



**PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN, DAYA
TANGGAP, JAMINAN DAN EMPATI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Supeacheap Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

NURUL HIDAYAH
NIM. 2013116327

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN, DAYA
TANGGAP, JAMINAN DAN EMPATI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Supeacheap Pekalongan)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

NURUL HIDAYAH
NIM. 2013116327

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **NURUL HIDAYAH**

NIM : **2013116327**

FAKULTAS : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Judul Skripsi : **Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap,**

**Jaminan dan Empati terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus Supeacheap Pekalongan)**

menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan pencabutan gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 10 September 2020

Yang Menyatakan



NURUL HIDAYAH
NIM. 2013116327





NOTA PEMBIMBING

Dr. Mansur Chadi Mursid, MM
Jl. Kambing Rt. 04 Rw. 02 Desa Trayeman
Kecamatan Slawi, Kabupaten Tegal

Lamp : 4 (Empat) Eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Nurul Hidayah

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di PEKALONGAN

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Nurul Hidayah
NIM : 2013116327
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan,
Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus
Supeacheap Pekalongan)

Dengan ini mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pekalongan, 3 November 2020

Pembimbing,

Dr. Mansur Chadi Mursid, MM
NIP.198205272011011005



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

Jl. Pahlawan No. 52 Rowolaku, Kajen Pekalongan Jawa Tengah 51161

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan Skripsi Saudara:

Nama : **NURUL HIDAYAH**
NIM : **2013116327**
Judul Skripsi : **PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN, DAYA
TANGGAP, JAMINAN DAN EMPATI TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS TOKO
SUPEACHEAP PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada Selasa, 17 November 2020 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

H. Ahmad Rosyid, S.E., M.Si, Akt
NIP. 197903312006041003

Penguji II

Dr. Hendri Hermawan a, S.E.I., M.SI
NIP. 198703112019081001



Pekalongan, 23 November 2020

Disahkan oleh Dekan,

Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-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 lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	ṣ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka danha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	zet (dengan titik di atas)



ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	’	koma terbalik (di atas)
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
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	ﺀ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal Panjang
ا̇ = a		ا̇ = ā



إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرأة جميلة ditulis *mar'atun jamīlah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *fātimah*

4. Syaddad (tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-barr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rojulu*

السيدة ditulis *as-sayyidinah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*



البدیع	ditulis	<i>al-badi'</i>
الجلال	ditulis	<i>al-jalāl</i>

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof (/').

Contoh:

أمرت	ditulis	<i>umirtu</i>
شيء	ditulis	<i>syai'un</i>



PERSEMBAHAN

- Persembahan yang tertinggi hanyalah kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya serta memberikan kemudahan dan kelancaran dalam setiap langkahku. Untuk orang-orang yang sangat berarti dalam hidupku, karya kecil ini penulis persembahkan kepada:
- Bapakku Tarkim dan Ibuku Muntariyah tercinta yang senantiasa mendukung, memberikan doa dan nasihat, semangat, cinta dan kasih sayang, serta kerja keras yang tak ternilai harganya.
- Adikku tercinta Veri Dwi Ardiansah semoga kesuksesan selalu menaungi kita semua.
- Segenap keluarga besar Bapak Maryono terima kasih atas doa dan dukungan yang kalian semua berikan kepadaku.
- Kepada Saudara-saudara saya Adellia Jesika, Fina Agustin dan Risda Arofatiyani yang menghibur saya ketika penat dalam menyusun skripsi.
- Kepada sahabat-sahabatku yang sudah seperti keluarga bagiku, Ulma Ariskiyani, Umami Hani, Rofiatul Amaliyah, Laila Rahmawati, Nuraini Hana Rifa'i terima kasih telah menemaniku perjalanan kuliah dari semester awal hingga jatuh bangun capek bersama melewati likunya skripsi
- Kepada support system saya Ahmad Syaifudin terima kasih telah memberikan saran dan mendukung serta berjuang bersama.
- Kepada Edo Setiawan yang memberikan saran untuk saya dalam penyusunan skripsi
- Kepada sahabat-sahabatku yang selalu ada untukku dalam penatnya menyusun skripsi ini Rina Rifatul Haviah, Dewi Safitri, Amaliya Zahrotunnisa, Aminudin, Nanik, Fahmi, Adil Huda, Sasi
- Kepada teman-teman Ekosy I angkatan 2016 yang selalu memberikan dukungan.
- Almamater tercinta IAIN Pekalongan



MOTTO

“Proses sama pentingnya dibanding hasil. Hasilnya nihil tak apa, yang penting sebuah proses telah dicanangkan dan dilaksanakan.”

