BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Menurut penelurusuran peneliti, setidaknya ada tiga klasifikasi penelitian terdahulu. Dalam penelitian ini, terdapat para peneliti yang relevan yang meneliti tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yaitu :

1. Yeni, Tahun 2001, jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya melakukan penelitian dengan judul " Analisis Hubungan Pelayanan, Fasilitas, Dan Harga Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Trimitra (penyelenggaraan umroh dan haji) Surabaya". Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa:
   a. Pelayanan (X1) mempunyai korelasi yang kuat signifikan dengan kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat korelasi yang bernilai 0,796.
   b. Fasilitas (X2) mempunyai korelasi yang kuat signifikan dengan kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat korelasi yang bernilai 0,427
   c. Harga (X3) mempunyai korelasi yang kuat signifikan dengan kepuasan konsumen (Y) dengan tingkat korelasi yang bernilai0,427
   d. Dari ketiga variable diatas ternyata variable fasilitas (X2) yang paling dominan mempunyai hubungan dengan kepuasan konsumen pada PT.

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

Trimitra karena mempunyai tingkat korelasi yang lebih tinggi yaitu 0,842.[13]

c. Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya adalah fasilitas haji (perlengkapan haji dan umroh, buku manasik haji VCD/DVD haji dan tempat) dan tingkat kepuasan pelangganya, sedangkan perbedaannya adalah mengenai indicator pelayanan administrasi, indicator pelayanan peneliti terdahulu yaitu ; bukti fisik (*Tangible*), kehandalan (*Realibility*), keyakinan (*Confidence*), dan empati (*Empaty*). Sedangkan indicator dari hasil penelitian lapangan saya yakni ; Bukti fisik (*Tangible*),kehandalan (*Realibility*), keresponsifan (*Responsivenees*), jaminan (*Asurance*), perhatian terhadap pelanggan (*Understanding The Customer*), komunikasi (*Comunication*) dan tata karma (*Courtesy*).

2. Nur Sobhaka, Tahun 2005, jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Al – Andalus NusantaraTravel (penyelenggaraan umroh) Surabaya" [14]. Pada penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa:

   a. Dengan menggunakan program statistic ditemukan bahwa hasil dari penguji regresi linier sederhana dirumuskan Y= 2,153 + 0,446 X. dari

[13] Yeni,2001, "*Analisis Hubungan Pelayanan, Fasilitas,Dan Harga Dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di PT. Trimitra (Penyelenggaraan umro dan haji) Surabay*", skripsi, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. hal 76

[14] Nur Sobhaka, 2005, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Al – Andalus NusantaraTravel (penyelenggaraan umroh) Surabaya"*, skripsi, jurusan Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 88

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

hasil perhitungan tersebut ditemukan koefisien korelasi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dipengaruhi oleh determine (R2) sebesar 0,161, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pengaruh variabel X (kualitas pelayanan) terhadap variable Y (kepuasan konsumen) sebesar 0,161 atau 1,16%.

b. Uji signifikan yang menggunakan Uji-t untuk variable kualitas layanan mempunyai nilai t hitung sebesar 3,072. Jadi t hitung sebesar 3,072 > t table 0,05 (df 44) = 1,671. Maka disimpulkan bahwa tingkat csignifikan sangat tinggi, bahkan masi dibawah 0,01 dengan kepercayaan 99%.

c. Kesamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saya sama dalam menggunakan konsep kualitas pelayanan dan kepuasan perbedaannya adalah obyek penelitian incdicator variabelnya.

