

bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya.³

Menurut Wyckof, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa adalah jasa yang diharapkan dan jasa yang dipersepsikan. Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan menyampaikannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe. Pertama, tingkat kinerja yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Kedua, tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Ketiga, tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.⁴

Para manager pemasaran mempunyai dua tanggung jawab dalam perusahaan yang berpusat pada kualitas. Pertama, mereka harus berpartisipasi dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang dirancang untuk membantu perusahaan unggul melalui kecemerlangan kualitas total. Kedua, mereka harus memberikan kualitas pemasaran sekaligus dengan kualitas produksi. Setiap kegiatan pemasaran riset pemasaran, pelatihan penjualan, periklanan,

³Kotler, Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, hal 66

⁴Fandy Jtiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publisng, Malang, hal. 331

pelayanan pelanggan, dan sebagainya harus dilaksanakan dengan standar yang tinggi.⁵

Salah satu cara utama mendefinisikan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa berkualitas lebih tinggi dari pesaing secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas jasa pelanggan sasaran. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampau, pembicaraan dari mulut ke mulut (WOM), dan iklan perusahaan jasa. Pelanggan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami berada dibawah jasa yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi pada penyedia.⁶

Lupoyadi, dikutip dari jurnal Novianti dan Artanti bahwa :

“Salah satu cara dalam menciptakan kepuasan pelanggan yaitu melalui peningkatan kualitas, karena pelanggan adalah fokus utama ketika kita mengungkapkan tentang kepuasan dan kualitas jasa”.⁷

Haji merupakan salah satu ibadah yang ada di dalam syari'ah islam. Dalam rukun islam menempati urutan yang kelima setelah syahadat, sholat, zakat, dan puasa. Penempatan urutan seperti itu bukan berarti haji tidak penting dari ibadah lainnya. Hal ini disebabkan haji merupakan ibadah yang sangat berat, karena membutuhkan waktu, tenaga, dan harta dalam jumlah

⁵Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, hal. 49

⁶ Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, hal.91

⁷Rifky Novianti dan Yessy Artanti, 2015, “pengaruh kualitas pelayanan terhadap Word of Mouth (WOM) melalui kepuasan sebagai variabel intervening”, *Jurnal Ilmu Manajemen*, vol.1, no.1, hal. 4

Kelompok bimbingan haji atau umrah (KBIH) merupakan salah satu sarana atau gambaran dasar, yaitu dengan cara mengikuti pelatihan atau bimbingan yang disediakan oleh bimbingan KBIH sehingga pada waktu melaksanakan ibadah haji atau umrah ditanah suci jama'ah tidak bingung. Hal ini sangat penting bagi para calon jama'ah haji agar mampu melaksanakan ibadah haji atau umrah dengan lancar dan sah sesuai dengan tuntutan syari'ah islam sehingga memperoleh haji yang mabrur.

Keunikan dari perusahaan jasa KBIH Al-Rahmah Mojokerto ini KBIH menyediakan dana talangan. Maksud dana talangan ini adalah calon jama'ah (kurang biaya tetapi segera ingin berangkat haji atau umrah) bisa berangkat untuk menunaikan ibadah haji atau umrah terlebih dahulu, untuk sementara dana ditalangi oleh perusahaan KBIH Al-Rahmah Mojokerto setelah itu biaya bisa diangsur setelah pulang dari tanah suci.

Peneliti tertarik untuk meneliti KBIH Al-Rahmah Mojokerto mengenai persepsi kualitas layanan haji atau umrah terhadap kepuasan konsumen, namun penelitian ini berbeda populasi dan tempat penelitian. Peneliti tertarik untuk melihat dan mengetahui bagaimana persepsi kualitas pelayanan dipandangan jama'ah haji atau umrah dan bagaimana kepuasan jama'ah terhadap kualitas layanan Perusahaan jasa KBIH Al-Rahmah Mojokerto.

