BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah Singkat UD. Syirkah Aqiqah[69]

UD. Syirkah merupakan suatu usaha yang menawarkan jasa layanan aqiqah di Surabaya. UD. Syirkah adalah salah satu dari lembaga jasa layanan aqiqah di beberapa wilayah Surabaya dan Gresik. UD. Syirkah berusaha menjembatani kaum muslim mempermudah menjalankan sunnah nabi dengan memberikan layanan aqiqah yang mudah, amanah, dan sesuai syari'ah.

UD. Syirkah berdiri pada tahun 2006. UD. Syirkah didirikan oleh bapak Imam Winarko dan Wahyu Eka. Wahyu Eka adalah teman dari bapak Imam Winarko. Bapak Imam Winarko dan Wahyu Eka mendirikan UD. Syirkah atas kegalauan tidak dapat pekerjaan. Namun, pada tahun 2011, Bapak Wahyu Eka mengundurkan diri dan mengambil saham yang dimilikinya. UD. Syirkah pertama kali berdiri di Jl. Sidosermo IV gang VI nomer 12. Pada tahun 2010, UD. Syirkah aqiqah berpindah tempat ke Jl. Sidosermo IV gang III nomer 29 Surabaya. Berpindahnya UD. Syirkah ke gang III, karena letak UD. Syirkah di gang III letaknya tidak strategis.

[69] Wawancara dengan direktur UD. Syirkah aqiqah Surabaya, 27 Juli 2016.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Syirkah artinya persekutuan. Usaha ini diberi nama Syirkah karena didirikan bersama-sama bukan pribadi. Promosi awal yang dilakukan oleh Bapak Imam Winarko dan Wahyu Eka yaitu dengan beberapa cara unik : memasang spanduk, membagi brosur, dan terakhir *door to door* ke rumah bidan dan rumah yang terdapat lampu ari-ari di luar rumahnya. Menurut peneliti, cara terakhir yang dilakukan oleh UD. Syirkah sangat unik dengan memilih rumah yang terdapat lampu ari-ari di luar rumahnya. Jumlah pegawai UD. Syirkah untuk wilayah Surabaya sekitar sembilan orang. Sepuluh persen keuntungan bersih dari UD. Syirkah masuk *ibrahah*.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Menjadi layanan aqiqah terbesar di Indonesia yang memiliki cabang yang terbesar di seluruh kota di Indonesia

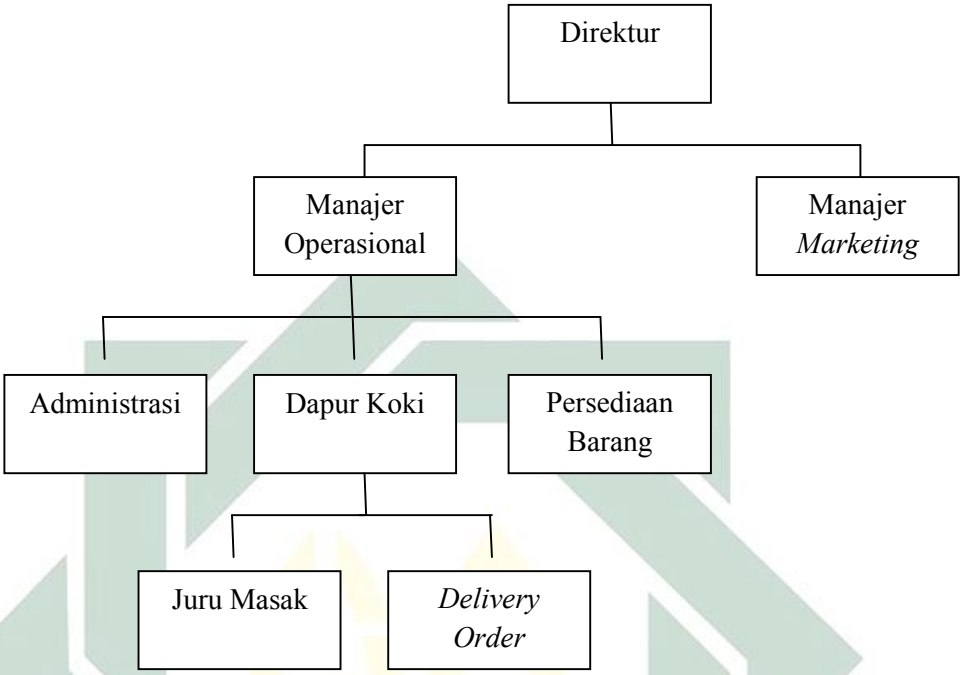
b. Misi

1) Mengelolah dan mengembangkan layanan aqiqah yang prima
2) Meningkatkan layanan melalui kreativitas, inovasi dan memaksimalkan SDM
3) Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan efisiensi
4) Memberikan layanan yang lengkap dan kompetitif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Struktur Organisasi

Gambar IV.1
Struktur Organisasi UD. Syirkah Aqiqah



sumber: Syirkah aqiqah Surabaya

Uraian tugas :