3. Rivai Hilmi, Jurusan Pendidikan Luar Sekolah, tipe dokumen Tesis, gelar Magister Pendidikan IAIN Sunan Ampel Surabaya. Penelitian berjudul "Implementasi Bimbingan Haji Yang Dilakukan Kelompok Bimbingan Haji Dan Dampaknya Terhadap Mutu Layanan Layanan Dan Mutu Pelaksanaan Ibadah Haji (Studi Kasus) ". Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

a. Menunjukkan adanya kecenderungan rata- rata mutu layanan penyelenggara bimbingan ibadah haji yang dilakukan KBIH, t sebesar 3,38. Hal tersebut menunjukkan pengertian bahwa jamaah haji menganggap kualitas pelayanan yang diberikan termasuk dalam baik, yang ditinjau dari aspek layanan meliputi Reliability (Kehandalan),

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

Responsiveness (Daya Tanggap), Assurance (Jaminan), Aceess (Akses) Emphaty (empati), dan Tangible (bukti langsung).

b. Dampak yang dimunculkan dalam penelitian ini yaitu :

1) Mewujudkan kemampuan yang dimiliki jamaah haji dalam memahami manasik haji
2) Mampu melaksanakan ibadah haji
3) Mandiri dalam melaksanakan ibadah haji
4) Mabrur

c. Kesamaan tentang KBIH dan kepuasan pelayanan, yang membedakan adalah Variabelnya (Administrasi dan Pembimbing Manasik Haji) dan penggunaan metode penelitian tidak menggunakan SPSS[15].

B. Kerangka Teori

1. Kualitas Pelayanan Administrasi (Variabel X1)

Pelayaan di artikan sebagai alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud, prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan atau kebutuhan pihak lain. sedangkan pengertian dari Administrasi adalah suatu usaha bersama sekelompok manusia untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efesien dengan menggunakan segala dana dan daya yang ada [16]. Maka yang terpenting

[15] Rivai Hilmi, 1999 " *Implementasi Bimbingan Haji Yang Dilakukan Kelompok Bimbingan Haji Dan Dampaknya Terhadap Mutu Layanan Dan Mutu Pelaksanaan Ibadah (Studi Kasus di Wilayah Kerja Departemen Agama Propinsi Jawa Barat)*" (Tesis , Magister Pendidikan IAIN Sunan Apel Surabaya), hal 104

[16] Suharsimi Arikunto, *Organisasi dan Administrasi,* hal 31

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

dalam pelaksanaan haji kita harus tahu bagaimana caranya agar aktivitas kelompok tersebut benar-benar memberi kepuasan dan kebahagiaan kepada kelompok ynag menjadi sasaran aktivitas tersebut (jamaah haji). Hal yang perlu diperhatikan dalam kualitas pelayaan administrasi adalah indikator dari masing- masing variable penelitian yaitu:

a. Indicator variable (X1) : adapun indicator kualitas pelayanan administrasi antara lain:[17]

1) Kehandalan (*reliability*). Yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpecaya, cekatan dalam melayani serta

Indikator:

a) Memberikan layanan dengan segera dan cekatan

b) Ketepatan layanan atau menyampaikan jasanya sesuai dengan waktunya

2) Akses (*Acsess*). Yaitu kemudahan untuk ditemui atau dihubungi yang mencakup pengetahuan, kemampuan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.

Indikator:

a) Mudah dihubungi dan kapanpun siap melayani (mendatangi ketempat jamaah yang ingin mendaftar melalui telpon)

[17] Aan Ariandi, 2009, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jamaah Haji di KBIH Bryan Makkah Jemursari Surabaya*", Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 22-23

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) Tidak dipersulit dalam pelayanan

2. Kualitas Pembimbing Manasik Haji (Variabel X2)

Kualitas pembimbing manasik haji adalah variabel bebas atau variabel yanag maempengaruhi X2. Pembimbing/Pemimpin didefenisikan keseluruhan aktivitas dalam rangka mempengaruhi orang-orang agar mau bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan yang memang diinginkan bersama[18]. Sedangkan Kepemimpinan adalah proses mempengaruhi orang lain yang dimaksud untuk membentuk perilaku sesuai dengan kehendak kita.[19] Maka yang dimaksud dengan kualitas pembimbing manasik haji adalah yang berkaitan dengan pemberian jasa purna jual atau bimbingan manasik haji kepada para jama'ah, karena sering terlibat dengan penanganan keluhan dan menanganai kebutuhan para jama'ah yang memerlukan penggantian atau perbaikan yang bijaksana yang dilakaukan secara ikhlas dan istikhomah.[20] Adapun hal yang perlu diperhatikan adanya pengaruh atau tidaknya kualitas pelayanan. Jadi hal yang pelu diperhatikan dalam kualitas pelayaan pembimbing manasik haji adalah:

