

**PENGARUH PELAYANAN ADMINISTRASI
TERHADAP KEPUASAN PESERTA DIKLAT DI
BALAI DIKLAT KEAGAMAAN SURABAYA
SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam memperoleh
gelar sarjana (Sos)



Oleh :
Akmal Hasani
NIM.B94216041

Dosen Pembimbing:
Bambang Subandi, M.Ag

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2020**

**PERNYATAAN
PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI**

Bismillahirrohmanirrohim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Akmal Hasani
NIM : B94216941
Program Studi : Manajemen Dakwah
Alamat : Jl. Kedinding Lor, Gg. Kemuning III
Baru, Surabaya

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya peneliti secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila dikemudian hari terbukti atau dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berlaku.

Surabaya, 03 Desember 2019



PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Nama : Akmal Hasani
NIM : B94216041
Program Studi : Manajemen Dakwah
Judul : Pengaruh Pelayanan Administrasi
Terhadap Kepuasan
Peserta Diklat Di Balai Diklat
Keagamaan Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing
untuk diujikan.

Surabaya, 03 Desember 2019
Dosen Pembimbing



Bambang Subandi, M.Ag
1971403032000031001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi Oleh Akmal Hasani Telah dipertahankan di depan Tim

Penguji Skripsi

Surabaya, 17 Desember 2019

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan



Dr. H. Abd. Halim, M.Ag.

NIP. 196307251993031002

Penguji I

Bambang Subandi, M.Ag.

NIP. 197403032000031001

Penguji II

Ahmad Khairul Hakim, S.Ag, M.Si

NIP. 197512302003121001

Penguji III

Dr. Sokhi Huda, M.Ag.

NIP. 196701282003121001

Penguji IV

Airlangga Bramayudha, MM

NIP. 197912142011011005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@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 : AKMAL HASANI
NIM : B94216041
Fakultas/Jurusan : FDK/MANAJEMEN DAKWAH
E-mail address : akmalhasani546@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 PELAYANAN ADMINISTRASI TERHADAP KEPUASAN PESERTA
DIKLAT DI BALAI DIKLAT KEAGAMAAN SURABAYA

berserta 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, 17 Desember 2019

Penulis


(Akmal Hasani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Akmal Hasani.2019. Pengaruh Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Diklat Di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Skripsi Prodi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Ampel Surabaya.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh intensitas pelayanan administrasi yang sangat tinggi di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya melaksanakan kegiatan diklat pada setiap pekan. Jumlah peserta cukup banyak yang melakukan diklat. Peserta diklat mencapai 140 peserta. Selain itu, Balai Diklat Keagamaan Surabaya menyediakan ruangan khusus untuk registrasi bagi peserta diklat. Oleh karena itu, kegiatan layanan administrasi di Balai Diklat Keagamaan Surabaya memiliki perbedaan dengan kegiatan diklat di tempat yang lainnya.

Tiga rumusan masalah diangkat dalam penelitian ini. *Pertama*, apakah pelayanan administrasi memiliki hubungan terhadap kepuasan peserta diklat. *Kedua*, apakah pelayanan administrasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan peserta diklat. *Ketiga*, berapa nilai pelayanan administrasi memengaruhi kepuasan peserta diklat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Di samping itu, penelitian ini memakai jenis hipotesis asosiatif. Penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Dalam hal analisa, peneliti menggunakan uji regresi linier sederhana untuk menjawab rumusan masalah di atas. Dari hasil yang didapatkan, hasil penelitian ini adalah adanya hubungan yang signifikan pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat dengan nilai $p \text{ value} \leq 0,05$ ($0,000 \leq 0,05$). Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel “*Anova*”. Selain itu, pelayanan administrasi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan peserta diklat dengan nilai 0,871. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel “*Correlations*”. Hasil tersebut menunjukkan,

bahwa pelayanan administrasi memiliki pengaruh yang signifikan dan hubungat yang sangat kuat terhadap kepuasan peserta diklat. Makna hubungan tersebut adalah apabila nilai pelayanan administrasi dinaikkan, maka nilai kepuasan peserta diklat akan bertambah. Namun, apabila nilai pelayanan administrasi diturunkan, maka nilai kepuasan peserta diklat akan turun.

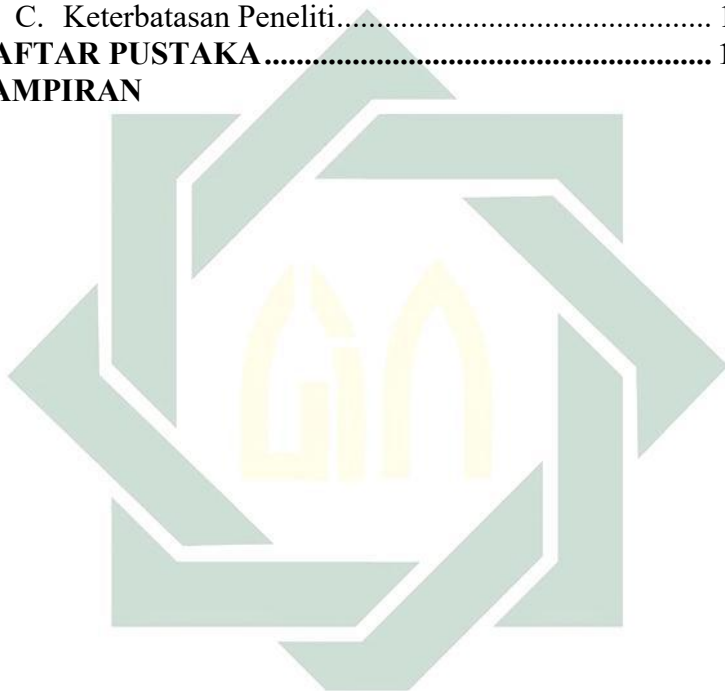
Kata Kunci : Pelayanan Administrasi dan Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR BAGAN DAN DIAGRAM	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Definisi Konsep.....	7
F. Definisi Operasional	11
G. Sistematika Pembahasan.....	16
BAB II. KAJIAN TEORI	
A. Penelitian Terdahulu	21
B. Pelayanan Administrasi.....	26
1. Pengertian Administrasi.....	26
2. Kriteria Administrasi.....	30
3. Pengertian Pelayanan	34
4. Jenis-jenis Pelayanan	37
5. Kualitas Pelayanan.....	40
6. Faktor-faktor Pelayanan.....	44
C. Kepuasan Konsumen.....	48
1. Pengertian Kepuasan Konsumen	48
2. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen	51

3. Pengukur Kepuasan Konsumen	56
D. Pelayanan Perspektif Islam	61
E. Kepuasan Konsumen Perspektif Islam	64
F. Paradigma Penelitian.....	67
G. Hipotesis Penelitian.....	68
BAB III. METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	70
B. Lokasi Penelitian.....	70
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	71
D. Variabel dan Indikator	72
E. Tahap-tahap Penelitian.....	76
F. Teknik Pengumpulan Data.....	77
1. Kuesioner	78
2. Observasi.....	78
3. Dokumentasi	78
G. Teknik Validitas Instrumen.....	79
1. Uji Validitas	79
2. Uji Reliabilitas	79
H. Teknik Analisis Data.....	80
1. Uji Asumsi Klasik.....	80
2. Uji Regresi Linier Sederhana.....	82
I. Jadwal Penelitian.....	82
BAB IV. HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	83
1. Sejarah.....	83
2. Visi dan Misi.....	85
3. Struktur Organisasi	85
4. Keuangan	86
5. Sarana Prasarana/Aset.....	87
6. Program/Kegiatan	87
7. Segmentasi	88
B. Penyajian Data	88
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	88
2. Uji Asumsi Klasik.....	96