UD. Syirkah aqiqah surabaya dipimpin oleh direktur perusahaan. Direktur dibantu oleh dua manajer, yaitu manajer operasional dan *marketing*. Tugas manajer secara umum adalah sebagai pemegang tampuk kepemimpinan dalam suatu perusahaan yang mampu menumbuhkan, memelihara dan mengembangkan usaha di dalam suatu organisasi. Manajer operasional bertanggung jawab atas kinerja administrasi, dapur koki, dan persediaan barang. Manajer *marketing* bertugas untuk membina bagian pemasaran dan membimbing seluruh karyawan di bagian pemasaran. Dalam hal ini, manajer *marketing* bertanggung jawab atas kinerja marketing di Surabaya dan cabang di Gresik.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tugas administrasi bertanggung jawab atas pemasukan dan pengeluaran keuangan di UD. Syirkah. Dapur koki bertanggung jawab atas kinerja juru masak, dan *delivery order*. Tugas utama *delivery order* adalah mengatur pengiriman masakan sampai ke konsumen. Juru masak dan *delivery order* bekerja sama dalam pekerjaan untuk melayani konsumen.

B. Penyajian Data

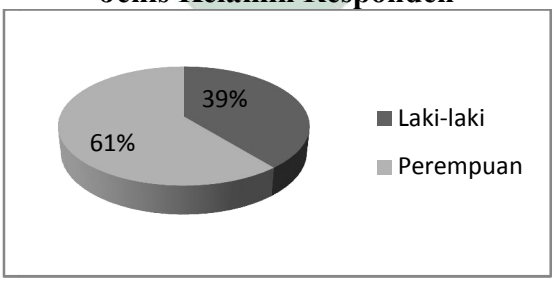
1. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen aqiqah UD. Syirkah. Jumlah sampel yang telah ditentukan adalah sebanyak 64 orang. Data yang telah diperoleh dikelompokkan berdasarkan beberapa golongan, yakni berdasarkan jenis kelamin, usia responden dan tingkat kemampuan responden.

a. Jenis Kelamin

Identitas responden menurut jenis kelamin dapat dilihat dari tampilan *chart* berikut ini :

Gambar IV.2
Jenis Kelamin Responden



Sumber : Data yang telah diolah (2016)

Berdasarkan tampilan *chart* di atas, peneliti dapat mengetahui bahwa dari 64 responden jumlah responden perempuan

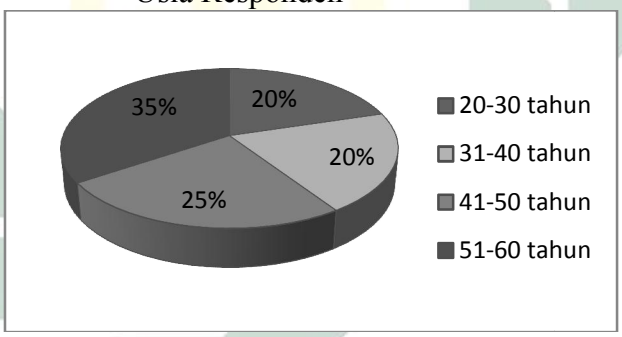
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lebih banyak dari responden laki-laki. Hasil *chart* di atas diketahui terdapat 39% atau 25 orang responden laki-laki, sedangkan untuk responden perempuan prosentasenya sebesar 61% atau 39 orang responden.

b. Usia Responden

Usia responden dalam penelitian ini adalah pada interval umur 20-70 tahun. Menurut peneliti, interval usia tersebut dianggap responden mampu mengisi kuisioner dengan baik dan benar. Prosentase usia responden yang telah ikut serta mengisi lembar kuesioner adalah sebagai berikut :

Gambar IV.3
Usia Responden



Sumber : Data yang telah diolah (2016)

Berdasarkan gambar *chart* di atas, peneliti dapat mengetahui bahwa dari 64 responden, paling banyak adalah responden yang berusia antara 51-60 tahun. Hasil yang diperoleh adalah sebesar 35% atau 22 orang yang berusia antara 51-60 tahun. 25% atau 16 orang berusia di antara 41-50 tahun. 20% atau 13

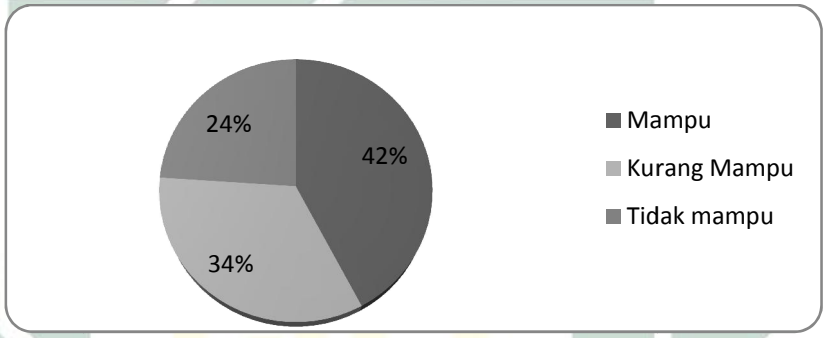
digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

orang yang berusia di antara 31-40 tahun, dan yang terakhir 20% atau 13 orang yang berusia antara 20-30 tahun.