(Sujiwo_Tejo)

“Amalan yang dicintai Allah adalah sholat pada waktunya, berbakti kepada kedua orang tua, dan jihad di jalan Allah”

(HR. Bukhari dan Muslim)



ABSTRAK

Dengan terdapatnya kemajuan serta pergantian tersebut secara tidak langsung menuntut kita buat bisa mengimbangnya dalam kehidupan tiap hari. Pengaruh dari pertumbuhan era ialah banyak sekali bermunculan produk benda serta jasa yang menawarkan bermacam kelebihan serta keunikan dari tiap- tiap produk serta jasa tersebut. Apple merupakan salah satu perusahaan yang telah berhasil menciptakan *brand image* yang sangat kuat pada pemikiran pelanggan. Hal ini terbukti dari tingginya pertumbuhan penjualan Iphone. Begitu besarnya peminat produk *smartphone* yang diciptakan oleh perusahaan Apple bahkan sebelum produk tersebut diluncurkan. Kualitas pelayanan merupakan tingkatan keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkatan keunggulan tersebut buat penuh kemauan pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian penjelasan (explanatory research). Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan Supeacheap Pekalongan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sample dalam penelitian ini sebanyak 100 responden konsumen Supeacheap Pekalongan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik Nonprobability Sampling, dengan menggunakan metode accidental sampling.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel yang lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 68,6 % dan variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Supeacheap Pekalongan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yang meliputi dimensi bukti fisik (X1), dimensi kehandalan (X2), dimensi daya tanggap (X3), dimensi jaminan (X4) dan dimensi empati (X5), sedangkan sisanya sebesar 31,4% dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Dimensi Bukti Fisik, Dimensi Kehandalan, Dimensi Daya Tanggap, Dimensi Jaminan, Dimensi Empati, dan Kepuasan Pelanggan.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji bagi pencipta alam semesta raya, Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta nikmat-Nya kepada penyusun, sehinggadapat menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi yang berjudul *pengaruh dimensi bukti fisik, dimensi kehandalan, dimensi daya tanggap, dimensi jaminan dan dimensi empati terhadap kepuasan konsumen* untuk memperoleh gelar sarjana strata satu di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.

Shalawat dan salam rindu teruntuk baginda Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah pada umatnya dan berjuang demi tegaknya agama Allah sehingga mampu mengajak umat manusia beranjak dari kebodohan menuju umat yang berakhlak mulia.

Penyusun sadar dengan sepenuhnya bahwa selesainya skripsi ini tidaklepas dari asuhan rasa berbagai pihak, untuk itu kami haturkan banyak terimakasih yang mendalam kepada:

1. Bapak Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Rektor IAIN pekalongan.
2. Ibu Dr. Shinta Dewi Rismawati, S.H.,M.H selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan.
4. Bapak Dr. Mansur Chadi Mursid, MM selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan ikhlas telah mencurahkan waktu dan perhatiannya untuk membimbing dan mengarahkan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Toko Supeacheap Pekalongan yang telah memberikan izin penelitian.
6. Seluruh dewan pengajar Ekonomi Syari'ah IAIN Pekalongan, tak terkecuali yang telah ikhlas memberi berbagai mutiara ilmu, khususnya dalam bidang ilmu Ekonomi Islam yang tak ternilai harganya. Semoga ilmu ini akan terus bermanfaat kelak.
7. Bapak Tarkim dan Ibu Muntariyah, untuk setiap lidah yang tergerak dalam setiap doa dan sujudmu, untuk setiap pori-pori yang terlinang keringatmu, untuk tangan





dan hati yang selalu lembut membelai dan menasehati. Tak ada yang pantas ku berikan untukmu, hanya segenap doa dan usaha selalu agar hadirku didunia ini berarti dan bermanfaat untukmu.

8. Semua teman-teman Ekonomi syariah yang setia menemani langkah kaki ini untuk menimba ilmu di kampus IAIN Pekalongan, terutama untuk kelas Ekos I tanpa terkecuali.

Hanya kepada Allah penyusun bersimpuh dan berdoa semoga kehendak-Nya senantiasa membawa mereka atas kebahagiaan yang hakiki. Amin.

Akhirnya, penyusun menyadari sepenuhnya bahwa karya ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saran dan kritik yang membangun sangat penyusun harapkan dan kepada Allah lah penyusun memohon ampunan dan petunjuk dari segala kesalahan. Selebihnya hanya harapan dan do'a agar karya kecil ini bermanfaat adanya.