3. Uji Regresi Linier Sederhana.....	101
H. Uji Hipotesis	109
I. Pembahasan Hasil Penelitian	109
BAB V. PENUTUP	115
A. Kesimpulan	115
B. Saran dan Rekomendasi	117
C. Keterbatasan Peneliti.....	117
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN	

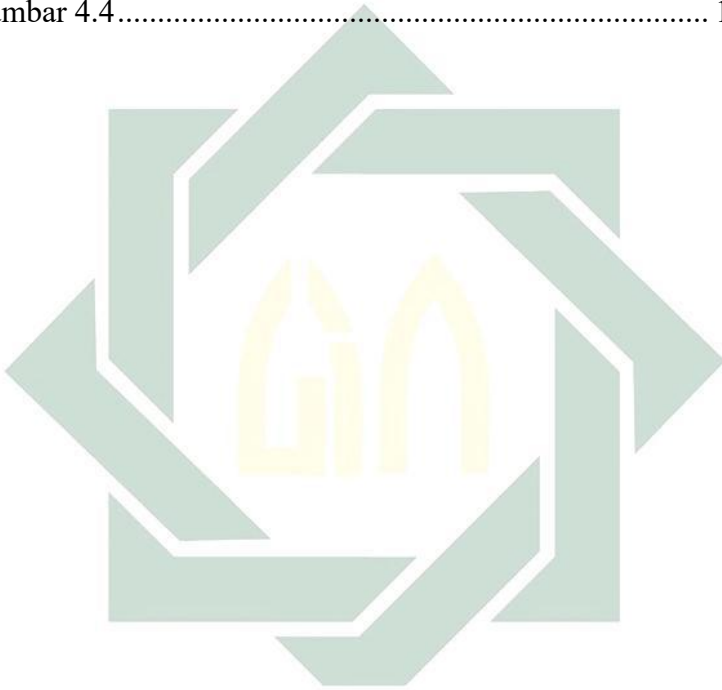


DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.....	73
Tabel 3.2.....	75
Tabel 3.3.....	82
Tabel 4.1.....	89
Tabel 4.2.....	90
Tabel 4.3.....	91
Tabel 4.4.....	92
Tabel 4.5.....	93
Tabel 4.6.....	94
Tabel 4.7.....	95
Tabel 4.8.....	96
Tabel 4.9.....	99
Tabel 4.10.....	102
Tabel 4.11.....	105
Tabel 4.12.....	109

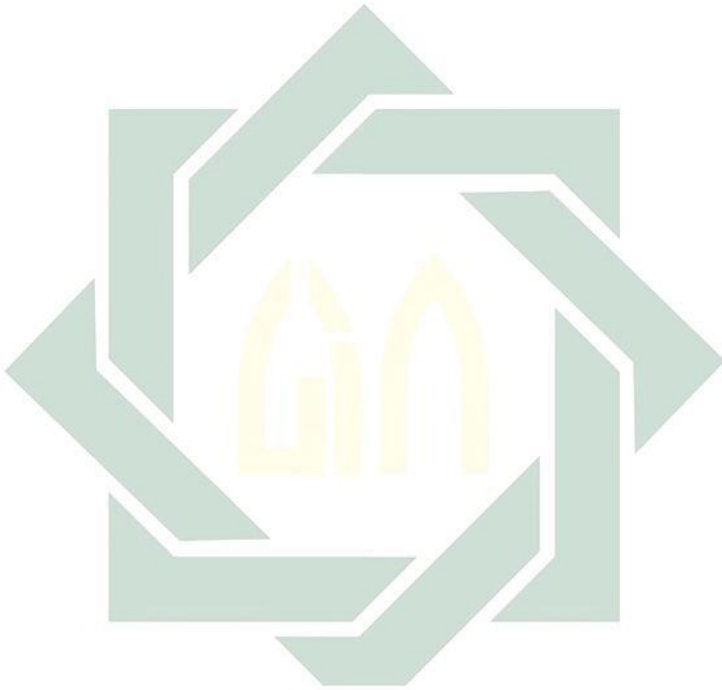
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.....	3
Gambar 2.1.....	68
Gambar 4.1.....	86
Gambar 4.2.....	97
Gambar 4.3.....	100
Gambar 4.4.....	104



DAFTAR BAGAN DAN DIAGRAM

Bagan 1.1	11
Diagram 4.1.....	106



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi berkembang secara terus-menerus. Perkembangan teknologi ini dihubungkan dengan perkembangan industri. Perkembangan industri dikenal dengan beberapa tahapan. Tahapan perkembangan industri adalah industri 1.0, 2.0, 3.0 dan 4.0. Pada saat ini, industri telah sampai pada 4.0. Namun, perkembangan teknologi yang cepat menuntut manusia, agar manusia dapat menata rapi hasil catat-mencatatnya atau yang dikenal dengan kegiatan administrasi. Manusia dituntut untuk menata rapi di dalam bidang keadministrasiannya dengan menggunakan teknologi komputer.

Teknologi komputer sangat populer digunakan untuk menyimpan berkas-berkas yang berkaitan dengan administrasi. Bahkan, dokumen-dokumen penting tidak lagi disimpan di lemari-lemari atau di brankas, akan tetapi dokumen-dokumen telah disimpan di dunia maya. Jika administrasi yang telah dilakukan itu tertata rapi, maka hal demikian akan memunculkan pelayanan administrasi yang baik. “Kegiatan layanan administrasi terjadi interaksi antara pengguna dan pegawai. Pelayanan yang dibareikan baik akan memunculkan kenyamanan dan kepercayaan pada lembaga tersebut”.¹ Layanan administrasi dapat terjadi karena adanya interaksi antara pengguna dan pegawai yang melakukan pelayanan administrasi tersebut.

Pelayanan mempunyai keterkaitan yang erat dengan pemberian kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan

¹ Sri Andriani, “Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama’ 01 Banyuputih Kabupaten Batang”, *Skripsi* (Semarang: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, 2015), hal 2

dengan kualitas yang baik dapat menghasilkan kepuasan yang baik juga. Dengan demikian, pelanggan akan merasa lebih diperhatikan keberadaannya oleh pihak lembaga.

Pelayanan yang baik juga memengaruhi terhadap kepuasan konsumen atau pelanggan. Kepuasan dan tidak puasny seorang konsumen disebabkan banyak hal, akan tetapi hal yang paling otentik penyebab konsumen tidak puas atau puas dikarenakan akibat dari perbandingan antara harapan dengan barang yang akan dibeli dengan wujud asli barang yang telah dibeli. “Kepuasan adalah perasaan seseorang tentang rasa senang atau kecewa, karena kepuasan membandingkan antara kinerja anggapan produk atau hasil dalam hubungannya dengan ekspektasinya”.² Jadi, kepuasan konsumen atau pelanggan merupakan hal penting yang harus diperhatikan, karena kepuasan konsumen itu berpengaruh terhadap kehidupan instansi. Apabila konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh instansi tersebut, maka konsumen tersebut akan menunjukkan loyalitasnya yang sangat tinggi terhadap instansi tersebut. Tingkat kepuasan konsumen itu merupakan salah satu yang dimunculkan dari kualitas pelayanan. Kualitas adalah tolak ukur bagi konsumen apakah pelayanan yang diberikan telah bagus atau tidak, sehingga kualitas diartikan sebagai parameter atas tingkat pelayanan yang diberikan sesuai pikiran konsumen.³ Oleh karena itu, kualitas pelayanan perlu diadakan perbaikan-perbaikan secara intensif, agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen atau pelanggan.