c. Tingkat Kemampuan Responden

Karakteristik prosentase tingkat kemampuan seluruh responden penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar IV.4
Tingkat Kemampuan Responden



Sumber : Data yang telah diolah (2016)

Berdasarkan tingkat kemampuan responden, dari 64 responden yang diteliti, peneliti mengetahui terdapat 42% atau 30 orang yang tergolong mampu. 34% atau 24 orang yang tergolong kurang mampu, dan 24% atau 10 orang yang tergolong tidak mampu dalam penelitian ini.

2. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada 64 responden. 176 populasi di UD. Syirkah aqiqah diambil 64 sampel untuk responden berdasarkan rumus Solvin. Dari 64 kuisioner, sampel yang berhasil dikumpulkan yaitu 64 responden. Data penyebaran kuisioner adalah sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV.1
Data Penyebaran Kuisioner

Kuisioner yang disebarkan	64 buah
Kuisioner tidak kembali	0 buah
Kuisioner tidak lengkap	0 buah
Kuisioner yang diolah	64 buah

3. Karakteristik Jawaban Responden

Karakteristik jawaban responden merupakan pengelompokkan beberapa jawaban responden yang telah peneliti kumpulkan. Jawaban responden ini dikumpulkan berdasarkan variabel dari penelitian ini. Variabel tersebut memunculkan beberapa indikator. Indikator tersebut kemudian digunakan peneliti sebagai pernyataan kuisioner. Indikator penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Kebersihan Dapur

Tabel IV. 2
Hasil Prosentase Kebersihan Dapur

Kategori	**Frekuensi**	**Prosentase**
Sangat tidak setuju	2	3%
Tidak setuju	5	8%
Ragu-ragu	9	14%
Setuju	31	48%
Sangat setuju	17	27%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel di atas, hasil dari prosentase pernyataan responden tentang kebersihan dapur UD. Syirkah adalah sebagai berikut. Responden yeng menyatakan setuju sebanyak 48%, sedangkan 3% responden menyatakan sangat tidak setuju atas kebersihan dapur UD. Syirkah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Kelengkapan Peralatan yang Dibutuhkan oleh Konsumen

Tabel IV. 3
Hasil Prosentase Kelengkapan Peralatan yang Dibutuhkan oleh Konsumen

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	4	6%
Ragu-ragu	9	14%
Setuju	36	56%
Sangat setuju	15	24%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel di atas, hasil prosentase jawaban terbesar adalah responden yang menyatakan setuju atas kelengkapan peralatan yang dibutuhkan. Prosentase jawaban setuju dan sangat setuju berjumlah 80%. Sedangkan, responden yang menjawab tidak setuju sebanyak 4%. Artinya, mayoritas responden menyetujui pernyataan peneliti terhadap kelengkapan peralatan yang disediakan UD. Syirkah.

c. Keramahan

Tabel IV. 4
Hasil Prosentase Keramahan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	3	5%
Setuju	42	65%
Sangat setuju	19	30%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Berdasarkan jawaban responden, tabel di atas menunjukkan bahwa semua responden setuju terhadap keramahan karyawan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel tersebut tidak menunjukkan adanya responden yang tidak setuju terhadap keramahan yang diberikan oleh karyawan UD. Syirkah.

d. Kejujuran dalam Memberikan Keterangan

Tabel IV. 5
Hasil Prosentase Kejujuran dalam Memberikan Keterangan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	1	2%
Ragu-ragu	8	12%
Setuju	39	61%
Sangat setuju	16	25%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Hasil prosentase kejujuran karyawan menunjukkan banyaknya responden menyetujui pernyataan ini. Hal ini ditujukan dengan prosentase responden setuju sebanyak 86%.

e. Ketepatan Waktu Pengiriman Masakan

Tabel IV. 6
Hasil Prosentase Ketepatan Waktu Pengiriman Masakan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	1	2%
Tidak setuju	7	11%
Ragu-ragu	4	6%
Setuju	33	52%
Sangat setuju	18	29%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel di atas, 33 responden menjawab setuju. Artinya, karyawan tepat waktu saat pengiriman. Delapan orang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

responden yang menyatakan karyawan tidak tepat waktu pengiriman masakan.

f. Kehandalan Karyawan dalam Menyajikan Menu yang Diinginkan Konsumen

Tabel IV. 7
Hasil Prosentase Kehandalan Karyawan dalam Menyajikan Menu yang Diinginkan Konsumen

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	1	1%
Ragu-ragu	5	8%
Setuju	37	58%
Sangat setuju	21	33%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