a. Indicator variable (X2) : adapun indicator kualitas pelayanan pembimbing antara lain:

---

[18] Susilo Martoyo, 1988, *Pengetahuan Dasar Manajemen dan Kepemimpinan,* hal 32

[19] Harahap,Soofyan Syafri, 1996, *Manajemen Kontemporer,* PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta. Hal 233

[20] Bapak H. Dasuri Ahmad Nurdin bin H. Abdullah, 2012,*wawancara pembimbing manasik haji,*17 jin 2012, diKBIH Tkhobbar 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

1) Komunikasi (*Comunication*).[21] Yaitu kemampuan berkomunikasi dengan baik.

Indikator:

a) Dapat menyampaikan teori dan prakteknya

b) Menggunakan bahasa yang dimengerti oleh jamaah

2) Perhatian pada pelanggan (*Understanding The Customer*)[22]. Yaitu kemampuan dalam memahami kondisi pelanggan.

Indikator:

a) Melakukan hubungan baik dengan jamaah

b) Memberikan perhatian pribadi

3) Kehandalan (*reliability*)[23]. Yaitu memberikan layanan dengan segera, tidak menunda-nunda pekerjaan dan tepat waktu dalam melayani nasabah.

Indikator:

a) Memiliki ketrampilan dalam membimbing jamaah haji

b) Adanya sarana dan prasarana dalam bimbingan manasik haji

---

[21] Aan Ariandi, 2009, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jamaah Haji di KBIH Bryan Makkah Jemursari Surabaya*", Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 23

[22] Aan Ariandi, 2009, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jamaah Haji di KBIH Bryan Makkah Jemursari Surabaya*", Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, hal 23

[23] Fandy Tjiptono, 2000, *perspektif manajemen Dan Pemasaran Kontemporer,* Andi, Yogyakarta, hal 42

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. Kepuasan (Variabel Y)

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan- harapannya.[24] Sedangkan dijelaskan dalam buku lain kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, amat puas atau senang.[25] Kepuasan jama'ah adalah variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi (Y), yang dimaksud kepuasan adalah harapan jama'ah haji atas pelayan administrasi dan pelayanan pembimbing manasik haji yang diperoleh dari KBIH Takhobbar telah memenuhi kebutuhan dari para jama'ah haji itu sendiri. Apabila kinerja administrasi pegawai KBIH dan kinerja pembimbing sesuai yang diharapkan jama'ah, maka jama'ah akan merasa puas atas kinerja administrasi dan pembimbing.[26] Yang meliputi antara lain:

a. Indicator variable (Y) : adapun indicator kepuasan jam'ah haji KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya antara lain:

   1) Persepsi para jam'ah[27]. Yaitu tanggapan atau kesan yang dirasakan pelanggan (jamaah) terhadap layanan yang diberikan.

