

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ISLAMI DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN

Fahrur Rosi<sup>1</sup>

H. Masyuri<sup>2</sup>

UIN Maulana Malik Ibrahim Malang<sup>12</sup>

Email: [Rosif7133@gmail.com](mailto:Rosif7133@gmail.com)<sup>1</sup>

---

### ABSTRACT

---

**Keywords:**

*Islamic Service Quality,  
Customer Satisfaction*

*Islamic services have a significant impact in increasing customer satisfaction. The aim of this research is to determine the effect of Islamic service quality on customer satisfaction. The research method uses descriptive quantitative, the research results show that Islamic service quality has a positive and significant influence on customer satisfaction.*

---

### ABSTRAK

---

**Kata Kunci:**

Kualitas Pelayanan  
Islami, Kepuasan  
Pelanggan

Pelayanan islami mempunyai dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan pelanggan. Metode penelitian menggunakan kuantitatif deskriptif, hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

---

## PENDAHULUAN

Di era globalisasi yang semakin berkembang, para pemimpin pemerintahan mempunyai kesempatan untuk terus berpartisipasi dalam mendorong perubahan dari masyarakat tradisional menuju masyarakat maju dan modern, memberikan pelayanan yang lebih baik kepada masyarakat. Kualitas, menurut Supranto, adalah ketika suatu produk memenuhi kebutuhan penggunanya. Menurut (Nurdin, 2019) Kebutuhan manusia bersifat dinamis, artinya kondisi seperti produk, layanan, manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melampaui harapan. Kualitas pelayanan merupakan upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian pelayanan sesuai dengan harapan konsumen.

Dalam memenuhi kebutuhan konsumen, kualitas pelayanan merupakan evaluasi yang diterima setiap konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang dipilih dan dapat menjadi faktor yang menguntungkan. Kualitas pelayanan merupakan upaya untuk menciptakan kenyamanan bagi pelanggan sehingga mereka merasa menerima nilai lebih dari yang

diharapkan. Menurut (Sholeha, Djaja, & Widodo, 2018) Pelanggan merupakan salah satu faktor yang penting, semakin dekat kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan maka akan semakin besar harapan yang ditimbulkannya dan sebaliknya. Ada lima aspek penting yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan, yaitu: Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rqdog, Rqr, & Sembiring, 2014) Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan; Variabel kepuasan pelanggan mempunyai pengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan; Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Perdana & Fahrullah, 2020) kualitas pelayanan islami berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan islami menyumbang 21,4 persen dari variabel kepuasan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh (Aditia, Komara, Roslina, & Jatmika, 2021) Kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan dan harga, menurut uji parsial (uji t). Sedangkan (Sitinjau, Jushermi, & Noviasari, 2015) Atribut produk syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank BNI Syariah Pekanbaru; Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank BNI Syariah Pekanbaru; Atribut produk syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan PT. Bank BNI Syariah Pekanbaru; dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank BNI Syariah.

Dari sudut pandang ekonomi Islam interaksi antarmanusia menjadi lebih penting, dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dalam hal penyampaian layanan yang cepat, efisien, dan konsisten tanpa membedakan pelanggan. Dari berbagai hasil penelitian terdahulu yang telah dipaparkan menunjukkan Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu peneliti lebih berfokus pada pelayanan yang islami. Tujuan dari penelitian ini mengarah pada pengaruh sistem pelayanan dalam ekonomi Islam untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut (Fandy, 2011) Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya untuk

memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta kemampuan untuk menyeimbangkan harapan pelanggan. Kualitas dapat diukur dengan mengukur bagaimana pelanggan mempersepsikan layanan yang mereka terima atau puas dengan layanan yang sebenarnya mereka harapkan menyangkut kualitas layanan suatu perusahaan. Menurut (Kotler & Keller, 2009) dalam pelayanan bahwa semakin tinggi tingkat pelayanan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga lebih tinggi dan sering kali biaya yang lebih rendah.