58 responden menyetujui kehandalan yang dimiliki karyawan UD. Syirkah dalam menyajikan makanan. Prosentase yang dihasilkan sebesar 91%. Angka ini tidak terlalu buruk dalam kehandalan. Artinya, UD. Syirkah harus memperbaiki kinerjanya untuk memperbaiki kualitas pelayanan, karena masih terdapat responden yang menyatakan tidak setuju terhadap kehandalan yang dimiliki karyawaan UD. Syirkah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

g. Kemampuan Menanggapi Keluhan

Tabel IV. 8
Hasil Prosentase Kemampuan Menanggapi Keluhan

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	10	16%
Setuju	41	64%
Sangat setuju	13	20%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Tabel di atas menunujukkan, hasil prosentase kemampuan menanggapi keluhan. Sebanyak 54 responden menjawab setuju pada pernyataan ini. Prosentase jawaban setuju sebesar 84%. Hasil ini dapat dijadikan pertimbangan UD. Syirkah untuk memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Prosentase jawaban responden yang tidak setuju terhadap pernyataan ini sebanyak 0%. Artinya, semua responden menyetujui kemampuan karyawan dalam menanggapi keluhan sesuai kebutuhan konsumen.

h. Kemampuan Membantu Konsumen

Tabel IV. 9
Hasil Prosentase Kemampuan Membantu Konsumen

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	7	11%
Setuju	40	62%
Sangat setuju	17	27%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berdasarkan tabel di atas, semua responden menyatakan setuju atas pernyataan ini. Hal ini memberikan dampak positif bagi UD. Syirkah untuk mempertahankan prestasinya. Dengan demikian, UD. Syirkah mendapatkan promosi gratis melalui indikator kemampuan membantu konsumen, karena semua responden setuju akan indikator ini.

i. Kecepatan Karyawan dalam Menyelesaikan Masalah

Tabel IV. 10
Hasil Prosentase Kecepatan Karyawan dalam Menyelesaikan Masalah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	7	11%
Setuju	40	62%
Sangat setuju	17	27%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber: data yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel di atas, 57 responden menyatakan setuju terhadap pernyataan peneliti tentang karyawan UD. Syirkah cepat dalam menyelesaikan masalah. Hal ini dibuktikan dengan sikap tanggap karyawan ketika konsumen merasa tidak puas dalam pelayanan. Apabila karyawan ketahuan kurang baik melayani konsumen, maka direktur UD. Syirkah akan menegur karyawan tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

j. Konsumen Merasa Puas atas Perhatian yang Diberikan secara Keseluruhan oleh UD. Syirkah

Tabel IV. 11
Hasil Prosentase Konsumen Merasa Puas atas Perhatian yang Diberikan secara Keseluruhan oleh UD. Syirkah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	6	9%
Setuju	39	61%
Sangat setuju	19	30%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Tabel di atas menunjukkan, 91% prosentase responden menyatakan setuju. Sisanya, responden menjawab ragu-ragu. Pernyataan yang diajukan untuk tabel ini berkaitan dengan variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan prosentase tabel, mayoritas konsumen merasa puas atas perhatian yang diberikan oleh UD. Syirkah Surabaya.

k. Konsumen Merasa Puas atas Pelayanan yang Diberikan secara Keseluruhan oleh UD. Syirkah

Tabel IV. 12
Hasil Prosentase Konsumen Merasa Puas atas Pelayanan yang Diberikan secara Keseluruhan oleh UD. Syirkah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	5	8%
Setuju	43	67%
Sangat setuju	16	25%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 12 menunjukkan prosentase jawaban responden dengan indikator konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan UD. Syirkah. 92% responden menyetujui pernyataan ini. Artinya, mayoritas konsumen merasa puas atas pelayanan yang diberikan secara keseluruhan oleh UD. Syirkah Surabaya.

l. Konsumen Berminat untuk Kembali Mengkonsumsi Masakan di UD. Syirkah

Tabel IV. 13
Hasil Prosentase Konsumen Berminat untuk Kembali Mengkonsumsi Masakan di UD. Syirkah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	5	8%
Setuju	44	69%
Sangat setuju	15	23%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Tabel IV. 13 menunjukkan, frekuensi indikator pernyataan konsumen yang berminat untuk kembali mengkonsumsi. Sebanyak 59 responden menyetujui pernyataan ini. Hal ini dibuktikan dengan konsumen yang berulang kali mengkonsumsi masakan dari UD. Syirkah. Peneliti menjumpai konsumen yang sering sekali menggunakan jasa aqiqah UD. Syirkah ketika membagi angket.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

m. Konsumen Merekomendasikan kepada Konsumen Lain untuk Berkunjung ke UD. Syirkah

Tabel IV. 14
Hasil Prosentase Konsumen Merekomendasikan kepada Konsumen Lain untuk Berkunjung ke UD. Syirkah

Kategori	Frekuensi	Prosentase
Sangat tidak setuju	-	-
Tidak setuju	-	-
Ragu-ragu	9	14%
Setuju	44	69%
Sangat setuju	11	17%
Jumlah	**64**	**100%**

Sumber : data yang diolah (2016)

Berdasarkan tabel IV. 14, banyaknya responden setuju terhadap pernyataan ini sebanyak 55 responden dengan prosentase sebesar 86%. Angka yang cukup tinggi untuk menentukan kepuasan konsumen. Artinya, konsumen akan suka rela dalam memasarkan jasa dari aqiqah UD. Syirkah. Hal ini berdampak positif bagi perusahaan, karena dengan pemasaran seperti ini dinilai cukup efisien dan menghemat dana perusahaan.