---

[24] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Jilid 1,*hal 36

[25] Philip Kotler, Keller Kevin Lane, 2009, *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi 12,* PT. Macanan Jaya Cemerlang, Indonesia, hal 177

[26] Bapak H. Dasuri Ahmad Nurdin bin H. Abdullah, 2012,*wawancara pembimbing manasik haji,*17 juni 2012, diKBIH Tkhobbar Surabaya

[27] Fandy tjiptono, *Merspektif Manajemen Dan Pemasaran kontemporer.* Hal 52

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

KEMENTERIAN AGAMA PERPUSTAKAAN IAIN SUNAN AMPEL SURABAYA

Indikator:

a) Nilai pelayanan administrasi dan pembimbing yang dinikmati

b) Sarana prasarana

c) Kelangsungan komunikasi

2) Perasaan para jamaah[28]. Yaitu perasaan yang dirasakan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Indikator:

a) Rasa senang

b) Rasa aman

3) Harapan jama'ah[29]. Yaitu keinginan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

Indikator:

a) Kebutuhan yang diperoleh jamaah haji

b) Kepuasan yang diperoleh jamaah haji

c) Mampu melaksanakan ibadah haji

4. Konsep pelayanan dalam islam

Ajaran islam di dasarkan dan ditujukan untuk membentuk akhlak yang luhur. Dengan akhlak yang luhur, manusia di harapkan melakukan perbuatan yang baik, indah, serasi dan harmonis. Dengan demikian perinsip manajemen dan pelaksanaannya wajib dijiwai, dipimpin dan

[28] Fandy tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran kontemporer.* Hal 90
[29] Fandy tjiptono, *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran kontemporer.* Hal 52

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

diarahkan untuk mencapai kebaikan (mashlahat), berdasarkan konsep dan norma-norma yang ditetapkan oleh Allah SWT dan Rosulnya. Terdapat firman Allah SWT yang memberi petunjuk untuk berbuat kebaikan. Seorang pengajar dan pendidik memberikan contoh dan teladan tentang prilaku dan akhlak mulia, sehingga diharapkan anak didiknya mau mengikutinya. Disamping itu, mereka juga menunjukkan ketokohanya, keberanian, kemajuan, kemampuan intelektual, gaya bicara dan interaksi sosial yang baik. Pada zaman dahulu, para Nabi dan Rosul merupakan orang- orang pilihan yang sempurna. Mereka dijadikan sebagai penutan dan teladan bagi para sahabat dan pengikutnya, sehingga terbina sebuah hubungan sosial yang kondusif. [30]

وَٱبْتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلْءَاخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ مِنَ ٱلدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِن كَمَآ أَحْسَنَ ٱللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ ٱلْفَسَادَ فِى ٱلْأَرْضِ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Artinya: "*Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaiman Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamau berbuat kerusakan da (muka) bumi, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan". (Al Qashash: 77)*[31]

---

[30] Ahmad Ibrahim, 2006, *Manajemen Syari'ah*, Grafindo, Jakarta, hal 169
[31] Departemen agama RI, 2006, *Al-Quran Terjemah*, Edi Suharto.Ali Imron. hal 623

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

Adapun kiat-kiat membangun citra dimata pelanggan menurut Uswah Rosulullah SAW :

b. Penampilan. Tidak membohongi pelanggan, baik mencakup besaran kuantitas dan kualitas, Terdapat dalam firman Allah SWT:

أَوْفُوا۟ ٱلْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا۟ مِنَ ٱلْمُخْسِرِينَ ﴿١٨١﴾ وَزِنُوا۟ بِٱلْقِسْطَاسِ ٱلْمُسْتَقِيمِ ﴿١٨٢﴾ وَلَا تَبْخَسُوا۟
ٱلنَّاسَ أَشْيَآءَهُمْ وَلَا تَعْثَوْا۟ فِى ٱلْأَرْضِ مُفْسِدِينَ ﴿١٨٣﴾

Artinya : " *Sempurnahkanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan; dan timbanglah dengan timbangan yang lurus. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi ini dengan membuat kerusakan,* " (Asy-Syu'araa' : 181-183) [32]

c. Pelayanan. Pelanggan yang tidak sanggup membayar kontan hendaknay diberi tempo untuk melunasinya. Selanjutnay, pengampunan (bila m4emungkinkan) hendaknay di berikan, jika ia benar-benar tidak sanggup membayarnay.

d. Pemuasan. Hanya dengan kesepakatan bersama, dengan suatu usulan dan peneriamaan, penjualan akan sempurna[33]. Firman Allah SWT:

يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ
مِّنكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوٓا۟ أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

[32] Departemen agama RI,, *Al-Quran Terjemah*, hal 890
[33] Muhammad Ismail Yusanto, 2003, *Manajemen bisnis islam,* Gema insani press, hal 68

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

Artinya: *"hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan batil, kecualai dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (An-Niasaa: 29)*[34]

e. Persuasi. Menjauhi sumpah yang berlebiahan dalam menjual suatu barang.