Di KBIH Al-Rahmah Mojokerto tidak hanya menyediakan pelayanan haji dan umrah saja selain itu KBIH Al-Rahmah Mojokerto menyediakan toko busan muslim, peralatan sholat, perlengkapan haji atau umrah, dan oleh-oleh haji atau umrah. Perusahaan jasa KBIH Al-Rahmah Mojokerto memiliki motto

Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Jama’ah KBIH Al-Rahmah Mojokerto”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka pokok permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan *word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto?
2. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan *word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto?
3. Variabel manakah dari kualitas pelayanan dan *Word of Mouth (WOM)* yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan pokok permasalahan, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan *word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas pelayanan dan *word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto.
3. Untuk mengetahui Variabel manakah dari kualitas pelayanan dan *Word of Mouth* (WOM) yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto.

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi beberapa pihak antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memperkaya ilmu pengetahuan pada ilmu manajemen pemasaran dan ilmu statistik, khususnya manajemen dakwah jurusan kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

Peneliti ini dapat dimanfaatkan oleh manajemen KBIH Al-Rahmah Mojokerto untuk merancang strategi peningkatan kepuasan pelanggan ataupun tindakan dalam melakukan upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan petunjuk tentang bagaimana suatu variabel di ukur, sehingga peneliti dapat mengetahui baik buruknya pengukuran tersebut. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan dan *word Of Mouth* (WOM) terhadap kepuasan pelanggan KBIH Al-Rahmah Mojokerto.

1. Kualitas

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersurat maupun tersirat.⁹

2. Pelayanan

Definisi layanan menurut Tjiptono adalah segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, merespon, menyampaikan, dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.¹⁰

⁹Philip Kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Ikram Mandiriabadi, Jakarta, hal. 49

¹⁰Septiadi santoso, 2013, *pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya*, Jurnal & Ilmu Riset Manajemen Vol. 2 No. 6, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Wyckof, kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.¹¹

4. Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.¹²

5. Pelanggan

Pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang sesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan membayar produk atau jasa tersebut.¹³

6. Kepuasan Pelanggan

kepuasan pelanggan adalah evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau produk yang bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya.¹⁴ Menurut Kotler, kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan

¹¹Fandy Jtiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Malang, hal. 331

¹²Philip kotler, 1997, *Manajemen Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, hal. 66

¹³ Rambat Lupoyadi, 2001, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, salemba empa, Jakarta, hal. 143

¹⁴Fandy jtiptono, 2011, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Malang, hal. 433

seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.¹⁵

F. Sistematika Pembahasan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, dibagi menjadi sub bab, dimana antara sub bab merupakan satu kesatuan dan saling terkait. Adapun sistematika penulisan penelitian ini terdiri dari :

Bab I merupakan pendahuluan, bab ini memberikan gambaran umum mengenai dasar penelitian yang akan dilakukan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika pembahasan.

Bab II merupakan kajian teoritik, bab ini berisi mengenai tinjauan pustaka yang berisi perbandingan penelitian yang terdahulu, kerangka teori yang berisi mengenai teori-teori yang digunakan dalam penulisan penelitian serta teori dalam persepektif Islam, serta hipotesa penelitian.

Bab III metodologi penelitian, dalam bab ini metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode kuantitatif. Bab ini terdiri dari, pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi, sampel dan teknik sampling, variabel dan indikator penelitian, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik validitas instrument penelitian dan teknik analisa data.

¹⁵Fandy jtiptono, 2011 , *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publising, Malang, hal.434

Bab IV hasil penelitian, bab ini membahas tentang hasil penelitian yang telah didapatkan dan telah dianalisis oleh peneliti. Serta dalam bab ini terdapat gambaran umum mengenai objek yang diteliti, penyajian data, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian (analisa data).

Bab V penutup Bab, ini merupakan bab terakhir dalam penelitian ini. Bab ini merumuskan ulang dan menyimpulkan jawaban dari rumusan masalah. Selain itu ada kesimpulan, saran dan rekomendasi serta keterbatasan penelitian.