Pekalongan, 10 November 2020

Penyusun

NURUL HIDAYAH
NIM. 2013116327

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
HALAMAN MOTO.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Penelitian	5
D. Tujuan Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7





BAB II KAJIAN TEORI	9
A. Landasan Teori	9
1. Pemasaran.....	9
2. Jasa	13
a. Pengertian Jasa	13
b. Karakteristik Jasa	16
c. Klasifikasi Jasa	21
3. Kualitas Pelayanan	22
a. Pengertian.....	22
b. Dimensi Kualitas jasa.....	24
4. Kepuasan Konsumen.....	27
a. Pengertian	27
b. Manfaat Program Kepuasan pelanggan.....	29
c. Elemen Program Kepuasan pelanggan.....	32
B. Tinjauan Pustaka	35
C. Kerangka Berpikir	45
D. Hipotesis Penelitian.....	46
BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	47
B. <i>Setting</i> Penelitian.....	47
C. Variabel Penelitian	48
D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel	51
E. Instrumen dan Teknik pengumpulan data	53



F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	57
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	65
A. Deskripsi Data.....	65
1. Jenis Kelamin.....	66
2. Pendidikan	67
3. Pekerjaan	68
B. Analisis Data.....	69
1. Uji Instrumen	69
a. Uji Validitas	69
b. Uji Reliabilitas	72
2. Analisis Uji Asumsi Klasik.....	73
a. Uji Normalitas.....	73
b. Uji Multikolinearitas	76
c. Uji Heteroskedestisitas.....	78
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	80
4. Analisis Uji Hipotesis	83
C. Pembahasan	89
BAB V PENUTUP.....	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	50
Tabel 4. 1 Reponden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	67
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas X1.....	70
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas X2.....	70
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas X3.....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas X4.....	71
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas X5.....	71
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Y.....	71
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.11 Hasil Uji One Sample Kolmogorov Smirnov Test.....	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas.....	77
Tabel 4.13 Hasil Uji Glejser.....	79
Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	80
Tabel 4.15 Hasil Uji T.....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji F.....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji R.....	88





DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Histogram	75
Gambar 4. 2 Normal Probability Plot	75
Gambar 4. 3 Uji Scatterplot	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Data Mentah Penelitian

Lampiran 3 Rumus dan Hasil Perhitungan Statistik

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian

Lampiran 6 Surat Balasan Penelitian

Lampiran 7 Dokumentasi

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era modern dikala ini kemajuan serta pergantian yang terjalin dalam perbisnisan didunia sudah sangat banyak. Ada pula pergantiannya terjalin diisyarati pemikiran warga dengan tumbuhnya kemajuan teknologi, serta *style* kehidupan yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Dari hal tersebut, menuntut kita untuk menyeimbangkan kehidupan setiap harinya. Pengaruhnya ialah munculnya berbagai produk benda serta jasa dengan berbagai macam proses penawaran bermacam keunggulannya serta keunikannya pada tiap-tiap barang serta jasa yang ditawarkan. Perihal tersebut, menjadikan pelanggan memiliki berbagai alternatif opsi untuk memakai produk benda serta jasa yang produsen tawarkan.¹

Peluang bisnis yang semakin besar menimbulkan sebuah persaingan yang begitu ketat. Hal ini memicu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanannya. Meningkatkan persaingan menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk membuat strategi pemasaran yang lebih baik. Perusahaan harus lebih memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumennya. Perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi

¹ Albertus Ferry Rostya Adi, Yoestini, *ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi kasus pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*, *journal Diponegoro Business Review* Volume 1, Nomor 1, Tahun 2012, Semarang, hlm. 1-2

pelanggannya.² Segala aktivitas yang dicoba oleh industri pada kesimpulannya hendak ditujukan kepada konsumen menimpa kepuasannya. Kepuasan ialah tingkatan perasaan dimana seorang melaporkan hasil dari membandingkan kinerja yang diterimanya dengan yang diharapkan.³