5. Model kualitas pelayanan administrasi

Model kualitas jasa yang populer dan hingga kini banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah Model Servqual (singkatan dari *Service Quality*), yang dikembangkan oleh Parasuman' Zeithaml' dan Berry. Model ini berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan yang sebagian besar didasarkan pada pendekatan diskonfirmasi. Dalam pendekatan ini ditegaskan bahwa bila kinerja pada suatu atribut (*atribut performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectatians*) atas atribut yang bersangkutan, maka kepuasan (dan kualitas jasa) pun akan meningkat[35].

6. Ciri pelayanan administrasi yang baik

Pelayanan yang baik akan terlihat ketika pelayanan tersebut dilaksanakan sesuai dengan fungsinya. Begitu juga dengan pelayanan administrasi, ada beberapa ahli yang mempunyai pendapat mengenai fungsi administrasi diantaranya Gulick dan Urwick, Newman dan yang

[34] Departemen agama RI, 2006, *Al-Quran Terjemah*, Edi Suharto.Ali Imron. hal 122
[35] Fandi Tjiptono, 2008, *Pemasaran Jasa*, ANDI, Yogyakatra. Hal 262

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

lain. Namun fungsi yang paling dikenal dan digunakan adalah pendapat Gulick dan Urwick yaitu perencanaan (planning), pengorganisasian (organizing), penunjukan personal (staffing), pengarahan (directing), pengkoordinasian (coordinating), pelaporan (reporting), dan pembiayaan (budgeting).[36] Jadi pelayanan administrasi yang baik akan terlaksana ketika semua fungsi tersebut dengan baik pula.

7. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam administrasi

Di dalam administrasi, ada faktor-faktor yang perlu diperhatikan diantaranya mengenai unsur-unsur yang terkandung dalam administrasi yaitu :[37]

a. Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu tata hubungan sebagai kegiatan penyampaian warta dari seseorang kepada pihak lain dalam kerjasama mencapai tujuan tertentu. Tanpa tata hubungan, tidak mungkin kerjasama dapat berlangsung.

b. Informasi

Informasi sebagai tata keterangan yang berupa penghimpunan, pencatatan, pengolahan, penggandaan, pengiriman, penyimpanan, penyusutan dan pemusnahan informasi.

c. Personalia

Personalia merupakan tata kepegawaian berupa pencarian,pelamaran, pengujian, penerimaan, pengangkatan,

---

[36] Arikunto ,1993, *Organisasi dan Administrasi,* Grafindo Persada,Jakarta,hal 37
[37] Ismail,Nawawi, 2007, *Perilaku Administrasi,* ITS press, Surabaya,hal 49 - 52

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

penempatan, kepangkatan, pengembangan, kesejahteraan, pemutasian, dan pemberhentian tenaga kerja dalam kerjasama mencapai tujuan tertentu.

d. Finansial

Finansial merupakan tata keuangan berupa penyusunan anggaran belanja, penentuan sumber biaya, cara pemakaian, pembukuan, dan pertanggungjawaban atas pembiayaan dalam kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.

e. Material

Material merupakan tata perbekalan berupa pengadaan, pencatatan, pengaturan pemakaian, pemeliharaan,dan penyingkiran benda dalam kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.

f. Relasi Publik

Relasi publik merupakan tata humas berupa usaha pengenalan kegiatan organisasi kepada lingkungan dalam kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu.

