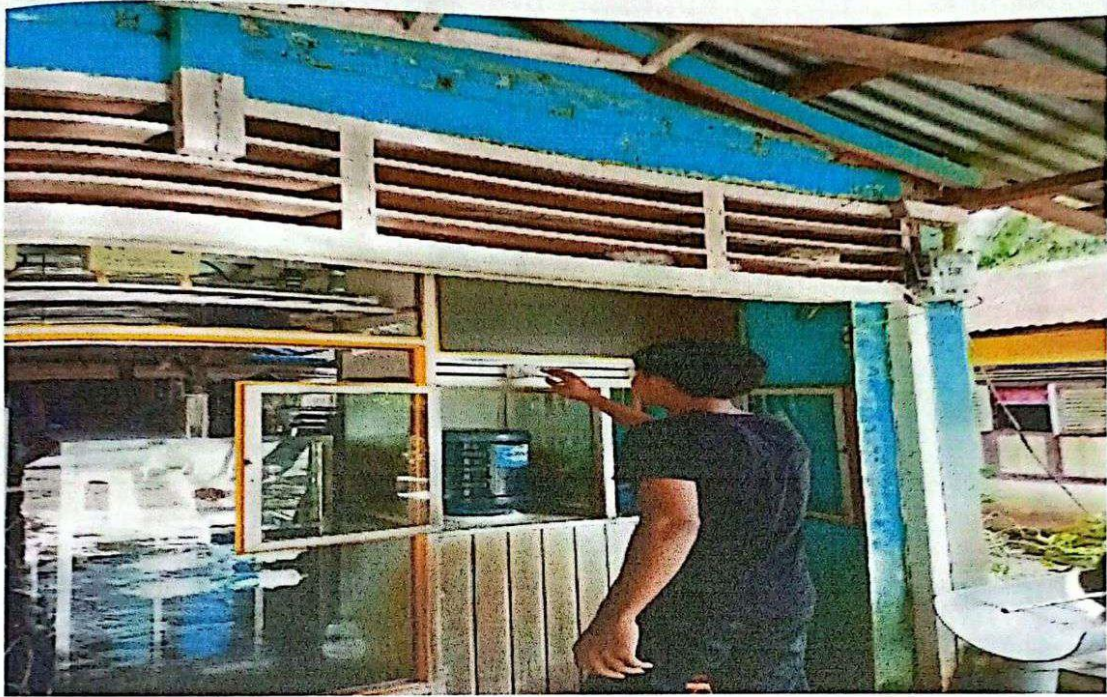


(Rozy Tanjung)

