

**PENGARUH PROMOSI SYARIAH DAN PELAYANAN ISLAM
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI SWALAYAN NU NGAMBON
BOJONEGORO**

SKRIPSI

Oleh:

JEFRI KUSUMA

NIM: G74215072



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

SURABAYA

2019

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Jefri Kusuma

NIM : G74215072

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Promosi Syariah dan Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan NU Ngambon.

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 6 Desember 2019

Saya yang menyatakan,



Jefri Kusuma

NIM. G74215072

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi penelitian ini yang ditulis oleh Jefri Kusuma, NIM G74215072 telah diperiksa diperiksa dan disetujui untuk dimunaqosahkan.

Surabaya,6 Desember 2019

Dosen Pembimbing



Hanafi Adi Putranto, M.Si

NIP.198209052015031002

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Jefri Kusuma, NIM. G74215072 ini telah dipertahankan di depan Majelis Munaqosah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari Senin, 16 Desember 2019 dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Majelis Sidang Munaqosah

Penguji 1



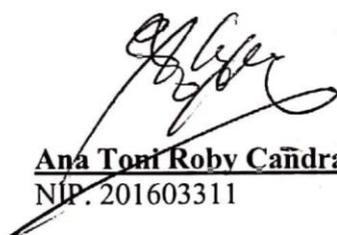
Hanafi Adi Putranto, M.Si
NIP. 198209052015031002

Penguji 2



Nurlailah, M.SEI
NIP. 196205222000032001

Penguji 3



Ana Toni Roby Caandra Yudha, M.SEI
NIP. 201603311

Penguji 4



Rianto Anugerah Wicaksono, M.SEI
NIP. 198508222019031011

Surabaya, 19 Desember 2019

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.
NIP. 197005142000031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : JEFRI KUSUMA
NIM : G74215072
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) / Ekonomi Syariah
E-mail address : jefrikusuma20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Promosi Syariah dan Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan Konsumen Di Swalayan NU

Ngambon Bojonegoro

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Desember 2019

Penulis

(Jefri Kusuma)

nama terang dan tanda tangan

- e) Menginformasikan jasa-jasa yang disediakan oleh perusahaan.
 - f) Meluruskan kesan yang keliru.
 - g) Mengurangi ketakutan atau kekawatiran pembeli.
 - h) Membangun citra perusahaan.
- 2) Membujuk pelanggan sasaran (*persuading*), untuk :
- a) Membentuk pilihan merk.
 - b) Mengalihkan pilihan ke merk tertentu.
 - c) Mengubah persepsi pelanggan terhadap atribut produk.
 - d) Mendorong pembeli untuk belanja saat itu juga.
 - e) Mendorong pembeli untuk menerima kunjungan wiraniaga (*salesmen*).
- 3) Mengingat (*reminding*), terdiri atas :
- a) Mengingat pembeli bahwa produk yang bersangkutan dibutuhkan dalam waktu dekat.
 - b) Mengingat pembeli akan tempat-tempat yang menjual perusahaan.
 - c) Membuat pembeli tetap ingat walaupun tidak ada kampanye iklan.
 - d) Menjaga agar ingatan pertama pembeli jatuh pada produk perusahaan.

- 2) Tersedianya sarana dan prasarana, yaitu dalam melayani pelanggan sarana dan prasarana harus diperhatikan, seperti meja dan kursi serta peralatan pendukung lain yang nyaman untuk ditempati dan dipandangi.
- 3) Bertanggung jawab, yaitu dalam menjalankan kegiatan pelayanan, para karyawan atau pelayan harus mampu melayani dari awal sampai akhir. Pelanggan akan merasakan puas jika petugas bertanggungjawab terhadap pelayanan yang diinginkannya.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tanggap, yaitu dalam melayani petugas pelayan diharapkan melakukan sesuai prosedur, layanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan tidak membuat kesalahan, dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- 5) Mampu berkomunikasi, yaitu petugas dalam memberikan pelayanan harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan, yaitu para petugas pelayan harus mampu menjaga kerahasiaan pelanggan untuk hal-hal tertentu. Kemampuan menjaga rahasia ini merupakan ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan, yaitu para petugas pelayanan dituntut untuk memiliki pengetahuan dan kemampuan tertentu dalam melayani.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan

No	Peneliti/ Tahun/ Judul	Metode	Hasil	Persamaan dan Perbedaan
1	Luluk Rusdiana Wati/2016/Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan di <i>Re-Share</i> Rabbani Sidoarjo. (Skripsi)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, baik secara parsial maupun secara simultan.	<p>Persamaan dalam penelitian yang akan saya teliti yaitu terdapat pada variabel tentang promosi (X_1) dan Variabel tentang pelayanan (X_2)</p> <p>Perbedaan dalam penelitian yang akan saya teliti yaitu variabel (Y) dalam penelitian ini yaitu loyalitas pelanggan didalam penelitian saya itu kepuasan konsumen</p>
2	Chusnul Chotimah/2014/Pengaruh Produk, Pelayanan, Promosi dan Lokasi terhadap Masyarakat Memilih Bank Syariah di Surakarta. (Skripsi)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan dan lokasi berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah, sedangkan produk dan promosi tidak	<p>Persamaan dalam penelitian yang akan saya teliti yaitu pada variabel pelayanan (X_2) dan promosi (X_1)</p> <p>Perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan yakni pada variabel produk, lokasi dan objek penelitian dimana penelitian ini objek yang</p>