4. Uji Validitas

Setelah membuat kuisioner, langkah selanjutnya adalah menguji kuisioner. Pengujian kuisioner dilakukan untuk mengetahui kevalidan pernyataan yang telah disusun. Pengukuran validitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 20. Apabila hasilnya nilai r hitung > r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid. Hasil dari uji validasi pada variabel penelitian adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel yang akan diuji dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Terdapat sembilan butir pertanyaan dalam variabel kualitas pelayanan. Hasil validasi dari pernyataan variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

Tabel IV. 15
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,677	0,349	Valid
2	0,700	0,349	Valid
3	0,639	0,349	Valid
4	0,820	0,349	Valid
5	0,575	0,349	Valid
6	0,720	0,349	Valid
7	0,772	0,349	Valid
8	0,717	0,349	Valid
9	0,538	0,349	Valid

Sumber : data yang diolah (2016)

Tabel IV. 15 merupakan hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan. Nilai r-hitung item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid, karena r-hitung > r-tabel.

b. Variabel Kepuasan Konsumen

Variabel selanjutnya yang akan diuji dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Terdapat empat butir pernyataan dalam variabel kepuasan konsumen. Hasil validasi dari pernyataan variabel kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 16
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,748	0,349	Valid
2	0,732	0,349	Valid
3	0,653	0,349	Valid
4	0,623	0,349	Valid

Sumber : data yang diolah (2016)

Tabel IV. 16 merupakan hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen. Nilai r-hitung item pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid, karena r-hitung > r-tabel.

5. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan metode untuk mengukur suatu konsistensi jawaban dari pernyataan. Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya melakukan uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai r *Alpha* > 0,6. Pengukuran reliabilitas pada penelitian ini menggunakan IBM SPSS 20. Hasil dari uji reliabilitas pada variabel penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel IV. 17
Hasil Uji Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	**30**	**100,0**
	Excluded[a]	**0**	**,0**
	Total	**30**	**100,0**
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,894	**13**

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji reliabilitas yang dilihat adalah nilai *cronbach's alpha*. Nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh sebesar 0,894. Artinya, kuisioner yang dibuat sudah reliabel karena lebih besar dari nilai 0,6.

C. Pengujian Hipotesis

1. Uji Normalitas

Tabel IV. 18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		kualitas	kepuasan
N		**64**	**64**
Normal Parameters[a,b]	Mean	**36,63**	**16,56**
	Std. Deviation	**4,077**	**1,717**
Most Extreme Differences	Absolute	**,071**	**,207**
	Positive	**,071**	**,207**
	Negative	**-,064**	**-,122**
Kolmogorov-Smirnov Z		**,569**	**1,652**
Asymp. Sig. (2-tailed)		**,903**	**,009**
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			

Sumber : Output IBM Statistic SPSS 20

Hasil uji normalitas di atas menunjukkan, nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 0,903, sedangkan nilai signifikansi variabel kepuasan konsumen diperoleh sebesar 0,009. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Peneliti menyimpulkan bahwa data yang disajikan berdistribusi normal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Uji Linearitas

Tabel IV. 19
Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan konsumen * Kualitas layanan	Between Groups	(Combined)	**78,492**	**16**	**4,906**	**2,150**	**,022**
		Linearity	**53,874**	**1**	**53,874**	**23,607**	**,000**
		Deviation from Linearity	**24,618**	**15**	**1,641**	**,719**	**,753**
	Within Groups		**107,258**	**47**	**2,282**		
	Total		**185,750**	**63**			

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Tabel di atas menunjukkan, nilai signifikansi hasil uji linearitas diperoleh sebesar 0,753 lebih besar dari 0,05. Artinya, terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Tabel di atas juga menunjukkan, nilai F hitung sebesar 0,719, sedangkan F tabel dengan df 15,47 diperoleh sebanyak 1,88. Artinya, terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y), karena nilai F hitung lebih kecil daripada F tabel.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Uji Korelasi

Tabel IV. 20
Uji *Descriptive Statistics*

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan	**16,5625**	**1,71709**	**64**
Kualitas	**36,6250**	**4,07665**	**64**

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Tabel di atas memberikan informasi mengenai *mean*. Standard deviasi merupakan banyaknya data dari variabel-variabel *independent* dan *dependent.*

a. Rata-rata *(mean)* kepuasan jumlah subyek sebanyak 64 sebesar 16,5625 dengan standar deviasi 1,71709.
b. Rata-rata *(mean)* kualitas jumlah subyek sebanyak 64 sebesar 36,6250 dengan standar deviasi 4,07665.