Pemasaran dapat dikatakan baik bisa tampak dari terdapatnya silih tergantungnya antara pelanggan dan produsen, lagi pemasaran dapat dikatakan kurang baik nampak dari tidak terdapat tergantungnya dari konsumen dan produsen. Persaingan industri di zaman sekarang, baik di industri produk maupun pelayanan jasa bisa saling mengalahkan bagi perusahaan yang tidak konsisten dan tidak waspada. Pentingnya suatu *tangibel* pada suatu perusahaan jasa sangat mempengaruhi kualitas pelayanan yang akan diterima oleh konsumen dan begitupula akan mempengaruhi rasa puas atau tidaknya konsumen. Begitu juga dengan *reliability*, suatu kehandalan dalam melayani pelanggan sangatlah penting untuk meningkatkan suatu kualitas pelayanan yang akan berpengaruh pada kepuasan konsumen. Suatu kepuasan konsumen dapat tercipta dari adanya suatu sikap yang tanggap atau *Responsiveness*. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh adanya suatu jaminan dari pelayanan maupun barang yang dijualnya. Suatu perusahaan yang memiliki jaminan pada produk dan jasanya lebih membuat pelanggan merasa puas dibanding dengan perusahaan yang tidak mempunyai jaminan pada produk dan jasanya. Begitu juga dengan empati, sebuah perusahaan harus juga memperhatikan empati

² Mira Isnaini, “*Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Galeri Indosat Solo*”, Univ. Muhammadiyah Surakarta, hlm.1-2

³ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Komputer Edisi 3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2018), hlm. 246



terhadap pelanggannya. Empati tersebut bisa dilihat dari perhatian yang diciptakan khusus kepada konsumennya pada saat melakukan pelayanan. Dengan perhatian khusus tersebut suatu konsumen akan merasa sangat diperhatikan dan tidak diacuhkan, hal tersebut dapat menciptakan adanya rasa kepuasan yang timbul dari konsumennya.⁴

Jaman sekarang sudah modern, perusahaan yang dapat mengikuti zaman sudah pasti perusahaan tersebut mampu mengatasi segala hal yang terkait dengan cara mempertahankan pelanggan khususnya pelanggan perusahaan tersebut. Apple adalah suatu perusahaan dengan *brand image* sangat tinggi pada pemikiran konsumen. Perihal tersebut terwujud dengan naiknya produk Iphone yang dijual. Banyaknya penggemar *product smartphone* yang diluncurkan oleh perusahaan Apple sebelum dari produk tersebut diedarkan.⁵ Produk iphone merupakan salah satu produk yang diminati masyarakat di Indonesia, terutama di daerah Pekalongan.

Toko Supeacheap merupakan toko yang menjual berbagai aksesoris dan Handphone Iphone, tidak hanya itu saja Supeacheap juga melayani service dan keluhan pelanggan mengenai Iphone. Toko Supeacheap didirikan pada tahun 2015 oleh Fatyatus Sa'adah. Diawali dengan toko pertama yang beralamat di landungsari Pekalongan pada tahun 2015, dan berlanjut membangun toko di daerah Buaran Pekalongan tahun 2017, dan membuka cabang baru di

⁴ Bagus Handoko, *Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan*, Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis Vol. 18 No. 1, 2017, ISSN:1693-7619 (print), ISSN:2580-4170(online), Medan, hlm. 62

⁵ Marheni Eka S, *Pengaruh Brand Image Terhadap kesetiaan Pengguna Smartphone iphone*, Jurnal Sositotnologi, Vol.12, No.3 Desember 2014, hlm.184



CitraLand Tegal. Dari awal didirikannya supeacheap menjaga keamanahn serta keprofessionalan dalam pelayanan dan mendahulukan kebutuhan pelanggannya juga mempererat kekeluargaan antara pekerja dan mitra usaha.

Menurut Tjiptono, layanan yang berkualitas yaitu tingkatan kelebihan yang diinginkan serta terkendalikannya pada tingkatan kelebihan itu sendiri buat penuh kemauan konsumen.⁶ Menurut Parasuraman, pelayanan yang berkualitas dapat diukur dengan lima dimensi antara lain *Reliability*, *Responsivness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible*.⁷ Pelayanan yang berkualitas hendak menjadikan pelanggannya merasakan kepuasan serta bisa membuat konsumen mengenakan secara kesekian jasa atau berulang-ulang yang diberikan. Kualitas jasa wajib diawali muali dengan kebutuhan konsumennya serta anggapan pelanggan untuk proses akhirnya.⁸

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH BUKTI FISIK, KEANDALAN, DAYA TANGGAP, JAMINAN, dan EMPATI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SUPEACHEAP PEKALONGAN**”.

⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta : Andi Offset, 2006), hlm. 59

⁷ Parasuraman, Zeithaml and Berry, "SERVQUAL. 1988: *A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality*," *Journal of Retailing*, Spring 1988, hal.23

⁸ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Bayumedia Publishing, 2004), hlm. 346





B. Rumusan Masalah

1. Apakah bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?
2. Apakah keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?
3. Apakah daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?
4. Apakah jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?
5. Apakah empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?
6. Apakah fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan?