			berpengaruh terhadap masyarakat memilih bank syariah.	diteliti bidang jasa sedangkan penelitian saya bidang modern trade
3	Risky Pratama Putra/2015/Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. (Jurnal)	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan Islam memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen dan Loyalitas.	Persamaan pada penelitian yang akan dilakukan yakni sama-sama menggunakan variabel Pelayanan Islam (X_2) dan pada variabel Kepuasan konsumen (Y) Perbedaan dalam penelitian yang akan saya lakukan terletak di variabel terikatnya yaitu Loyalitas.
4	Basrah Saidani/2013/Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market (Jurnal)	Kuantitatif	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat pembelian	Persamaan dalam penelitian yang akan saya teliti yaitu pada variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen (Y) Perbedaan dalam penelitian yang akan saya lakukan yakni variabel bebas di penelitian ini yaitu kualitas produk dan kualitas layanan sedangkan penelitian saya Promosi Syariah dan Pelayanan

Tabel 4. 2Macam – macam Produk Swalyanan NU Ngambon

Minuman		
No	Jenis	Nama Produk
1.	Susu	a. <i>Bear Brand</i> b. <i>Frisian Flag</i> c. Bendera
2.	Bersoda	a. Fanta b. <i>Coca Cola</i> c. <i>Big Cola</i>
3.	Air Mineral	a. Aqua b. Cleo c. Club

Berdasarkan tabel 4.2, dalam produk minuman ada empat jenis minuman, dalam minuman susu ada 3 produk yang sering dibeli konsumen yaitu: *bear brand*, *frisian flag*, bendera, Untuk minuman bersoda ada fanta, *coca cola*, *big cola* yang sering dibeli konsumen, sedangkan air mineral ada aqua, cleo dan club yang menjadi pilihan konsumen.

Tabel 4. 3Macam – macam Swalayan NU Ngambon

<i>Snack</i>		
No	Jenis	Nama Produk
1.	<i>Snack Pabrik</i>	a. <i>Chitato</i> b. <i>Cheetos</i> c. <i>Oreo</i>
2.	<i>SnackHome Industri</i>	a. Keripik Singkong b. Keripik Pisang c. Keripik Talas

Berdasarkan tabel 4.3, dalam produk *snack* ada dua jenis yaitu *snack* pabrik dan *snackhome industri*. Untuk *snack* pabrik ada tiga produk yang sering dibeli yaitu *chitato*, *cheetos*, dan *oreo*, sedangkan untuk *snackhome industri* yang sering konsumen ada tiga produk yang sering dibeli yaitu keripik singkong, keripik pisang, keripik talas.

Tabel 4. 4Macam – macam Produk Swalayan NU Ngambon

Roti		
No	Jenis	Nama Produk
1.	<i>Biscuit</i>	a. Roma b. Sari Gandum c. Kong Guan
2.	Wafer	a. Tango b. Nabati c. Beng – beng
3.	Roti	a. Sari Roti b. Gandum c. <i>Mr. Bread</i>

Berdasarkan tabel 4.4, ada tiga jenis roti yang sering dibeli oleh konsumen yaitu *biscuit*, wafer, roti. Untuk jenis *biscuit* yang sering dibeli konsumen yaitu : roma, sari gandum, kong guan. Untuk jenis wafer ada tiga produk yaitu: tango, nabati, dan beng – beng. Untuk jenis roti ada tiga produk yang sering dibeli konsumen yaitu sari roti, gandum, dan *mr. bread*.

Tabel 4. 6Macam – macam produk Swalayan NU Ngambon

Bahan dan Perlengkapan Cuci		
No	Jenis	Nama Produk
1.	<i>Detergen</i>	a. Rinso b. Daia c. Soklin
2.	Sabun Cuci Piring	a. Mama Lemon b. <i>Sunlight</i> c. <i>Wings</i>
3.	Pelembut Pakaian	a. <i>Downy</i> b. Soklin c. Molto

Berdasarkan tabel 4.6, ada tiga jenis perlengkapan cuci yang sering dibeli konsumen. Yang pertama ada *detergen* ada tiga produk yang menjadi pilihan konsumen yaitu: daia, rinso, dan soklin. Untuk jenis sabun cuci piring ada tiga produk yang sering dibeli konsumen yaitu: mama lemon, *sunlight*, dan *wings*. Untuk jenis pelembut pakaian ada tiga produk yang menjadi pilihan konsumen yaitu: *downy*, soklin, dan molto.

Dalam Islam tempat usaha tidak hanya harus bersih dan nyaman, Namun harus juga dihindarkan melingkupi tempat usaha itu dengan hal-hal yang diharamkan oleh agama Islam.