² M. Hasbi, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang”, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 3. No. 1. Tahun. 2018)

³ M. Hasbi, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang”, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 3. No. 1. Tahun. 2018)

Dari uraian teori-teori di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya merupakan salah satu instansi pemerintah yang bergerak di bidang pelatihan-pelatihan atau diklat. Balai Diklat Keagamaan Surabaya bertempat di Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya memiliki wilayah kerja yang cukup luas. Wilayah kerja Balai Diklat Keagamaan Surabaya adalah Jawa Timur.. Alamat Balai Diklat Keagamaan Surabaya adalah Jl. Ketintang Madya No. 92, Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya. Tempat Balai Diklat Keagamaan Surabaya cukup jauh dari pusat kota. Hal ini sangat berbeda dengan instansi pemerintah yang lainnya. Seharusnya, instansi pemerintah bertempat di suatu tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat.

Balai Diklat Keagamaan Surabaya beroperasi mulai hari senin sampai hari jum'at. Jam operasional Balai Diklat Keagamaan Surabaya ialah jam 08.00-16.00. Hal ini sesuai dengan jam kerja di instansi pemerintah yang lainnya. Namun, hari sabtu merupakan hari aktif bagi karyawan Balai Diklat Keagamaan Surabaya, karena setiap penutupan diklat ditempatkan pada hari sabtu. Balai Diklat Keagamaan Surabaya memiliki ruang sendiri di dalam pendaftaran peserta diklat dan dilengkapi dengan sarana dan prasarana. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini.

Gambar Ruang Registrasi Peserta Diklat, 1.1



Balai Diklat Keagamaan Surabaya hanya bergerak di bidang pelatihan atau diklat. Namun, kegiatan diklat yang diadakan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya tidak hanya diklat yang bersifat keagamaan, akan tetapi semua diklat diadakan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Hal ini sesuai dengan nama lembaga tersebut yakni Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya melakukan pelayanan administrasi yang cukup banyak. Pelayanan administrasi di Balai Diklat Keagamaan Surabaya meliputi pelayanan administrasi bagi peserta diklat, pelayanan administrasi bagi perusahaan atau organisasi yang akan melakukan kerjasama, pelayanan administrasi bagi organisasi yang akan melakukan kerjasama diklat, pelayanan administrasi bagi organisasi yang akan melakukan penyewaan tempat, dan pelayanan administrasi bagi seluruh tamu.

Pelayanan administrasi bagi peserta diklat meliputi pelayanan registrasi, pelayanan pendataan kamar, pelayanan cetak sertifikat dan lain sebagainya. Pelayanan administrasi bagi perusahaan atau organisasi yang melakukan kerjasama meliputi mengisi buku tamu, surat masuk, dan surat keluar. Surat keluar adalah surat tinjauan kepada perusahaan atau organisasi yang melakukan kerjasama. Apabila Balai Diklat Keagamaan Surabaya setuju atas kerjasama tersebut, maka Balai Diklat Keagamaan Surabaya akan mengirim surat pada perusahaan atau organisasi tersebut. Pelayanan administrasi bagi organisasi yang akan melakukan kerjasama diklat meliputi penerimaan berkas-berkas yang menjadi persyaratan, dan tanda tangan MOU. Pelayanan administrasi bagi organisasi yang akan melakukan peminjaman, yaitu mengisi buku tamu, dan mengirim surat peminjaman pada Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

Pelayanan Administrasi bagi seluruh tamu adalah untuk mengisi buku tamu.

Balai Diklat Keagamaan Surabaya memiliki sekap terjang yang cukup lama dalam sejarah berdirinya. Sejarah berdirinya Balai Diklat Keagamaan Surabaya ialah berdasarkan KMA. No. 18/1978 tanggal 6 Maret 1978. KMA tersebut atas persetujuan menteri Pendayagunaan Aparatur Negara (MENPAN) No. B 251/I/MENPAN/3/1978 tanggal 6 Maret 1978. Dengan persetujuan menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, Balai Penataran Guru Agama (BPGA) didirikan enam Balai. Enam balai tersebut disebar ke 6 provinsi. Keenam provinsi tersebut mencakup semua wilayah Indonesia. Salah satu dari enam balai adalah BPGA di Surabaya. BPGA yang berada di Surabaya diharapkan dapat mewakili Indonesia bagian Timur. BPGA tersebut bertempat di Jl. Ngagel Jaya Utara 84 Surabaya. Tahun 2001-2002 Balai Diklat bertempat di Wisma Sejahtera, Jl. Ketintang Madya 72 Surabaya. Di samping menunggu proses renovasi gedung di Jl. Ketintang Madya 92 tahun 2003, Balai Diklat Keagamaan menggunakan lahan tersebut. KMA No. 345 tahun 2004 merubah Balai Diklat Pegawai Teknis Surabaya menjadi Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

Dari uraian di atas, penulis ingin mengkaji dan meneliti mengenai pelayanan administrasi yang dilakukan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Hal ini dikarenakan, intensitas pelayanan administrasi yang sangat tinggi yang dilakukan Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya mengadakan kegiatan diklat pada setiap minggunya. Bahkan, jumlah peserta tidak kurang dari 300 peserta pada setiap minggunya. Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti tentang pelayanan administrasi di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Apabila pelayanan

yang diberikan kepada peserta bagus dan baik, maka peserta akan puas dengan pelayanan di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Namun, jika pelayanan yang diberikan kepada peserta kurang bagus, maka peserta akan merasa tidak puas dengan pelayanan di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Pelayanan yang dimaksudkan adalah pelayanan di bidang keadministrasian. Oleh karena itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Diklat Di Balai Diklat Keagamaan Surabaya”**.

B. Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti membatasi penelitian dengan membuat rumusan masalah yang hendak diteliti. Rumusan masalah yang penulis angkat, yaitu:

1. Apakah terdapat hubungan pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya ?
2. Apakah terdapat pengaruh pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya ?
3. Berapa nilai pengaruh pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah yang sudah dicantumkan. Oleh sebab itu, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya.
3. Untuk mengetahui berapa nilai pelayanan administrasi memengaruhi kepuasan peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diinginkan dapat memberikan manfaat. Manfaat yang diberikan dapat berupa manfaat teoritis dan manfaat yang bersifat praktis. Kedua manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis
 - a. Untuk mengembangkan teori pelayanan administrasi pada keilmuan manajemen pemasaran yang diajarkan di Prodi Manajemen Dakwah.
 - b. Untuk peneliti selanjutnya sebagai bahan kajian yang akan meneliti pelayanan administrasi.
2. Manfaat Secara Praktis
 - a. Manfaat secara praktis penelitian ini ditujukan kepada seksi diklat tenaga administrasi Balai Diklat Keagamaan Surabaya sebagai bahan pembelajaran mengenai keadministrasian yang telah dilakukan selama ini.
 - b. Untuk bahan kajian bagi para praktisi yang bergerak di bidang pelayanan atau jasa dalam memuaskan para pengunanya.

E. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah hal penting dalam sebuah penelitian. Definisi konsep merupakan definisi singkat dari data yang ada. Definisi konsep yang digunakan pada

penelitian ini adalah pelayanan administrasi dan kepuasan konsumen. Definisi konsep pada penelitian ini, yaitu:

1. Pengertian Administrasi

Administrasi adalah cabang dari ilmu sosial. Di samping itu, administrasi merupakan aktivitas dalam memberikan pelayanan. aktivitas memberikan layanan yang dimaksud adalah mengelola informasi, mengelola manusia, mengelola materi kea rah suatu tujuan yang ditetapkan organisasi.⁴ Penjelasan di atas mengatakan, bahwa administrasi cabang dari ilmu sosial. Ilmu sosial adalah ilmu yang mempelajari karakteristik manusia di dalam bermasyarakat. Dalam hal ini, administrasi merupakan cabang dari ilmu pengetahuan sosial.

Administrasi mempunyai hubungan yang erat dengan pengendalian di dalam organisasi. Oleh karena itu, administrasi sering kali menjadi perhatian oleh setiap organisasi. Hal ini telah disampaikan oleh Hadari Nawawi. ia mengatakan, bahwa “administrasi adalah rangkaian kegiatan atau keseluruhan proses pengendalian usaha kerjasama orang untuk mencapai tujuan secara berencana dan sistematis yang diselenggarakan dalam lingkungan tertentu”.⁵ Dari penjelasan Hadawi Nawawi dapat disimpulkan, bahwa administrasi proses pengendalian usaha kerjasama. Proses pengendalian usaha kerjasama bertujuan untuk memastikan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dengan baik.

⁴ Deasy Tantriana, *Teori Administrasi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hal 10

⁵ Nismawati, “Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar (Angkatan 2012)”, *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Islam, UIN Alauddin Makassar, 2016), hal 13

2. Pengertian Pelayanan

Pelayanan merupakan aktivitas yang tidak berwujud dan aktivitas yang tidak bisa dimiliki. Pelayanan dalam arti umum melayani kebutuhan orang lain. Hakekat dari pelayanan adalah aktivitas yang diberikan atau ditawarkan kepada konsumen oleh lembaga.⁶ Dari teori tersebut dapat ditarik pengertian, bahwa inti dasar pelayanan adalah kegiatan menawarkan kepada konsumen atau pelanggan. Pelayanan itu sendiri tidak bersifat dan tidak berwujud. Arti pelayanan tidak bersifat dan tidak berwujud adalah pelayanan tidak dapat dipegang, tapi pelayanan dapat dirasakan.

Hakikat pelayanan pada dasarnya adalah memberikan pelayanan prima kepada masyarakat. Zaitaml, Parasuraman dan Berry menggambarkan model kualitas pelayanan dari dua sisi, yaitu jalinan hubungan dan keseimbangan antara provider dan customer.⁷ Dari penjelasan di atas menunjukkan, bahwa pelayanan dapat dikatakan sebagai pelayanan yang berkualitas apabila memiliki dua unsur yang diperhatikan, yaitu jalinan hubungan dan keseimbangan antara provider dan customer. Dengan dua unsur tersebut. Organisasi dapat menganalisa atau mengamati pelayanannya telah berkualitas atau masih belum.

3. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen salah satu faktor naik daunnya suatu perusahaan yang bergerak di bidang produk barang atau pun perusahaan yang bergerak di

⁶ Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal 107

⁷ Nurman Semil, *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hal 4

bidang produk jasa. “kepuasan konsumen didefinisikan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya”.⁸ Jadi, kepuasan konsumen dipengaruhi oleh suatu barang atau jasa yang didapatkannya dan dipakainya. Konsumen akan merasa puas, apabila barang yang didapatkannya sesuai dengan keinginannya. Selain itu, konsumen akan puas ketika barang yang dipakainya sesuai dengan harapannya.

Administrasi memiliki pengertian yang cukup banyak. Oleh karena itu, peneliti membatasi pengertian administrasi di dalam penelitian ini. Administrasi dalam penelitian ini adalah administrasi yang berkaitan dengan tata usaha, seperti pembuatan surat, surat masuk dan surat keluar, dan lain sebagainya. Administrasi terdapat dua pengertian, yaitu administrasi sebagai manajemen, dan administrasi sebagai tata usaha. Perbedaan dua pengertian ini dapat dilihat pada fungsi dan karakteristiknya. Administrasi sebagai manajemen memiliki fungsi sebagai mana manajemen yakni mengelola, mengatur dan lain sebagainya. Sedangkan, administrasi sebagai tata usaha memiliki fungsi sebagai tata usaha yang meliputi kegiatan kearsipan.

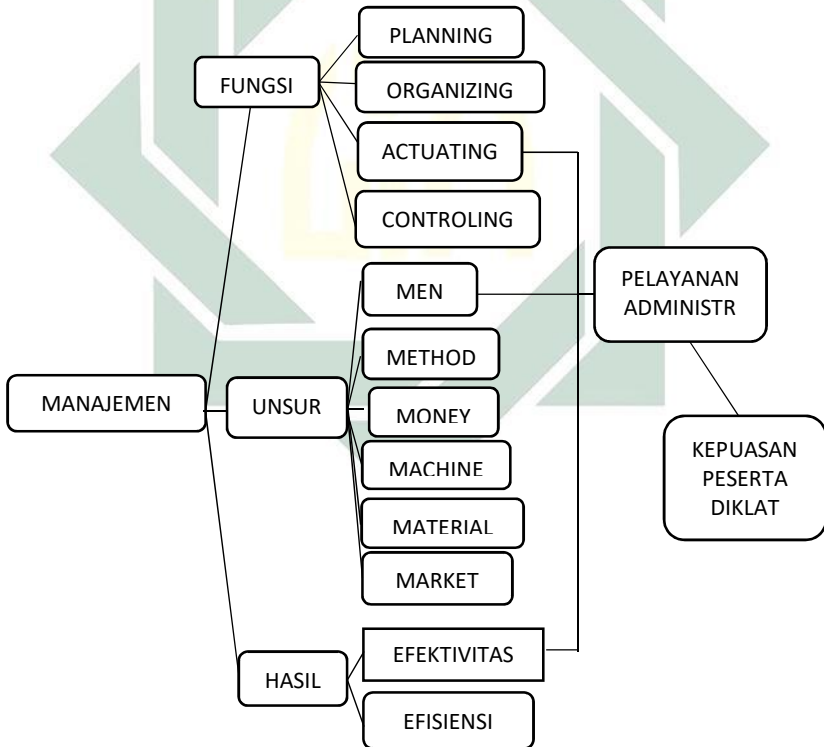
Dari beberapa definisi konsep di atas dapat dijelaskan, bahwa kegiatan administrasi tidak terlepas dengan kegiatan pelayanan. Hal ini dikarenakan, kegiatan administrasi akan melahirkan pelayanan. Sedangkan, kegiatan pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Pelayanan merupakan kegiatan yang berkaitan dengan orang lain. Orang lain yang dimaksud adalah orang