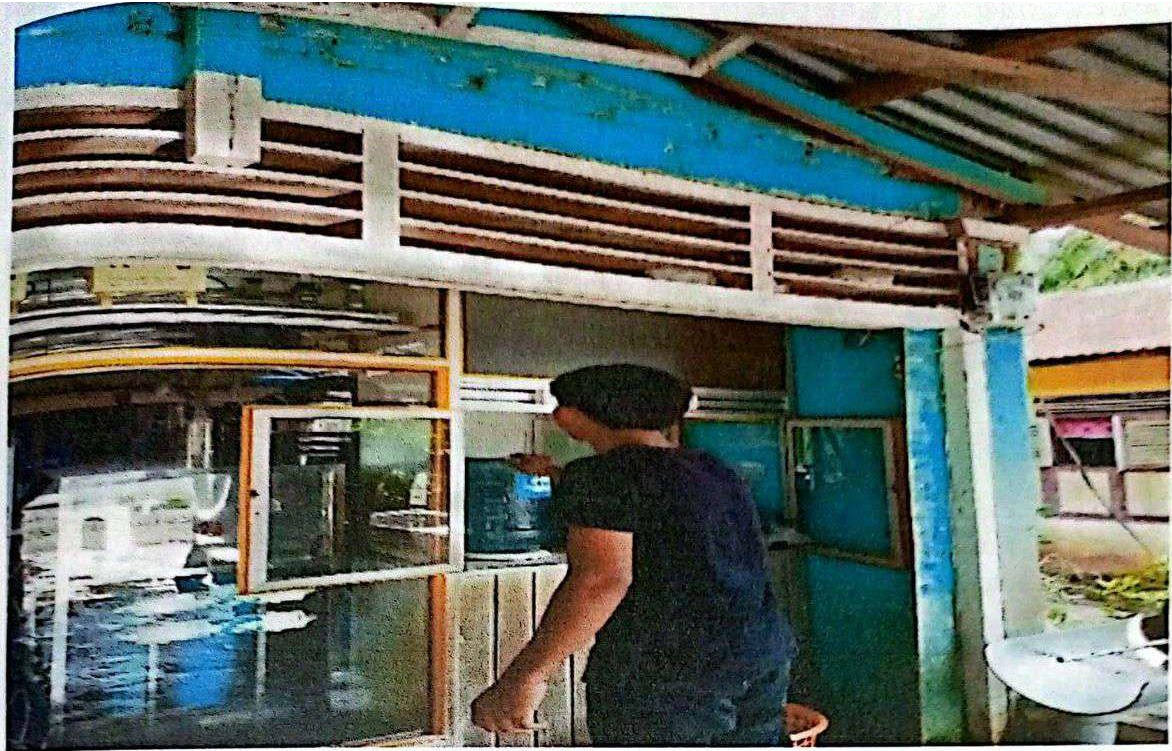


Lampiran 9

Dokumentasi Bersama Pimpinan dan Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang Zam-Zam Oxi