Semua unsur yang disebutkan merupakan kebulatan rangkaian kegiatan penataan yang terbentang di antara titik ditentukannya tujuan hingga terbentuknya tujuan.

8. Dimensi variabel

a. Kualitas pelayana administrasi (X1):

1) Kehandalan (*reliability*).(X11)

2) Aksea *(Acsess*).(X12)

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. Kualitas pembimbing manasik haji (X2):

1) Komunikasi (*Comunication*).(X22)

2) Perhatian terhadap pelanggan (*Understanding The Customer*)(X23)

3) Kehandalan (*reliability*).(X24)

c. Kepuasan Jama'ah Haji (Y) :

1) Persepsi para jam'ah.(Y11)

2) Perasaan para jamaah.(Y12)

3) Harapan jama'ah.(Y13)

9. Tujuan Manasik Haji

Tujuan Manasik Haji adalah untuk mempermudah para jamaah dalam melaksanakan ibadah haji selama di tanah air dan di Arab Saudi, baik prakteknya maupun teorinya.

10. Ciri pembimbing manasik haji yang baik

Pembimbing yang baik adalah dapat memahami apa yang dikeluhkan jamaahnya, dapat menjawab pertanyaan dari jam'ah haji, dapat menyampaikan teori atau praktek dengan jelas dan di mengerti oleh jama'ah haji. Sedangkan Para Ahli mengemukakan beberapa persyaratan pemimpin atau pembimbing diantaranya :[38]

a. Pendidikan umum yang meluas

b. Kemampuan berkembang secara mental

c. Rasa ingin tahu

[38] Susilo Martoyo, *Pengetahuan Dasar Manajemen Dan Kepemimpinan,* hal 32-35

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

d. Kemampuan analistis

e. Memiliki daya ingat yang kuat

f. Kapabilitas integratip

g. Keterampilan berkomunikasi

h. Keterampilan mendidik

i. Rasionalitas dan objektifitas

j. Kesedarhanaan

11. Model kualitas pembimbing manasik haji

Yaitu model Kualitas pembimbing manasik haji yang dipakai dapat dilihat dari cara menyampaikannya kepada jamaah haji mulai dari teorinya dan praktek di tanah air (Indonesia) dan di Arab Saudi, cara pembimbing yang mudah difahami dan menggunakan media pembantu seperti VCD/DVD, miniatur ka'bah dan semua hal yang menyangkut praktek yang akan dilakukan saat ibadah haji.[39]

12. Tinjauan kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan sese orang setelaah membandingkan tingkat kinerja /hasil yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja sesuai dengan harapan, maka nasaba akan kecewa tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa sangat puas dengan kinerja karyawanya.

---

[39] Toto Sugianto, *BPIH naik,Kualitas Pelayanan*, 2012 diakses pada 17 juni 2012 http://www.suaramerdeka.com/harian/0507/12/opi4.htm

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

13. Strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (jama'ah haji)

Menurut Fandy Tjiptono ada bebebrapa strategi untuk meraih kepuasan dan meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu: [40]

a. Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*

Strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berahir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain terjalin suatu kemitraan dengan jama'ah secara-terus menerus yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan/jaamaah sehingga terjadi bisnis ulang (*Repeat Bussines*)

b. Strategi *Unconditional Service Guarantee*

Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang ada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan untuk produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu juga akan meningkatkan motivasi para kariawan untuk mencapai tingkat kineraja yang lebih baik dari yang sebelumnya.

c. Strategi Penanganan Keluhan yang Efesien Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas. Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebab kan pelanggan tidak puas dan mengeluh.