⁸ Inggang Perwangsa Nuralam, *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah* (Malang: UB Press, 2017), hal 48

yang sedang menerima pelayanan atau orang yang sedang dilayani. Pelayanan dikatakan baik, apabila pelayanan dapat memberikan kepuasan kepada para penggunanya. Oleh karena itu, pelayanan administrasi yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada konsumen. Konsumen dalam penelitian ini adalah peserta diklat. Hal ini disebabkan, peserta diklat merupakan seorang yang menikmati pelayanan administrasi yang dilakukan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

F. Definisi Operasional

Bagan 1.1



Layanan dan kepuasan konsumen merupakan dua ilmu yang berada di dalam pembahasan manajemen pemasaran. Perusahaan yang memproduksi suatu barang akan menggunakan pemasaran sebagai teknik penjualannya. Sama halnya, perusahaan jasa akan menggunakan pemasaran sebagai penjualannya. Hal ini disebabkan, pemasaran telah mencakup pelayanan yang diberikan suatu perusahaan dan kepuasan konsumen atas barang atau jasa yang diproduksinya. “Bauran pemasaran adalah rangkaian alat-alat yang dikendalikan. Alat-alat yang dikendalikan berfungsi sebagai strategi pemasaran yang dibaurkan oleh perusahaan untuk membuat respon yang diinginkan dari pasar sasarannya”.⁹ Dilihat dari teori tersebut menyatakan, bahwa pemasaran merupakan alat yang memiliki tujuan merespon apa yang diinginkan oleh pasar. Pasa di dalam teori tersebut adalah konsumen.

1. Layanan Administrasi

a. Pengertian Layanan

Layanan dan administrasi merupakan dua yang berkaitan. Layanan adalah kegiatan untuk memberikan kebutuhan orang lain atau pengguna. Sedangkan, administrasi adalah kegiatan catat mencatat atau yang berkaitan dengan berkas-berkas. Kegiatan catat-mencatat atau kegiatan yang berkaitan erat dengan berkas-berkas membutuhkan seseorang yang menjalankannya. Hal ini disebut pelayanan. “Pelayanan adalah kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula

⁹ Suri Amilia & Ayu Novita, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kunasha Di Kota Langsa”, *Jurnal Manajemen dan Keuangan* (Vol. 5. No. 1. Tahun 2016), hal 3

berakibat pemilihan sesuatu”.¹⁰ Dari teori tersebut dapat dijelaskan, bahwa pelayanan merupakan kegiatan yang dilakukan suatu pihak ke pihak lain. Namun, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud. Hal ini berbeda dengan barang. Barang merupakan produk yang berwujud.

b. Karakteristik Pelayanan

Seseorang yang menjalankan kegiatan catat-mencatat atau kegiatan yang berkaitan dengan berkas disebut sebagai seseorang yang melakukan pelayanan. Hal ini disebabkan, kegiatan catat-mencatat atau kegiatan yang berkaitan dengan berkas merupakan kegiatan yang membutuhkan lawan interaksi. Lawan interaksi di dalam kegiatan administrasi ialah seseorang yang membutuhkannya, seperti seseorang hendak meminjam peralatan kantor, ia harus mengajukan surat peminjaman. Kegiatan pengajuan surat peminjaman disini merupakan kegiatan administrasi, sehingga kegiatan administrasi sangat erat dengan layanan. Layanan yang baik adalah layanan yang mampu memberikan kepuasan bagi konsumennya atau penggunanya.

Menurut Zaitaml, Parasuraman, dan Berry yang dikutip oleh Semil mengatakan, bahwa ada tiga ciri utama di dalam suatu pelayanan, yaitu intangibility, heterogeneity,

¹⁰ Sumadi, "Peran Manajemen Syariah Terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Sakit Islam Di Kota Surakarta", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* (Vol. 03. No 02. Tahun 20170, hal 4

dan inseparability.¹¹ Intangibility adalah ciri utama didalam pelayanan. Intangibility merupakan ciri utama dan pertama yang mengatakan, bahwa layanan muncul dari suatu pengalaman. Selain itu, layanan pada intinya memiliki sifat performance. Jadi, layanan tidak berbentuk objek atau barang yang dapat diukur dengan jelas. Layanan dilihat intangibility adalah layanan tidak dapat diukur sebelum disampaikan, berbeda halnya dengan barang yang diproduksi di pabrik dapat diuji kualitasnya sebelum dipasarkan.

Kedua, heterogeneity adalah karakteristik layanan yang utama. Heterogeneity menjelaskan, bahwa konsumen atau pengguna mempunyai kebutuhan yang heterogen. Konsumen dapat memprioritaskan berbeda pada layanan yang sama. Hal ini dikarenakan, konsumen memiliki kebutuhan yang sangat heterogen atau tidak pasti. Ketiga, inseparability mengungkapkan, bahwa layanan memiliki dua hal yang tidak dapat dipisahkan. Dua hal tersebut adalah produksi dan konsumsi. Pelayanan dapat dikonsumsi secara langsung oleh konsumen. Konsumen akan merasakan puas ketika pelayanan yang dirasakannya sesuai dengan harapannya. Kualitas pelayanan terlihat ketika pelayanan itu sendiri disampaikan atau dilakukan kepada konsumen atau pelanggan.

¹¹ Nurmah Semil, *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah* (Depok: Prenadamedia Group, 2018), hal 51

2. Kepuasan Peserta (Konsumen)

a. Kepuasan Konsumen

Tiga karakteristik utama di atas bertujuan memberikan kepuasan kepada pengguna atau konsumen. “Kepuasan adalah ketika konsumen membandingkan harapan kinerja mereka dengan kinerja aktual produk (actual product performance) yaitu persepsi kualitas produk”.¹² Kepuasan konsumen sangat berarti bagi pelaku usaha di bidang produk barang ataupun jasa. Namun, kepuasan konsumen juga memengaruhi instansi pemerintah yang melakukan pelayanan kepada masyarakat. Pelayanan yang bagus akan menciptakan kepuasan kepada masyarakat yang menikmati layanan tersebut. Layanan instansi pemerintah yang banyak digunakan oleh masyarakat adalah instansi kesehatan (puskesmas, rumah sakit dan lain sebagainya) dan instansi pemerintahan (kelurahan, kecamatan dan lain sebagainya)

b. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh lima faktor, yaitu faktor ketanggapan, faktor keandalan, faktor empati, faktor jaminan, dan faktor bukti langsung.¹³ Faktor ketanggapan adalah kemampuan di dalam membantu konsumen dan melayani kebutuhan

¹² Amalia Lumban Gaol dkk, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen”, *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 38. No.1. Tahun 2016), hal 3

¹³ Eswika Nilasari & Istiatin, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”, *Jurnal Paradigma* (Vol. 13. No. 01. Tahun 2015), hal 4

atau keinginan konsumen dengan baik dan benar. Keandalan ialah kemampuan di dalam memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan. Di samping itu, keandalan merupakan kemampuan di dalam memberikan layanan secara segera, akurat dan memuaskan.