Tabel IV. 21
Uji Korelasi

Correlations			
		Kepuasan	Kualitas
Pearson Correlation	Kepuasan	**1,000**	**,539**
	Kualitas	**,539**	**1,000**
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	**.**	**,000**
	Kualitas	**,000**	**.**
N	Kepuasan	**64**	**64**
	Kualitas	**64**	**64**

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel di atas memuat korelasi/hubungan antara variabel kepuasan dengan variabel kualitas :

a. Besarnya korelasi adalah 0,539 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya, adanya pengaruh kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen menggunakan jasa dari aqiqah UD. Syirkah.
b. Berdasarkan harga koefisien korelasi yang positif yaitu 0,539, maka arah hubungannya adalah positif. Artinya, apabila perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Tabel IV. 22
Uji *Variabels Entered*

Variables Entered/Removed[a]			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	**Kualitas[b]**	**.**	**Enter**
a. Dependent Variable: Kepuasan			
b. All requested variables entered.			

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Tabel di atas menunjukkan, hasil dari variabel yang diterima dan ditolak. Variabel *independent* penelitian ini adalah kualitas pelayanan, sedangkan variabel *dependent* penelitian ini adalah kepuasan. Semua variabel dalam penelitian ini diterima. Artinya, tidak ada variabel yang dikeluarkan dalam penelitian ini.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 23
Model Summary

Model Summary[b]									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	**,539[a]**	**,290**	**,279**	**1,45843**	**,290**	**25,328**	**1**	**62**	**,000**
a. Predictors: (Constant), Kualitas									
b. Dependent Variable: Kepuasan									

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Tabel model summary menghasilkan R *square* sebesar 0,290. Hasil ini menunjukkan rendahnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. Artinya, 29,0% variabel kepuasan konsumen dipengaruhi/dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sisanya sebesar 71,0% oleh variabel lainnya. R *square* disebut juga koefisien determinasi.

R *square* berkisar antara 0 sampai 1 semakin besar harga R *square*, maka semakin kuat hubungan kedua variabel. Apabila R *square* sama dengan 1, berarti variabel bebas berpengaruh secara sempurna terhadap variabel terikat. Apabila R *square* sama dengan nol, berarti variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.[70]

[70] Ayik Rifa' Hadi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Kantor Pos Gladag di Surakarta", Skripsi, (Surakarta: Universitas Muhammadiyah, Jurusan Manajamen, 2012), hal. 14.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel IV. 24
Uji Anova

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	**53,874**	**1**	**53,874**	**25,328**	**,000[b]**
	Residual	**131,876**	**62**	**2,127**		
	Total	**185,750**	**63**			
a. Dependent Variable: Kepuasan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas						

sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Dari tabel uji anova di atas, nilai F hitung diperoleh sebesar 25,328. Tingkat signifikansi yang digunakan 0,000 < 0,05. Artinya, model regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan konsumen UD. Syirkah aqiqah Surabaya.

Tabel IV. 25
Uji Koefisien

Coefficients[a]									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Fraction Missing Info.	Relative Increase Variance	Relative Efficiency
		B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	**8,255**	**1,661**		**4,970**	**,000**			
	Kualitas	**,227**	**,045**	**,539**	**5,033**	**,000**			
a. Dependent Variable: Kepuasan									

Sumber : *Output IBM Statistic* SPSS 20

Pada tabel koefisien diperoleh model regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,255 + 0,227X$$

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Keterangan :

Y = kepuasan konsumen

X = kualitas pelayanan

Maksud dari model regresi tersebut adalah :

a. Konstanta sebesar 8,255 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai trust. Namun, konstanta memiliki nilai partisipasi sebesar 8,255.
b. Koefisien regresi sebesar 0,227 menyatakan bahwa setiap penambahan satu nilai trust kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,227.

D. Pembahasan Hasil Penelitian (Analisis Data)

Sekarang ini, kita banyak melihat peluang usaha yang ada di sekitar, baik usaha *online* maupun *offline.* Banyaknya peluang bisnis membuat pengusaha tidak dapat dengan mudah memilih dan menjalankan usaha yang diinginkan. UD. Syirkah merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam bidang bisnis aqiqah. Saat ini, banyak bermunculan perusahaan yang bergerak dalam bidang aqiqah. Hal ini mengharuskan manajer UD. Syirkah untuk memahami perilaku konsumen dan berusaha mewujudkan harapan konsumen. Untuk mewujudkan hal tersebut, perusahaan dapat memulainya dengan memperbaiki kualitas pelayanan. Cara yang dilakukan adalah dengan memaksimalkan variabel kualitas pelayanan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Kualitas pelayanan merupakan hal penting yang harus dilaksanakan oleh perusahaan. Menurut Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby dalam Ratminto, pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan.[71] Hal ini yang menyebabkan pelayanan menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh konsumen, khususnya konsumen jasa.