---

[40] Fandy Tjoptono, 2006, *Persepektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer.*hal 134-139

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

d. Strategi Peningkatan Kinerja Karyawan

Meliputi berbagai upaya melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pelatiahan dan pendidikan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relation* kepada pihak manajemen dan karyawan, memasuki unsur-unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan (yang penilaiannya bisa berdasarkan pada survai pelanggan) ke dalam syistem penilaian prestasi karyawan dan memberi empowerment yang lebih besar kepada para karyawan dalam menjalankan tugasnya.

e. Menerapkan *Quality Function Deployment* (QFD)

Praktik untuk merancang atau proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahjkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan organisasi. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedemikian mungkin, dengan demikian QDF memungkinkan suatu perusahaan untuk memproriotaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum

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

14. Faktor-faktor kepuasan pelanggan (jama'ah haji)

Ada dua faktor yangmempengaruhi kepuasan pelanggan/jama'ah yaitu: [41].

a. Jasa yang diharapkan/dirasakan (*expected service*) : perasaan senang dalam merasakan pelayanan yang baik atau harapaan-harapan nasaba/pelanggan terpenuhi. Terdapat 10 faktor utama yang mempengaruhi harapan pelanggan terhadap suatu jasa 1.*enduring service intensifiers,* berupa harapan yang disebabkan oleh orang lain ; 2; kebutuhan pribadi, meliputi kebutuhan fisik, sosial; 3 *transitory service intensifiers,*terdiri atas situasi darurat yang membutuhakan jasa tertentu; 4. Persepsi pelanggan terhadap tingkat layanan; 5. *self-perceved service role,*persepsi pelanggan terhadap tingkat keterlibatannay dala proses penyampaian jasa; 6. Faktor situasional yang berada diluar kendali penyedia jasa; 7. Janji layanan eksplisit, baik berupa kilat, personal selling, perjanjian maupun komunikasi penyedia jasa; 9. *word of mouth,* baik dari teman keluarga, rekan kerja, pakar, maupun publik media masa; dan 10. Pengalaman masa lampau.

b. Jasa yang dipersepsikan(*perceived service):* pandanga atau pemikiran nasaba tentang apa yang dilihat dan dirasakan. Sebagai pihak yang membeli, mengkonsumsi jasa, pelangganlah yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Sayangnaya, jasa memiliki karakteristik *variability* sehingga kinerja acapkali tidak konsisten. Hal

[41] Fandy Tjiptono, *Persepektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer,*hal 52

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

ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat intristik (output dan menyampaikan jasa) dan isyarat ekstrinsik (unsur-unsur pelengkap jasa) sebagai cuan atau pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa

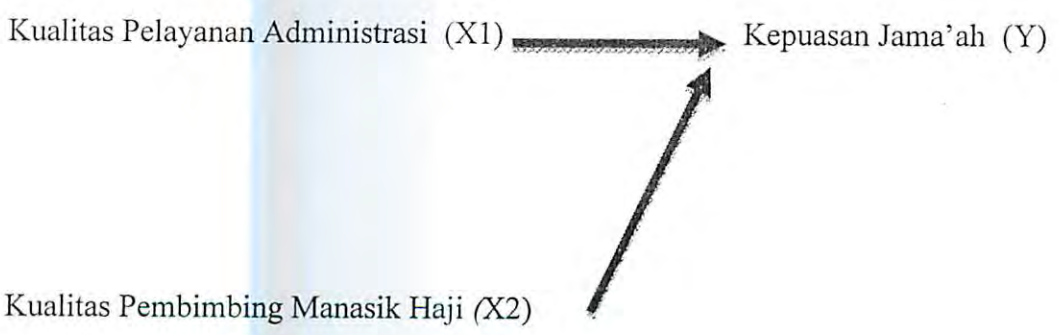
Dalam hal ini kepuasan palanggan mengadopsi dari definisi kepuasan pelanggan yaitu akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa.

15. Manfaan kepuasan pelanggan (jama'ah haji)

Adanya kepuasan pelanggan dapat memberiakan manfaat diantaranaya adalah:

a. Hahubungan antara perusahaan/lembaga dan para pelanggan menjadi harmonis
b. Memberiakn dasar yang baik bagi pelanggan ulang
c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
d. Reputasi menjadi baik dimata pelanggan
e. Laba yang diperoleh jadi meningkat.