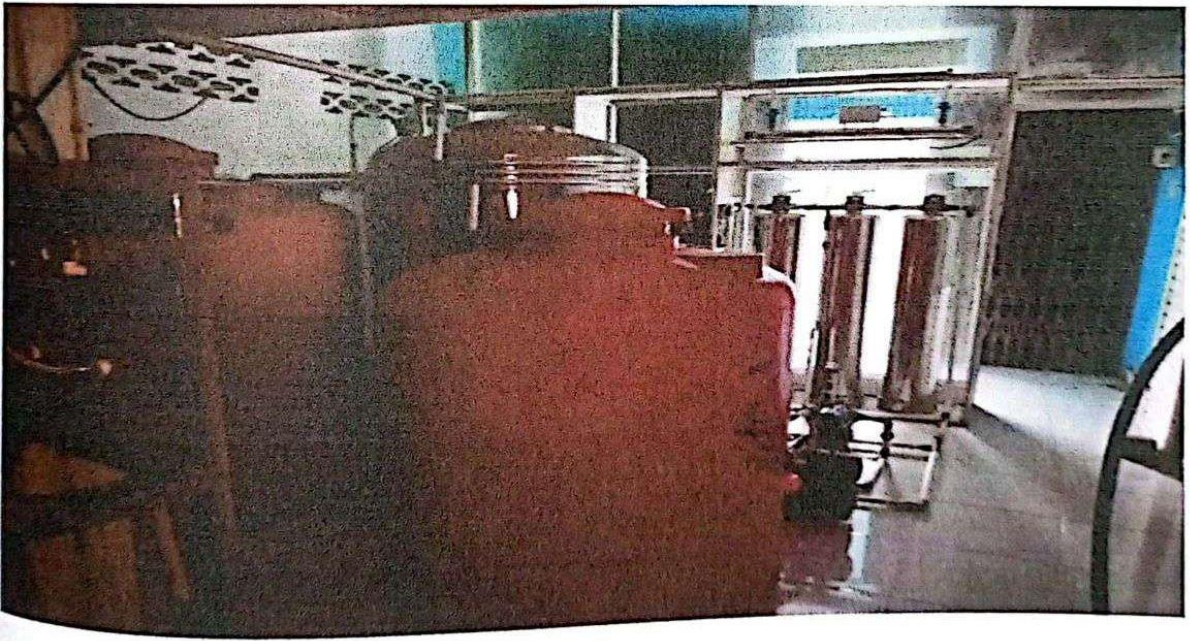




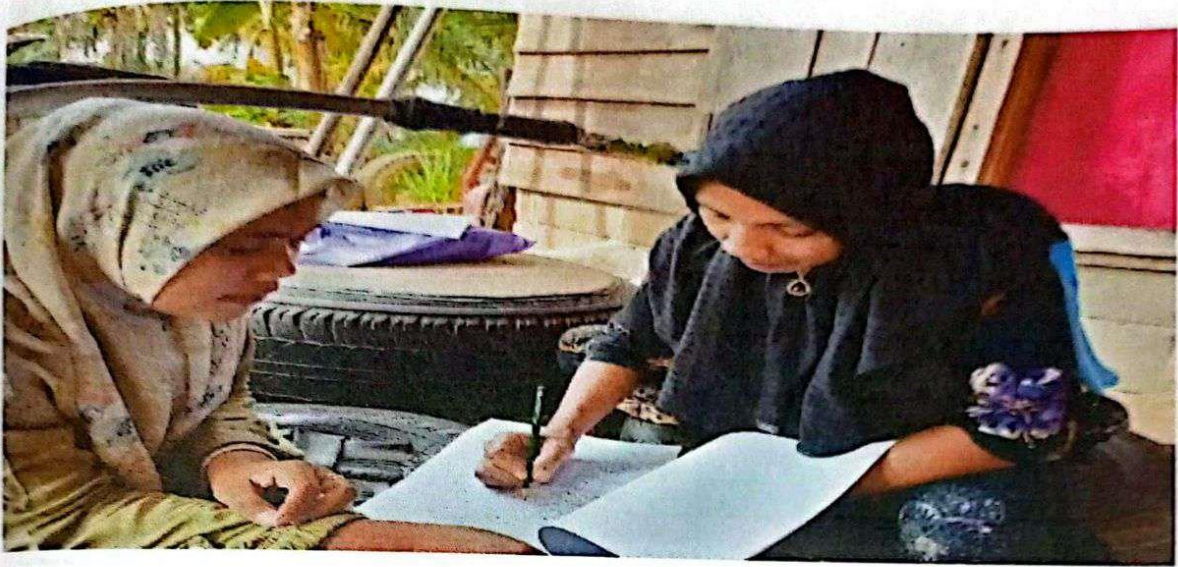


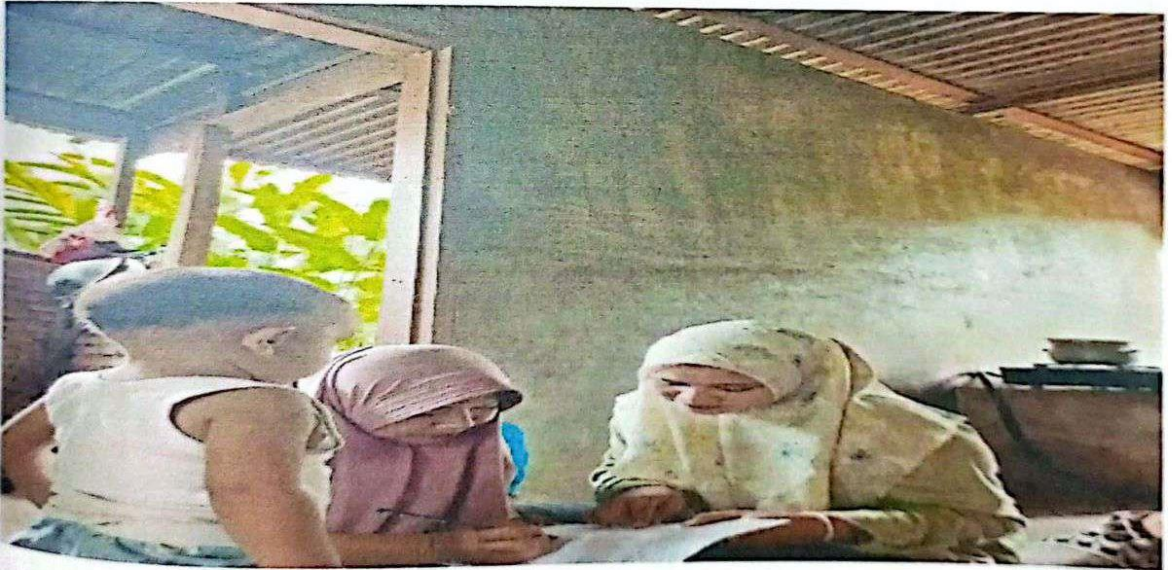
Dokumentasi Bersama Pimpinan dan Karyawan Air Minum Isi Ulang Nisa Oxi