UD. Syirkah adalah perusahaan bidang jasa. Jasa yang ditawarkan oleh UD. Syirkah adalah aqiqah dan kurban. Pada pembahasan kali ini, peneliti akan menguraikan tentang aqiqah UD. Syirkah Surabaya. UD. Syirkah merupakan perusahaan jasa yang bergerak dalam bidang kuliner. Memulai bisnis di bidang kuliner memang mudah, tetapi gulung tikarnya juga tidak kalah mudah.

Berbicara tentang bisnis kuliner memang tidak ada berhentinya. Semakin hari, bisnis kuliner semakin banyak digeluti, meskipun banyak pesaingnya. Hal ini membuktikan konsumen atau peminat produk kuliner banyak. Selain itu, alasan lain usaha kuliner tetap bisa berjalan karena produk yang dijual berhubungan dengan masalah perut. Masalah perut merupakan kebutuhan pokok manusia. Untuk memulai membuka usaha kuliner, pengusaha sebaiknya memperhatikan beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam usaha kuliner.

[71] Ratminto, Manajemen Pelayanan, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2009), hal 2.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut. *Pertama*, faktor yang harus diperhatikan adalah lokasi. Lokasi UD. Syirkah Surabaya letaknya strategis, dekat dengan jalan raya. Hal ini yang memudahkan konsumen untuk mencari lokasi UD. Syirkah Surabaya. Selain itu, UD. Syirkah juga dekat dengan perumahan. *Kedua*, faktor yang terkait dengan tingkat kebasian. Faktor ini merupakan penentu maju dan tidaknya usaha kuliner, utamanya makanan siap saji. Peneliti mengambil contoh masakan gulai kambing. Olahan gulai kambing selalu tersedia dalam acara aqiqah. Gulai kambing biasanya disajikan bersama sate kambing. Gulai kambing lebih enak dinikmati dalam keadaan panas.

UD. Syirkah mengirim olahan masakan satu jam sebelum acara dimulai, sehingga makanan tetap terjaga kelezatannya. Karyawan UD. Syirkah mengirim berbagai olahan matang dengan mobil perusahaan untuk daerah yang jauh dari lokasi dapur UD. Syirkah. Namun, bagi konsumen UD. Syirkah yang lokasi rumahnya tidak jauh dari dapur UD. Syirkah karyawan mengirim olahan masakan yang sudah matang tersebut dengan berjalan kaki atau mengendarai motor perusahaan.

Ketiga, faktor yang terkait dengan tingkat kebersihan. Faktor kebersihan tidak kalah penting dengan kebasian makanan, karena Islam mengajarkan kebersihan adalah sebagian dari iman. Hal ini yang mendasari kaum muslim untuk selalu memperhatikan kebersihan dari kegiatan yang dilakukan. UD. Syirkah selalu mengutamakan kebersihan dapur serta peralatan. Peralatan yang digunakan UD. Syirkah selalu dijaga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kebersihan, walaupun peralatan yang digunakan tidak selalu baru. UD. Syirkah selalu menjaga kebersihan ketika proses memasak.

Keempat, faktor yang terkait dengan cita rasa. Cita rasa merupakan faktor utama dalam usaha kuliner. Cita rasa mendukung semua faktor yang telah peneliti sebutkan di atas. Cita rasa membawa nama perusahaan. Cita rasa yang lezat akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Bagi konsumen, cita rasa merupakan faktor yang paling penting dari semua faktor yang peneliti sebutkan, karena cita rasa merupakan faktor penentu maju tidaknya usaha kuliner.

UD. Syirkah tidak memiliki olahan khusus dalam proses pengolahan kambing. Namun, UD. Syirkah mempunyai cita rasa yang lezat dalam setiap olahan kambing. Juru masak UD. Syirkah tidak melakukan proses incip-mengincip ketika memasak. Takaran bumbu yang digunakan selalu sama dan tepat. Dengan kata lain, juru masak UD. Syirkah telah ahli dalam proses pengolahan kambing.

Juru masak UD. Syirkah yaitu orang-orang kepercayaan direktur atau manajer. Biasanya, juru masak UD. Syirkah adalah tetangga atau saudara dari direktur atau manajer. Di wilayah cabang UD. Syirkah, daerah Gresik, Juru masak UD. Syirkah adalah tetangga dari pemilik cabang. Juru masak UD. Syirkah cabang merupakan orang yang kompeten dalam bidang memasak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Juru masak UD. Syirkah cabang ini sering dipanggil ketika ada hajatan untuk menangani semua olahan makanan yang akan disajikan pada acara hajatan. Juru masak tersebut memiliki asisten. Asisten diperoleh dari tetangga juru masak tersebut. Dengan dibukanya cabang, UD. Syirkah memberikan peluang pekerjaan bagi kaum ibu yang tidak bekerja. Hal ini membantu perekonomian masyarakat di sekitar cabang UD. Syirkah. Faktor-faktor di atas sebaiknya dilakukan oleh pemula untuk membuka usaha kuliner, khususnya aqiqah.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, khususnya konsumen UD. Syirkah. Dimensi dari variabel kualitas pelayanan penelitian ini adalah *tangibles, reliability* dan *responsiveness*. Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan peneliti, analisis jawaban responden adalah sebagai berikut. Berdasarkan variabel kualitas pelayanan, semua responden memberikan jawaban positif terhadap pernyataan peneliti. Artinya, mayoritas responden setuju terhadap kualitas pelayanan UD. Syirkah yang baik.