C. Paradigma Penelitian



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

1. Kualitas Pelayanan Administrasi (X1):

   Kehandalan (*reliability*).(X11)

   Akses *(Acsess*).(X12)

   Responsivitas (*responsivenees*).(X13)

2. Kualitas Pembimbing Manasik Haji *(*X2):

   Fasilitas fisik (*tangible*). (X21)

   Komunikasi (*Comunication*).(X22)

   Perhatian terhadap pelanggan (*Understanding The Customer*).(X23)

   Kehandalan (*reliability*).(X24)

   Responsivitas (*responsivenees*).(X25)

3. Kepuasan Jama'ah Haji (Y) :

   Persepsi para jam'ah.(Y11)

   Perasaan para jamaah.(Y12)

   Harapan jama'ah.(Y13)

Kualitas pelayanan administrasi terbagi atas tiga dimensi, yaitu Kehandalan (*reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan cepat dan tepat dan terpecaya, cekatan dalam melayani serta tidak menunda-nunda pekerajaan; Akses *(Acsess*) kumudahan untuk ditemui atau dihubungi; Responsivitas (*responsivenees*) kemampuan setiap orang dalam suatu perusahaan/lembaga memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.

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

Pembimbing manasik haji terbagi atas enam dimensi: Fasilitas fisik (*tangible*) penampilan, peralatan personel dan media komunikasi; Komunikasi (*Comunication*) memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat dipahami oleh para pelanggan , selalu mendengarakan saran dan keluhan pelanggan; Perhatian terhadap pelanggan (*Understanding The Customer*) usaha untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang meliputi: pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, memberi saran dan pendapat sesuai dengan kondisi pelanggan dan perhatian khusus terhadap pelanggan; Tata karma (*Courtesy*) kesopanan meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan; Kehandalan (*reliability*) kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpecaya, cekatan dalam melayani serta tidak menunda-nunda pekerjaan; Responsivitas (*responsivenees*) kemampuan setiap orang dalam suatu perusahaan/lembaga memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan adag dapat memberiakan jasa tertentu.

Kepuasan para jama'ah tebagi atas tiga dimensi: *Persepsi* para jam'ah adalah pandanga atau pemikiran nasaba tentang apa yang dilihat dan dirasakan; *Perasaan* para jamaah adalah tidak merasa tertipu atau dikecewakan, rasa senag dan rasa aman; *Harapan* jama'ah haji adalah perasaan senang dalam merasakan pelayanan yang baik atau harapaan-harapan nasaba/pelanggan terpenuhi.

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

D. Hipotesis Penelitian

Dalam melakukan penelitian, sebelum diuji kebenaranyan perlu adanya jawaban sementara, terhadap hasil suatu penelitian yang berupa hipotesis. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.[42] Adapun hipotesis yang peneliti gunakan yaitu :

Ho = diduga tidak ada pengaruh kualitas pelayanan adminstrasi dengan kepuasan jama'ah haji di KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya.

Ha = diduga ada pengaruh kualitas pelayanan adminstrasi dengan kepuasan jama'ah haji di KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya.

Ho = diduga tidak ada pengaruh kualitas pelayanan pembimbing manasik haji dengan kepuasan jama'ah haji di KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya.

Ha = diduga ada pengaruh kualitas pelayanan pembimbing manasik haji dengan kepuasan jama'ah haji di KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya.

Hipotesis ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang ditimbulkan dari Kualitas Pelayanan Administrasi dan Kualitas Pelayanan pembimbing Mansik Haji Terhadap Kepuasan Jama'ah Haji di KBIH Takhobbar Ketintang Surabaya.

---

[42] Sugiyono, *Metode penelitian administrasi. Hal 39*

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