### **Kepuasan Pelanggan**

Menurut (Kotler, 1997) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan antara kinerja suatu produk yang ia rasakan atau alami terhadap harapannya. Tjipjono mendefinisikan kepuasan konsumen adalah evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Menurut (Hasan, 2010), kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan dan persepsi dari suatu produk. Kepuasan konsumen dalam ekonomi syariah tidak hanya kinerja produk sesuai dengan harapan secara material, tetapi juga kinerja produk dengan harapan secara spiritual. Misalnya: untuk masyarakat muslim, harapan menggunakan produk halal. Jika produk itu bersifat haram, mereka tidak akan menggunakannya dan cenderung menghindari.

### **Kualitas Pelayanan dalam Islam**

Pelayanan dalam Islam adalah suatu hal yang harus dilakukan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut (muhammad, 2013) Pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan barang atau jasa harus lebih terarah dan mempunyai pedoman serta prinsip-prinsip yang di ajarkan dalam agama islam. Dimana agama islam menekankan pada suatu pelayanan yang sesuai ajaran islam dengan harapan konsumen merasakan kepuasan yang maksimal. Adapun konsep pelayanan dalam islam menurut (Fadla, 2016), yaitu prinsip tolong (*ta'awun*), prinsip memberi kemudahan (*at-taysir*), prinsip persamaan (*musawah*), prinsip saling mencintai (*mahabbah*), prinsip lemah lembut (*al-layin*), prinsip kekeluargaan (*ukhuwah*).

## **METODE PENELITIAN**

Metode Penelitian menggunakan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui sehingga teknik penarikan sampelnya adalah *purposive sampling*, pertimbangan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah karyawan dan pelanggan Homastas. Sebanyak 30 responden dipilih sebagai sampel dalam penelitian ini.

Alasan pemilihan jumlah sampel ini merujuk pada pandangan Sugiyono yang menyarankan bahwa jika jumlah subjek kurang dari 100, disarankan untuk mengambil seluruhnya sebagai penelitian populasi. Namun, apabila populasi besar, dapat diambil sekitar 10-15%, 20-25%, atau lebih sebagai representasi sampel, jika jumlah subjek tidak dapat ditentukan maka disarankan untuk mengambil sampel sebagai perwakilan minimal 30 sampel (Sugiyono, 2007).

Variabel bebas penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan Islami (X) sedangkan variabel terikatnya adalah Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket atau kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan *software* yang digunakan untuk pengolahan data adalah SPSS 16.0.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik 30 responden dalam penelitian ini dilihat dari tabel 1 diketahui bahwa responden terdiri dari laki-laki dan perempuan dengan jumlah laki-laki sebanyak 20 dan perempuan sebanyak 10 dengan demikian responden lebih didominasi oleh laki-laki. Responden dalam penelitian ini memiliki mayoritas pendidikan terakhir, yaitu S1 sebanyak 12, tingkat S2 sebanyak 8 dan SMA sejumlah 10.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Jumlah
Jenis Kelamin	Laki-laki	20
	Perempuan	10
Pendidikan Terakhir	SMA	10
	S1	12
	S2	8

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Adapun hasil validitas terdapat pada tabel berikut:

Tabel 2 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Kualitas	X	0,741	0,34	<i>Valid</i>
Pelayanan Islami	X	0,765	0,34	<i>Valid</i>
(X)	X	0,871	0,34	<i>Valid</i>

Variabel	Item	rhitung	rtabel	Keterangan
Kepuasan (Y)	X	0,767	0,34	Valid
	Y	0,807	0,34	Valid
	Y	0,831	0,34	Valid
	Y	0,718	0,34	Valid
	Y	0,651	0,34	Valid

Sumber: Output SPSS Versi 16.0

Berdasarkan table 2, dapat disimpulkan bahwa semua nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel, dengan hal ini dapat diindikasikan bahwa semua item pertanyaan dalam kuesioner ini dianggap valid dan dapat digunakan secara efektif untuk mengukur variabel penelitian.

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan penentuan kriteria sebagaimana berikut:

- Jika Cronbach's Alpha > r tabel berarti *Reliable*
- Jika Cronbach's Alpha  $\leq$  r tabel berarti tidak *Reliable*

Adapun hasil reliabilitas terdapat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3 Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualiatas Pelayanan Islami (X)	0,761	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,821	Reliable

Sumber: Output SPSS Versi 16.0

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas pelayanan Islami adalah 0,761, variabel kepuasan pelanggan adalah 0,821, yang mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan dapat dianggap dinyatakan *Reliable*.

### Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan tujuan untuk memahami pengaruh dari variabel independent kualitas pelayanan (X) terhadap variabel dependen kepuasan pelanggan (Y). Hasil analisis regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefesients	t	signifikan
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12.998	3.505	.748	3.705	.001
Kualitas pelayanan Islami	2.929	.453		6.472	.000

Sumber: Ouput SPSS Versin 16.0

Diketahui nilai constant (a) sebesar 12.998, sedangkan nilai regresi (bX) sebesar 2.929, sehingga persamaan regresinya dapat di tulis:

$$Y = a+bX$$

$$Y = 12.998+2.929$$

Konstan sebesar 12.998 mengandung arti bahwa nilai konsistensi variabel kepuasan pelanggan sebesar 12.998. dan koefisien kualitas pelayanan Islami sebesar 2.929. artinya setiap pertambahan 1% nilai X, maka nilai Y akan bertambah sebesar 2.929. koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan nilai pengaruh antara variabel X dan Y adalah positif.

### Hasil Koefisien Determinasi

Tabel 5 Koefisien Determinasi

Model	Nilai R	Nilai R square
1	0,748	0,559

Dari nilai diatas besarnya nilai korelasi / hubungan (R) yaitu sebesar 0,748. Dari output tersebut diperoleh koefisien diterminasi (*R square*) sebesar 0,559. Yang memberikan pengertian bahwa variabel bebas (kualitas pelayanan Islami berpengaruh terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) adalah sebesar 55,9%. Sedangkan sisanya 44,1% (100-55,9%) yang dipengaruhi oleh variabel lain atau tidak termasuk dalam penelitian ini.

### PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa, kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,559 atau 55,90% menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan Islami mempunyai kemampuan dalam menjelaskan pada kepuasan pelanggan, sedangkan 44,10% sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Badr, A. M. bin H. A. A. Al. (2014). *Rifqon Ablissunnah bi Ablissunnah Menyikapi Fenomena Tabdzir dan Hajr*.
- Fadla, A. (2016). Pelayanan Pada PT. Pos Indonesia Pekanbaru Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Fandy, T. (2011). Pemasaran jasa. *Malang: Bayumedia*.
- Hasan, S. E. A. (2010). *Marketing bank syariah: cara jitu meningkatkan pertumbuhan pasar bank syariah*. Ghalia Indonesia.
- Katsir, I. (2012). *Muassasah Qurthubah Tafsir Al-A'zhim*.
- Khatimah, H. (2011). *penerapan syariah islam*.
- Kotler, P. (1997). Manajemen pemasaran: analisis, perencanaan, implementasi, dan kontrol. *Jakarta: Prenhallindo*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran. edisi.
- muhammad. (2013). *Pengantar akuntansi syariah*.
- Nurdin, I. (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku aparatur dan komunikasi birokrasi dalam pelayanan publik). *Media Sahabat Cendekia*.
- Perdana, R. W., & Fahrullah, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin Kcp Gresik. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 3(3), 188–187. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v3n3.p188-187>
- Qutub, S. (1992). *Tafsir Fi Zilalil Qura'n*.
- Rahman, T. K. (2010). Tafsir Al-Qurthubi. *Bandung: Dar Ibni Hazm*.
- Rqdog, S., Rqr, V. D. U., & Sembiring, I. J. (2014). Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, 15(1), 1–10.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahas sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(1), 15–25.

- Sitinjak, R., Jushermi, & Noviasari, H. (2015). Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia Syariah (Bni Syariah) Pekanbaru. *JOMFekom*, 2(1), 1–15. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/125589-ID-analisis-dampak-pemekaran-daerah-ditinja.pdf>
- Soetari, E. (2013). *Ilmu Hadits Kajian Dirwayah dan Diriyah*.
- Sugiyono. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta Bandung.
- Sunan, Tirmidzi. (2014). *Kitabul Tafsir*.
- Utsman, M. (2016). *Ilmu Jiva dalam Al-Qur'an (Terj)*.