Empati salah satu faktor yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Empati adalah kegiatan memahami konsumen, memberikan rasa peduli kepada konsumen, dan kemudahan untuk dihubungi. Jaminan merupakan kesopanan pegawai, dan pengetahuan pegawai. Selain itu, segala hal yang dapat dipercaya oleh konsumen. Hal ini memiliki tujuan untuk menghilangkan resiko bagi diri konsumen. Bukti langsung adalah apa yang dapat dilihat oleh konsumen sebagai bukti bahwa pelayanan yang akan diberikan berkualitas. Bukti disini dapat meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematikan pembahasan dalam penelitian ini dibagi ke dalam lima bab pembahasan. Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran dan rincian mengenai susunan dalam skripsi, sehingga hal ini diharapkan dapat membantu peneliti di dalam menyusun laporan penelitian atau skripsi. Sistematikan pembahasan penelitian ini sebagai berikut:

Bab pertama adalah pendahuluan. Bab ini merupakan bab yang berisi alasan dilakukannya penelitian ini. Bab pertama memuat latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep, definisi operasional, dan sistematika pembahasan. Latar

belakang memuat pendapat mengenai penelitian ini. Latar belakang penelitian ini adalah ketergantungan manusia pada kegiatan administrasi, sehingga administrasi disini memerlukan pelayanan yang bagus agar dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Selain itu, latar belakang juga memuat teori mengenai variabel yang diangkat. Rumusan masalah dalam penelitian ini dihasilkan dari latar belakang yang ditulis. Rumusan masalah dalam penelitian berjumlah tiga rumusan masalah. Tujuan penelitian ditulis, agar penelitian ini tertuju dan terarah. Tujuan penelitian bersumber dari rumusan masalah yang telah dibuat. Manfaat penelitian dalam penelitian ini ada dua, yaitu manfaat secara teori dan manfaat secara praktis. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah definisi mengenai variabel yang sedang diangkat. Definisi konsep disini berbentuk teori yang kongkrit secara pengertian. Definisi operasional merupakan kerangka teori dalam penelitian kuantitatif. Sistematika pembahasan merupakan poin terakhir dalam bab satu. Sistematika pembahasan memuat susunan atau rancangan di dalam penyusunan skripsi.

Bab kedua adalah kajian pustaka. Bab ini memuat beberapa poin yang dikupas di dalamnya. Bab kedua dalam penelitian ini memuat beberapa hal, yaitu penelitian terdahulu, paradigma penelitian, hipotesis penelitian, kajian teori atau kajian pustaka dan perspektif Islam. Penelitian terdahulu adalah penelitian yang dilakukan oleh seseorang sebelum penelitian ini dan penelitiannya memiliki kesamaan dengan penelitian ini. Paradigma penelitian adalah pola pikir mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Paradigma dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen satu dan variabel dependen satu. Hipotesis adalah jawaban sementara yang perlu diuji kebenarannya. Ada dua jawaban sementara, yaitu terdapat

hubungan dan tidak terdapat hubungan. Kajian pustaka di dalam penelitian ini memuat teori yang berkenaan dengan variabel penelitian. Variabel dalam penelitian ini adalah pelayanan administrasi dan kepuasan konsumen. Pelayanan administrasi sebagai variabel X dan kepuasan konsumen sebagai variabel Y, sehingga kajian teori dalam penelitian ini memuat kajian teori pelayanan, administrasi dan kepuasan konsumen. Perspektif Islam adalah pandangan Agama Islam mengenai variabel yang tengah diangkat. Perspektif Islam dalam penelitian ini adalah perspektif Islam mengenai suatu kegiatan pelayanan dan perspektif Islam mengenai kepuasan seorang pembeli atau konsumen.

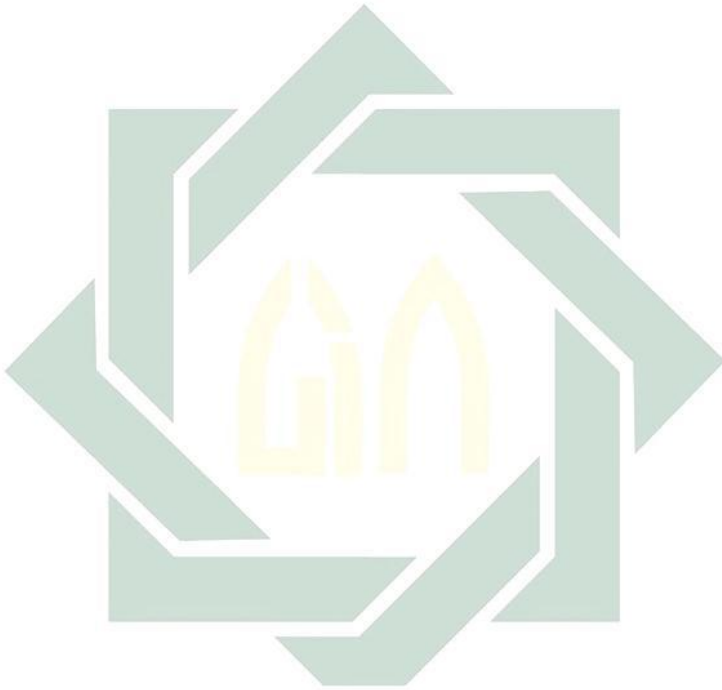
Bab ketiga adalah metode penelitian. Metode penelitian merupakan komponen di dalam penelitian yang harus ada. Dengan adanya variabel, peneliti akan lebih mudah menjalankan penelitiannya. Metode di dalam penelitian meliputi pendekatan, jenis penelitian, sampel, teknik sampling, pengumpulan data, dan analisis data. Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif. Jenis penelitian ini ialah hipotesis asosiatif. Sampel pada penelitian adalah pegawai dan peserta diklat. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling purposive. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah asumsi klasik, koefisien spearman rank dan regresi linier sederhana.

Bab keempat dalam penelitian merupakan hasil dari suatu penelitian, sehingga bab empat memuat sejarah objek penelitian, visi objek penelitian, struktur organisasi objek penelitian, penyajian data, hipotesis dan analisis data. Sejarah, visi dan misi, struktur organisasi dalam penelitian ini adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Jadi, poin sejarah dalam penelitian ini adalah sejarah Balai

Diklat Keagamaan Surabaya. Hal demikian juga sama dengan visi dan misioner, dan struktur organisasi. Penyajian data dalam penelitian ini meliputi hasil uji validitas, reliabilitas, dan teknik analisis data. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah asumsi klasik, korelasi spearman rank, dan uji regresi linier sederhana. Hipotesis pada bab keempat dalam penelitian ini ada hasil dari uji regresi linier sederhana, apakah terdapat pengaruh atau tidak. Pembahasan hasil penelitian adalah membahas hasil dari semua poin-poin yang dibahas dalam penelitian ini. Pembahasan hasil penelitian meliputi hasil dari uji validitas data, uji asumsi klasik, uji korelasi spearman rank dan uji regresi linier sederhana.

Bab kelima dalam penelitian ini adalah penutup. Penutup di dalam penelitian ini memuat simpulan, saran dan rekomendasi, serta keterbatasan peneliti. Simpulan dalam sebuah skripsi memuat jawaban rumusan masalah dari hasil penelitian. Simpulan dalam penelitian ini adalah jawaban dari tiga rumusan masalah, yaitu apakah terdapat hubungan antara variabel X terhadap variabel Y, apakah terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y, dan seberapa tinggi atau kuat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Saran dan rekomendasi dalam penelitian ini ditujukan kepada Balai Diklat Keagamaan Surabaya dan juga dikhususkan kepada seksi yang erat kaitannya dengan penelitian ini. Keterbatasan penelitian adalah keterbatasan seorang peneliti di dalam melakukan sebuah penelitian. Keterbatasan dalam penelitian ini adalah populasi yang cukup banyak, sehingga sampel atau responden cukup banyak. Hal demikian mengakibatkan, peneliti kesulitan di dalam menyebarkan angket penelitian. Waktu yang sempit juga menjadi keterbatasan di dalam penelitian ini. Waktu yang sempit adalah waktu peserta diklat untuk mengisi angket ini, sehingga peneliti

menggunakan cela-cela waktu peserta untuk membantu dalam mengisi angket penelitian ini.



BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai pelayanan terbagi dalam dua bentuk. *Pertama*, studi mengenai strategi layanan yang ditulis oleh Harjuno¹⁴, Chasanah¹⁵, Pratama¹⁶, Amin¹⁷, dan Firmansyah¹⁸. *Kedua*, studi mengenai pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang ditulis oleh Nilasari dan Istiatin¹⁹, Panjaitan dan Yuliati²⁰, Puung, Fudholi dan Dharmmesta²¹, Utami dan Jatra²², Prakoso dan Nurhadi²³.

¹⁴ Puger Harjuno, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Taman Pintar Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Pemasaran, 2014)

¹⁵ Sri Atun Chasanah, "Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam", *Skripsi* (Purwokerto: Ekonomi Syaria'h, 2015)

¹⁶ M. Hamdani Pratama, "Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik", *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* (Vol. 3. No. 3. Tahun. 2015)

¹⁷ Solekhul Amin, "Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada Perguruan Tinggi", *Jurnal Madaniyah* (Vol. 7. No. 2. Tahun 2017)

¹⁸ Firmansyah, "Strategi Pelayanan Prima (SPP) Untuk Kepentingan Serta Kepuasan Pelanggan Dan Masyarakat", *Jurnal Ilmiah* (Vol. 3. No. 4. Tahun 2016)

¹⁹ Eswika Nilasari & Istiatin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayanan Motor Sukoharjo", *Jurnal Paradigma* (Vol. 13. No. 1. Tahun 2015)

²⁰ Januar Efendi Panjaitan & Ai Lili Yuliati, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung", *Jurnal Manajemen* (Vol. 11. No. 2. Tahun 2016)

²¹ Florensia Kurnia Puung dkk, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan SPA", *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi* (Vol. 4. No. 2. Tahun 2014)

²² Ida Ayu Inten Surya Utami & I Made Jatra, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur", *Jurnal Manajemen Unud* (Vol. 4. No. 7. Tahun 2015)

Studi kepuasan konsumen dibagi ke dalam dua bentuk. *Pertama*, studi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh produk ditulis oleh Wirajaya, Wrasati, dan Sadyasmara²⁴, Jati²⁵, Farreza²⁶, Gaol, Hidayat dan Sumarti²⁷, Kurnia, Hartiati, dan Satriawan.²⁸ Kedua, studi kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh pelayanan ditulis oleh Khusairi²⁹, Dianto³⁰, Wardani³¹, Sulaksana³², Apriyani dan Sumarti.³³

²³ Bayu Prakoso & Nurhadi, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar Di Gresik", *Jurnal Bisnis Indonesia* (Vol. 8, no. 1. Tahun 2017)

²⁴ Gede Windu Wirajaya dkk, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Di Bali Tangi SPA", *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri* (Vol. 4. No. 4. Tahun 2016)

²⁵ E. Purwono Jati, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Drum Band Lokal", *Skripsi* (Yogyakarta: Studi Manajemen, 2007)

²⁶ Ocky Farreza, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan RUMah Makan Pecel Lele Bogor", *Skripsi* (Bogor: Departemen Agribisnis, 2015)

²⁷ Analia Lumban Gaol dkk, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen", *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 38. No. 1. Tahun 2016)

²⁸ Mei Kurnia dkk, "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Layanan Dengan Metode Importance Performance Analysis (Studi Kasus Mie Rampok Jimbaran)", *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Agroindustri* (Vol. 6. No. 1. Tahun 2018)

²⁹ Ahmad Khusairi, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Ilmu Keolahragaan, 2016)

³⁰ Indra Wahyu Dianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2013)

³¹ Tri Ulfa Wardani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek", *Skripsi* (Medan: Ekonomi Islam, 2017)

Dari berapa bentuk studi di atas, maka penelitian ini masuk ke dalam bentuk kedua mengenai studi pelayanan. Bentuk kedua studi mengenai pelayanan adalah pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Studi pengaruh pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki persamaan dengan penelitian ini, sehingga penelitian ini masuk ke dalam bentuk yang kedua.

Studi yang ditulis oleh Nilasari dan Istiatin adalah studi yang masuk bentuk kedua. Studi mereka berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo”. Studi mereka memiliki beberapa perbedaan dengan studi ini. Perbedaan pertama terletak pada obyek penelitian. Obyek penelitian dalam studi mereka adalah Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo, sedangkan studi ini obyek penelitiannya adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Perbedaan kedua studi mereka dengan studi ini terletak pada jumlah populasi dan jumlah sampel. Populasi studi mereka adalah 3000 orang dan jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang. sedangkan, studi ini mempunyai populasi sebanyak 140 orang dan anggota sampel 100 orang. Perbedaan ketiga mengenai studi mereka dengan studi ini terdapat pada teknis analisis data. Teknik analisis data pada studi ini adalah asumsi klasik, korelasi spearman rank dan regresi linier sederhana. Sedangkan, teknis analisis data yang digunakan mereka adalah analisis regresi linier berganda.

³² Wildan Sulaksana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2017)

³³ Dwi Aliyah Apriyani & Sumarti, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)”, *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 51. No. 2. Tahun 2017)

Studi yang ditulis oleh Panjaitan masuk ke dalam bentuk kedua. Namun, studi yang ditulis oleh Panjaitan terdapat perbedaan dengan studi ini. Perbedaan pertama studi Panjaitan dengan studi ini terletak pada obyek penelitian atau tempat penelitian. Tempat penelitian studi Panjaitan adalah JNE cabang Bandung, tetapi tempat penelitian studi ini adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Perbedaan kedua terletak pada populasi dan sampel. Populasi studi Panjaitan berjumlah 350 orang dan sampel berjumlah 78 orang. Hal ini berbeda dengan studi ini, populasi dalam studi ini berjumlah 140 orang dan 100 anggota sampel. Perbedaan ketiga studi Panjaitan dengan studi ini terdapat pada teknik analisis data yang digunakan. Teknik analisis data yang digunakan dalam studi Panjaitan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda. Namun, teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini adalah asumsi klasik, korelasi spearman rank, dan analisis regresi linier sederhana.

Studi yang ditulis oleh Puung, Fudholi, dan Dharmmesta berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Loyalitas Pelanggan Di Salon dan SPA”. Studi mereka masuk ke dalam bentuk yang kedua, akan tetapi studi mereka memiliki variabel Y yang berbeda dengan studi ini. Variabel Y dalam studi mereka adalah loyalitas pelanggan. Sedangkan, variabel Y dalam studi ini adalah kepuasan konsumen atau kepuasan peserta diklat. Selain itu, perbedaan studi ini dengan studi mereka terletak pada tempat penelitian atau obyek penelitian. Tempat studi mereka adalah Salon dan SPA. Namun, tempat studi ini adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Perbedaan selanjutnya adalah jumlah item pernyataan di dalam keusioner. Jumlah item pernyataan studi mereka berjumlah 18 pernyataan. Hal ini berbeda dengan studi ini, jumlah item pernyataan dalam studi ini adalah 20

pernyataan. Perbedaan yang lain studi ini dengan studi mereka adalah teknik analisis data. Teknik analisis data yang digunakan oleh mereka adalah analisis regresi linier berganda. Sedangkan, teknik analisis data dalam penelitian ini adalah asumsi klasik, korelasi spearman rank, dan analisis regresi linier sederhana.