UD. Syirkah telah memaksimalkan kualitasnya dalam melayani konsumen. Hal ini dibuktikan dengan positifnya jawaban dari para responden. Positifnya jawaban responden akan mempengaruhi nilai kualitas UD. Syirkah Surabaya. Nilai kualitas digunakan perusahaan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen akan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap jasa dari UD. Syirkah Surabaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tingginya tingkat kepuasan konsumen akan menguntungkan bagi perusahaan. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan suatu perusahaan akan kembali untuk mengkonsumsi barang tersebut. Kemudian, konsumen tersebut akan menjadi loyal. Konsumen yang kembali lagi disebut pelanggan.

Sebelum peneliti membagikan kuisioner, peneliti melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas pada kuisioner dilakukan untuk mengetahui kevalidan pernyataan yang telah disusun. Hasil dari uji validasi pada variabel penelitian adalah sebagai berikut. Nilai r-hitung item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid, karena r-hitung > r-tabel, sedangkan Nilai r-hitung item pertanyaan pada variabel kepuasan konsumen dinyatakan valid juga, karena r-hitung > r-tabel.

Selain itu, peneliti sebelum membagikan kuisioner juga melakukan uji reliabilitas. Hasil uji reliabilitas dari penelitian ini diperoleh sebesar 0,894. Artinya, kuisioner yang dibuat sudah reliabel karena lebih besar dari nilai 0,6.

Berdasarkan jawaban dari variabel kepuasan konsumen, mayoritas konsumen merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh UD. Syirkah Surabaya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa konsumen yang berulang kali menggunakan jasa dari UD. Syirkah Surabaya. Di lapangan, peneliti menjumpai beberapa responden yang menjadi konsumen tetap UD. Syirkah Surabaya. Konsumen tetap tersebut mengaku puas dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pelayanan dan perhatian yang diberikan oleh UD. Syirkah Surabaya. Selain itu, mereka juga berusaha merekomendasikan UD. Syirkah Surabaya ke tetangga, kerabat, maupun saudara.

Dengan demikian, UD. Syirkah mendapatkan promosi gratis dari para konsumen. Promosi seperti ini dinilai lebih efektif dan lebih banyak memiliki keuntungan, karena promosi yang dilakukan oleh orang terdekat calon konsumen lebih terpercaya daripada promosi yang dilakukan oleh karyawan suatu perusahaan atau artis. Menurut Tjiptono, definisi kualitas pelayanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya, agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut."[72]

Definisi di atas mendukung pernyataan konsumen yang merasa puas akan pelayanan UD. Syirkah. Kepuasan konsumen dilakukan oleh UD. Syirkah dengan upaya pemenuhan kebutuhan konsumen. Besarnya korelasi adalah 0,539 dengan signifikansi 0,000 karena signifikansi < 0,05, maka Ho ditolak dan H1 diterima. Artinya Adanya pengaruh kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen menggunakan jasa dari aqiqah UD. Syirkah Surabaya.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R *square*, peneliti memperoleh hasil 29,0% dari variabel kepuasan konsumen

[72]Annika, "Pengaruh Tangible, Reliability, Respnsiveness, Assurance, dan Empathy terhadap Kinerja Publik Badan Narkotika Kabupaten Bangka", Tesis, (Jakarta: Universitas Terbuka, Jurusan Manajemen, 2013), hal. 15.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipengaruhi/dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan sisanya sebesar 71,0% oleh variabel lainnya. Hasil ini menunjukkan rendahnya pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependent*. R *square* disebut juga koefisien determinasi. R *square* berkisar antara 0 sampai 1 semakin besar harga R *square*, maka semakin kuat hubungan kedua variabel. Menurut Ghazali yang dikutip Ascarintya, hasil koefisien determinasi untuk data silang (*crossection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi.[73]

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, hasilnya diketahui bahwa faktor kualitas pelayanan bernilai positif. Hal ini berarti setiap terjadi kenaikan faktor kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami kenaikan atau mengalami perubahan secara searah. Oleh karena itu, agar UD. Syirkah berhasil menguasai pasar, maka pihak manajer pemasaran perlu memahami, bahwa kualitas pelayanan yang baik dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

[73] Praveda Ascarintya, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi pada Nasabah Debitur PT. BPR Satria Pertiwi Semarang", Skripsi, (Semarang: Program Studi Manajemen, Universitas Diponegoro, 2011), hal. 63.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id