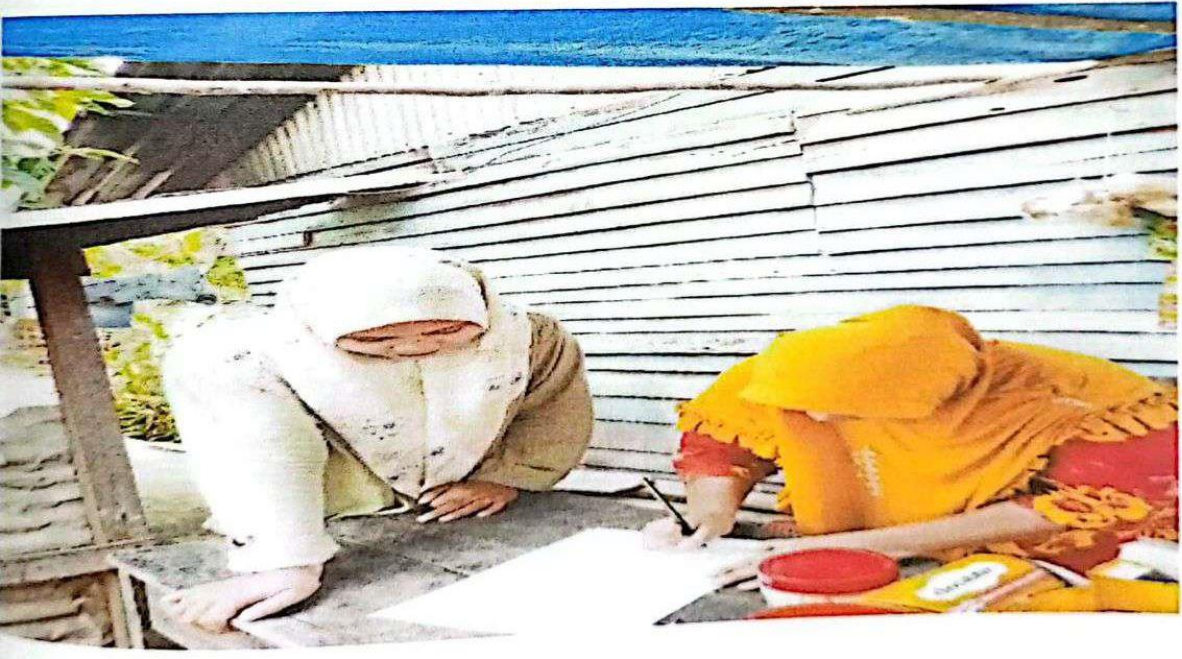
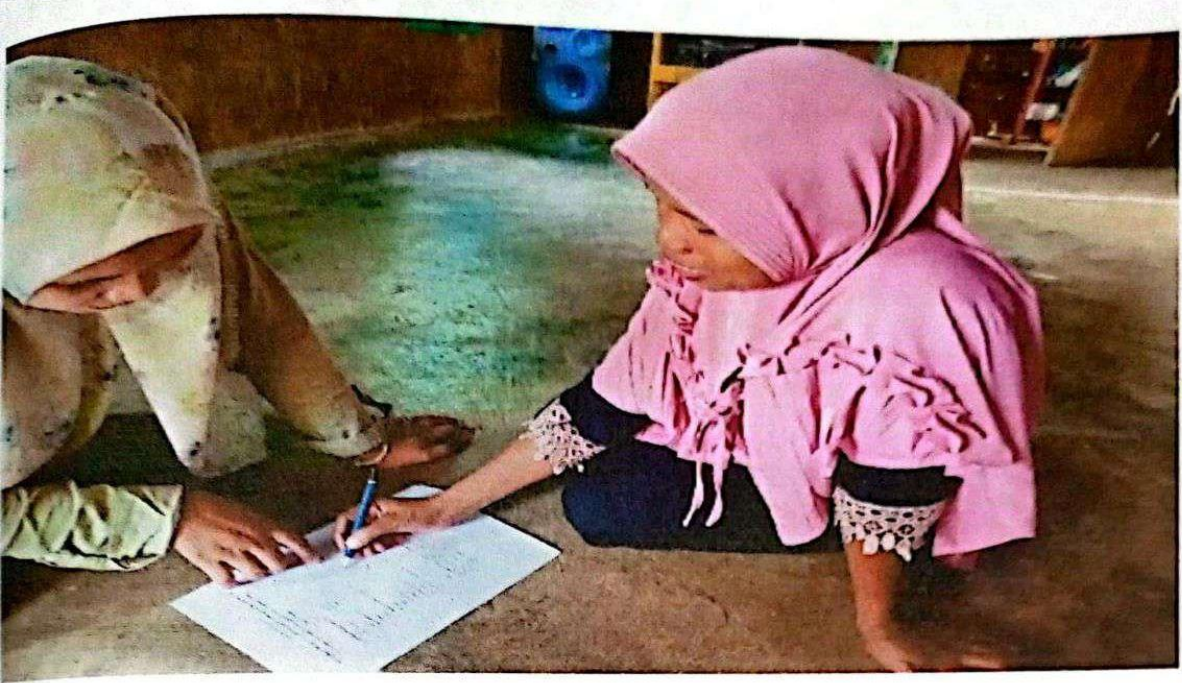