Swalayan NU Ngambon terletak di jalan poros desa, berhadapan dengan kantor kecamatan Ngambon yang menjadi pusat perbelanjaan yang menggunakan *modern trade* dengan konsep syariah. Jarak antar kompetitor dengan swalayan NU Ngambon kira-kira 1 (satu) km dan berada di tengah pusat keramaian dan pemerintahan kecamatan menjadikannya pilihan utama untuk masyarakat sekitar berbelanja kebutuhan sehari-hari.

Kompetitor yang berada di sekitar Swalayan NU Ngambon berjenis pasar tradisional dan toko kelontong, hal ini membuat Swalayan NU Ngambon lebih unggul dibandingkan kompetitornya karena suatu hal yang baru bagi masyarakat kecamatan Ngambon.

Karakteristik Swalayan NU Ngambon lebih unggul dari kompetitornya karena menggunakan cara *modern trade*, letaknya yang cukup strategis, tempat yang cukup bersih karena pihak perusahaan tidak memperbolehkan siapapun yang masuk kedalam ruangan dengan menggunakan alas kaki, untuk soal harga yang bersaing dengan kompetitor karena perusahaan ini saat kulakan dengan skala besar tentunya mendapatkan harga yang lebih murah dari biasanya.

- Hafifudin, Didin. dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003.
- Hasan, Ali. *Marketing dan Bank Syariah*, Bogor : Ghalia Indonesia, 2010.
- Hermawan, Kartajaya. *Syariah Marketing*, Mizan, Mei 2006.
- Huda, Nurul. “Pemasaran Syariah Teori dan Aplikasi” Depok; Kencana, 2017.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* Bandung: Mizan, 2006.
- Kasmir, *Kewirusahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2007.
- Kementrian Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahaannya*, Jakarta: Cahaya Qur’an, 2011
- Kotler, Philip.& Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran Jilid 1* Jakarta: Erlangga 2008.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Indonesia Jilid 1*, Jakarta : Prenhalindo, 1997.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Modern*, Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Kurniawan, Iwan Suryono Budi Santoso, dan Bambang Munas Dwiyanto, 2007, *Analisis Fakro-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang Produk Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi kasus Pada Produk Sakatonik Liver Di Kota Semarang)*, Jurusan Manajemen & Organisasi Volume 4, Nomer 2, Juli, 21.
- Lingga, Purnama. *Strategic Marketing Plan : Panduan Praktis dan Lengkap Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2006.

- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Jakarta : Salemba Empat, 2001.
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Panjaitan, Felix. Hotman Panjaitan, *Analisis Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: PT. Revka Petra Media, 2010.
- Priyanto, Duwi. *Mandiri belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari, *Islamic Ecomomics* Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Rizan, Muhammad. Fajar Andika, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal riset Mnajemen Sains Indonesia vol 2 no 1.2011. Jakarta Selatan.
- Rohman, Fatchur. *Analisis Kepuasan Pada Kualitas Layanan Mobile Banking GPRS Bank Syariah Mandiri Surabaya Barata*, (Skripsi-Surabaya: IAIN Sunan Ampel, 2013).
- Ruslan, Rosady. *Manajemen Publik Relations dan Komunikasi : Konsep dan Aplikasi*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Samanu. *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*, Surabaya: Airlangga University Press, 2017.
- Sauri, Supian. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan kepercayaan Anggota Di Pusat Koperasi Syariah Alkamil Jawa Timur" (Skripsi— UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2017).
- Setiawannigrum, Ari. *Prinsip-prinsip Pemasaran* Yogyakarta: Andi Offset, 2015.
- Suharso, Pugu. *Metode Penelitian Kuantitatif unuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*, Jakarta: Indeks, 2009.
- Suntoyo, Dadang. *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, Yogyakarta, CAPS, 2015.

- Swastha, Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty Offset, 1997.
- Syahrudin dan Salim. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Cipta Pustaka Media, 2014.
- Sylvia, Astrid “Macam-macam Skala Pengukuran Untuk Instrumen”, dalam <http://sylviastrid.blogspot.com>, diakses pada tanggal 24 april 2015.
- Tanjung, Hendri dan Abrista Devi, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Gramata Publishing, 2013.
- Tjiptono, Fandy. dan Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta : Andi, 2003.
- Tjiptono, Fandy. dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Edisi2, Yogyakarta : Andi, 2012.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing. 2006.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andy Offset, 1997.
- Umam, Choli dan Taudlikhul Afkar *Modul Kewirausahaan Untuk Mahasiswa dan Umum*, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2011).
- Wibowo, Bintang. ”Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Sakinah Aqiqah Surabaya” (Skripsi—UIN Sunan Ampel Surabaya, 2017)
- Yuliandari, Ricki dan Zuli Nuraeni, *Statistika Penelitian Plus Tutorial SPSS*, Yogyakarta: Innosain, 2017.
- Suhartono, *wawancara*, Bojonegoro, 1 Oktober 2019.