C. Batasan masalah

1. Dalam penelitian ini kepuasan konsumen merupakan media untuk melihat apakah dipengaruhi oleh variabel dimensi kualitas pelayanan (fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati)
2. Di dalam penelitian ini dilakukan terbatas pada konsumen Supeacheap Pekalongan yang merupakan salah satu penyedia jasa untuk masyarakat.



D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.
3. Untuk mengetahui pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.
4. Untuk mengetahui pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.
5. Untuk mengetahui pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.
6. Untuk mengetahui pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Supeacheap Pekalongan.

E. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Di sisi lain, penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan tentang hal-hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan bagi pembaca.

2. Secara praktis

a. Bagi IAIN Pekalongan

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi salah satu sumber informasi mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Supeacheap Pekalongan.

b. Bagi penulis

Diharapkan dapat menambah pengalaman dan wawasan tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Supeacheap Pekalongan.

c. Bagi konsumen

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi pengguna jasa pelayanan tentang Supeacheap Pekalongan.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan dan penyajian hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang landasan teori, tinjauan pustaka, hipotesis, dan kerangka berpikir.



BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, variabel penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, instrument penelitian dan teknik pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, penjelasan umum responden, hasil analisis data, serta pembahasan

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan agar membuktikan seberapa besar *independent variable* dimensi bukti fisik (X1), dimensi kehandalan (X2), dimensi daya tanggap (X3), dimensi jaminan (X4) dan dimensi empati (X5) terhadap *dependent variable* kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Dimensi Bukti Fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai regresi 0,287 sedangkan pada taraf signifikansi 5% menunjukkan nilai signifikan pada variabel dimensi bukti fisik yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi dimensi bukti fisik yang diciptakan oleh toko Supeacheap Pekalongan maka akan terciptanya suatu kepuasan konsumen yang tinggi pula.
2. Dimensi Keandalan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan ditunjukkan dengan nilai regresi -0,25, sedangkan pada taraf signifikansi 5% menunjukkan nilai signifikan pada dimensi keandalan yaitu sebesar $0,771 > 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin rendahnya dimensi kehandalan yang diciptakan toko Supeacheap Pekalongan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang berkurang.



3. Dimensi Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan ditunjukkan dengan nilai regresi 0,292 sedangkan pada taraf signifikansi 5% menunjukkan nilai signifikan pada variabel dimensi daya tanggap yaitu sebesar $0,010 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi daya tanggap yang diciptakan karyawan kepada konsumen akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menjadi tinggi pula.
4. Dimensi Jaminan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan dengan nilai regresi 0,140 sedangkan pada taraf signifikansi 5% menunjukkan nilai signifikan pada variabel dimensi jaminan yaitu sebesar $0,230 > 0,05$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya jaminan yang diberikan terhadap pelanggan maka akan mempengaruhi tingginya kepuasan pelanggan pula.
5. Dimensi Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan ditunjukkan dengan nilai regresi 0,555 sedangkan pada taraf signifikansi 5% menunjukkan nilai signifikan pada variabel dimensi empati yaitu sebesar $0,000 < 0,05$. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin tingginya empati yang diciptakan karyawan terhadap konsumen dapat mempengaruhi tingginya kepuasan pelanggan.
6. Dimensi Bukti Fisik, Dimensi Keandalan, Dimensi Daya Tanggap, Dimensi Jaminan dan Dimensi Empati secara simultan berpengaruh positif

dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Supeacheap Pekalongan. Berdasarkan Uji F menghasilkan nilai F_{hitung} sebesar 41,12 dengan nilai signifikansi sebesar 0,00. Df (*degree of freedom*) pada signifikansi 5% adalah 5 dan 94, sehingga nilai F_{tabel} sebesar 2,31 sehingga nilai F_{hitung} ($41,123 > F_{tabel} (2,31)$) dan nilai signifikansinya sebesar $0,00 < 0,050$.

7. Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh dari suatu variabel dengan variabel yang lainnya cukup tinggi, karena variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 68,6 % dan variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen Supeacheap Pekalongan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan yang meliputi dimensi bukti fisik (X1), dimensi kehandalan (X2), dimensi daya tanggap (X3), dimensi jaminan (X4) dan dimensi empati (X5), melainkan sisanya 31,4% dijelaskan faktor lain di luar model yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan tersebut, maka selanjutnya peneliti menjelaskan beberapa saran yang sekiranya memberikan manfaat kepada beberapa pihakberkaitan dengan penelitian tersebut. Adapun sarannya yang dapat diarturkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini memberikan saran kepada Supeacheap Pekalongan agar lebih memperhatikan dimensi kehandalan karena kurangnya kehandalan



karyawan dalam melayani konsumen dapat mengakibatkan turunya kepuasan konsumen.

2. Peneliti juga menyarankan agar Toko Supeacheap Pekalongan lebih meningkatkan dimensi Jaminan dalam bentuk barang atau produk yang dijual ataupun jasa dalam pelayanannya.
3. Peneliti juga menyarankan agar Toko Supeacheap Pekalongan untuk memperhatikan dimensi bukti fisik yang meliputi gedung, tempat yang strategis, ataupun tempat parkir yang dibutuhkan konsumennya.
4. Peneliti juga menyarankan agar toko Speacheap Pekalongan untuk memperhatikan juga Dimensi empati yang diciptakan oleh karyawan kepada konsumennya.
5. Penelitian yang peneliti lakukan tidak terlepas dari kekurangan. Sehingga diharapkan peneliti yang melanjutkan nantinya agar mengembangkan instrumen observasi yang lebih baik dan memperluas objek observasi. Peneliti lain dapat menambah variabel lain sehingga diperoleh variasi yang lebih lengkap yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Peneliti selanjutnya agar memakai cara tambahan seperti wawancara secara langsung kepada responden supaya responden dapat memberikan jawaban dengan sungguh-sungguh dan keseriusan.
6. Untuk pihak akademiik, diharapkan observasi ini agar dilanjutkan dan dikembangkan oleh peneliti lainnya dengan variabel lain, objek yang berbeda dan sudut pandang yang lebih luas serta pengembangan lainnya agar dapat menambah wawasan atau referensi dibidang ekonomi islam.





DAFTAR PUSTAKA

- Adi Albertus Ferry Rostya, Yoestini. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada Waroeng Spesial Sambal Cabang Lampersari Semarang)*. Semarang : *Journal Diponegoro Business Review*, Vol.1, No. 1
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT RINEKA CIPTA.
- Asnawi Nur, Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN MALIKI PRESS.
- Asnawi Said Kelana dan Wijaya Chandra. 2005. *Riset Keuangan Pengujian-Pengujian Empiris*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 Cetakan Ke-5*. Semarang: BP UNDIP.
- Handoko Bagus. 2017. *Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Titipan Kilat JNE Medan*. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis* Vol. 18, No.1.
- Indriyantoro, Nur. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Kuncoro Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi Rambat. 2018. *Manajemen Pemasaran Jasa : Berbasis Komputer Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marfuatun Mira Isnaini. 2017. *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Galeri Indosat Solo*. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Martono Nanang. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Meiliani Saffira Dwi. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal e-proceeding of applied science*. Vol. 4, No. 3.
- Morrisan. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana
- Noor Juliansyah. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nugroho Arif, Ita Teguh. 2013. *Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PT. Jalur Nugraha Ekakurir (JNE) Cirebon*. Cirebon: Universitas Swadya Gunung Jati.
- Nusa Andhika Pandhu. 2017. *Skripsi "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di JNE Cabang Greenland"*. Politeknik Negeri Batam



- Panjaitan Januar Efendi, Yuliati Ai Lili. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*. DeReMa Jurnal Manajemen Vol. 11, No. 2.
- Parasuraman, Zeithaml and Berry. 1988. *Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Customer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing.
- Priyatno Dwi. 2014. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: ANDI.
- Saebeni Beni Ahmad, Nurjaman Kadar. 2013. *Manajemen Penelitian*. Bandung: CV PUSTAKA SETIA.
- Siregar Syofian. 2013. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian Cetakan Ke-4*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis Cet Ke-18*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi. 2012. *Metode Penelitian: Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tjiptono Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.
- Yazid. 2001. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.
- Yusuf Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PEKALONGAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : NURUL HIDAYAH
NIM : 2013116327
Jurusan/Prodi : EKONOMI SYARIAH/FEBI
E-mail address : hidnurul27@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

**PENGARUH BUKTI FISIK, KEHANDALAN, DAYA TANGGAP, JAMINAN DAN
EMPATI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS TOKO
SUPEACHEAP PEKALONGAN)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 30 November 2020



NURUL HIDAYAH
NIM. 2013116327

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk
(Flashdisk dikembalikan)