Dokumentasi Bersama Responden

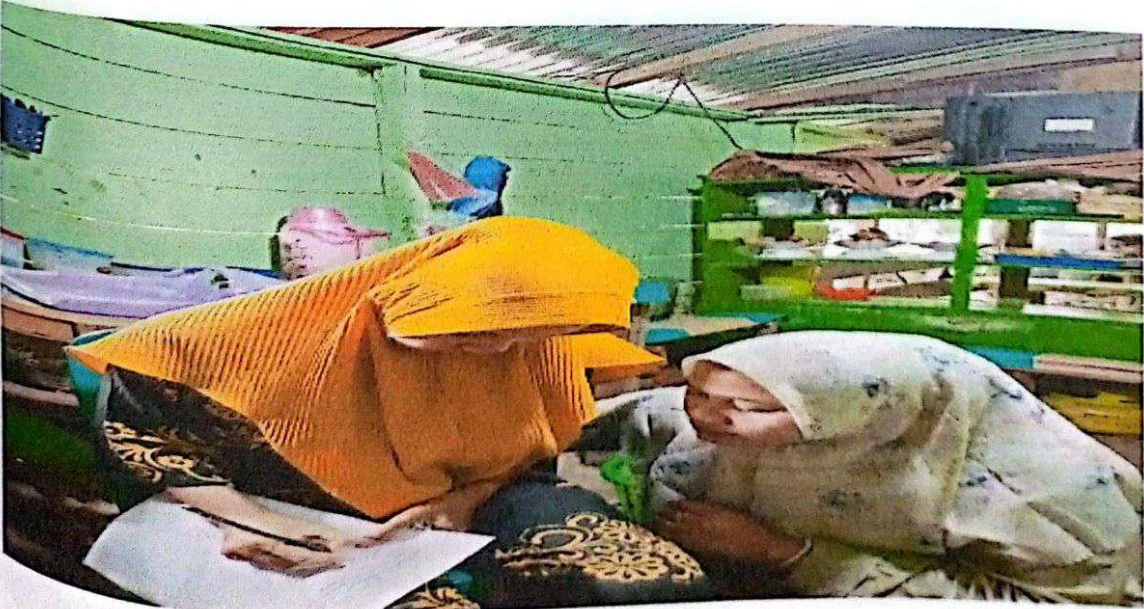
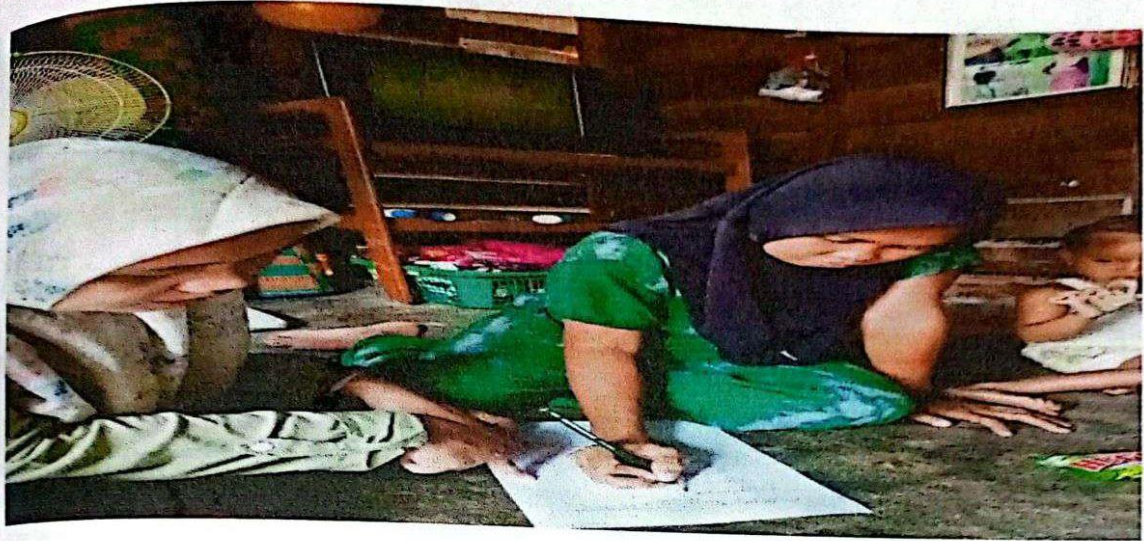






Dokumentasi Bersama Responden





Titik Persentase Distribusi t (df = 1 – 40)

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Catatan: Probabilita yang lebih kecil yang ditunjukkan pada judul tiap kolom adalah luas daerah dalam satu ujung, sedangkan probabilitas yang lebih besar adalah luas daerah dalam kedua ujung

ORIGINALITY REPORT

31%
SIMILARITY INDEX

30%
INTERNET SOURCES

7%
PUBLICATIONS

8%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	24%
2	repo.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1%
3	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	1%
4	123dok.com Internet Source	1%
5	Submitted to Lambung Mangkurat University Student Paper	<1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
7	sites.google.com Internet Source	<1%
8	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
9	e-campus.iainbukittinggi.ac.id Internet Source	<1%