Studi Utami dan Jatra masuk ke dalam bentuk kedua. Studi mereka berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur”. Studi ini memiliki persamaan dengan studi mereka. Letak persamaan studi ini dengan studi mereka adalah pada variabel yang digunakan. Selain terdapat persamaan, studi mereka memiliki perbedaan dengan studi ini. Perbedaan pertama terletak pada tempat penelitian. Tempat penelitian studi mereka adalah Restoran Baruna Sanur. Sedangkan, tempat studi ini adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Perbedaan kedua studi mereka dengan studi ini terletak pada jumlah anggota sampel atau responden. Jumlah anggota sampel pada studi mereka berjumlah 115 responden. Namun, jumlah sampel dalam studi ini berjumlah 100 responden. Perbedaan ketiga terdapat pada teknis analisis data yang digunakan. Teknis analisis data yang digunakan studi ini adalah asumsi klasik, korelasi spearman rank, dan analisis regresi linier sederhana. Hal ini berbeda dengan studi mereka, studi mereka menggunakan teknis analisis data regresi linier berganda.

Studi yang ditulis oleh Prakoso dan Nurhadi memiliki beberapa perbedaan dengan studi ini. Perbedaan-perbedaan antara studi ini dengan studi mereka dikarenakan karakteristik yang melekat studi masing-masing. Studi mereka memiliki judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar di Gresik”. Perbedaan pertama studi mereka dengan studi ini adalah pada tempat

penelitiannya. Tempat penelitian studi mereka adalah Percetakan Embong Anyar di Gresik. Sedangkan, tempat penelitian dalam studi ini adalah Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Perbedaan kedua studi mereka dengan studi ini terletak pada jumlah sampel. Jumlah sampel atau responden pada penelitian mereka menggunakan persepsi bulan. Jadi, sampel mereka adalah semua konsumen yang melakukan penggunaan jasa di bulan Pebruari tahun 2017. Sedangkan, sampel dalam studi ini berjumlah 100 responden. Perbedaan selanjutnya terletak pada teknis analisis data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian mereka adalah analisis regresi linier berganda. Hal ini berbeda dengan studi ini, studi ini menggunakan teknik analisis data, yaitu asumsi klasik, korelasi spearman rank, dan analisis regresi linier sederhana.

B. Pelayanan Administrasi

1. Pengertian Administrasi

Administrasi secara umum disebut sebuah kegiatan catat-mencatat atau sebuah kegiatan yang berkaitan dengan dokumen. Jadi, suatu kegiatan mencatat atau kegiatan yang berkenaan dengan masalah dokumen tentu merupakan kegiatan yang melakukan interaksi dengan orang lain. Administrasi berasal dari bahasa Latin terdiri kata ‘ad’ yang berarti intensif dan ‘ministrare’ berarti ‘to serve’ (melayani). “Secara etimologis administrasi berarti melayani secara intensif”.³⁴ Dari penjelasan di atas, administrasi dapat diartikan suatu kegiatan pelayanan. Ketika seseorang melakukan kegiatan pelayanan, maka ada orang lain yang sedang dilayani. Di samping itu, teori di atas menyebutkan pelayanan yang dilakukan secara intensif.

³⁴ Sukarna, *Pengantar Ilmu Administrasi* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hal 1

Pelayanan secara intensif adalah pelayanan yang dilakukan secara terus-terus, agar pelayanan yang dilakukan dapat menghasilkan sesuatu.

Secara terminologi administrasi adalah mengurus, mengatur, mengelola.³⁵ Jadi, administrasi merupakan kegiatan pengurusan atau pengaturan. Pengurusan yang teratur dapat menghasilkan pencapaian tujuan yang tepat atau pada tujuan yang diinginkan. Namun, jika pengurusan tidak teratur, maka hasil pencapaiannya tidak dapat sampai pada tujuan atau hasil yang diinginkan. Di samping itu, Handari Nawawi menyebutkan bahwa “administrasi merupakan rangkaian kegiatan atau keseluruhan proses pengendalian usaha kerjasama orang untuk mencapai tujuan secara berencana dan sistematis yang diselenggarakan dalam lingkungan tertentu”.³⁶ Oleh karena itu, kegiatan administrasi harus diperhatikan secara lebih, karena kegiatan administrasi berpengaruh terhadap tujuan atau keinginan yang hendak dicapai.

Selain administrasi dinamakan sebagai kegiatan pelayanan secara intensif, administrasi juga disebut sebagai suatu kegiatan tulis menulis. Administrasi dalam bahasa Indonesia sering diistilahkan dengan tata usaha. “Tata usaha disini adalah pekerjaan bertalian dengan tulis menulis atau clerical work”.³⁷ Penjelasan tersebut sesuai dengan yang penulis paparkan di atas,

³⁵ Faried Ali, *Teori & Konsep Administrasi* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2011), hal 19

³⁶ Nismawati, “Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Aluddin Makassar”, *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar, 2016)

³⁷ Sukarna, *Pengantar Ilmu Administrasi* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hal 1

bahwa administrasi merupakan kegiatan tulis-menulis atau kegiatan yang berkenaan dengan dokumen-dokumen. Oleh sebab itu, kegiatan administrasi merupakan kegiatan yang vital di dalam manajemen.

Administrasi juga dapat diartikan sebagai kegiatan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Oleh karena itu, administrasi meliputi seluruh bidang pekerjaan, bukan hanya tata usaha saja. Atmosudirjo mengatakan, bahwa “administrasi dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yaitu sudut proses, sudut fungsional, dan sudut institusional”.³⁸ Administrasi dilihat dari proses adalah segala kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan. Pencapaian tujuan dimulai pada proses pemikiran, proses pelaksanaan sampai kepada proses tercapainya tujuan itu sendiri. Administrasi dilihat dari sudut pandang fungsional adalah semua kegiatan untuk menggapai tujuan yang telah dicanangkan. Di samping itu, kegiatan di dalam pencapaian tujuan terdapat berbagai fungsi atau tugas. Fungsi dan tugas tersebut adalah tugas perencanaan, tugas mengorganisir, tugas menggerakkan, tugas mengawasi atau meneliti segala kegiatan. Demikian dilakukan, agar tidak terjadi penyimpangan. Administrasi menurut pandangan institusional adalah sebagai suatu totalitas kelembagaan. Lembaga tersebut mempunyai aktivitas-aktivitas yang dikerjakan dalam pencapaian tujuannya. Jadi, apabila administrasi dilihat dari penjelasan di atas, maka administrasi memiliki makna yang panjang. Hal ini dikarenakan, administrasi merupakan serangkaian kegiatan mulai awal sampai akhir. Jadi, administrasi tidak hanya dibatasi oleh

³⁸ Ibid, hal 2

kegiatan pencatatan saja, namun administrasi dimaknai secara keseluruhan kegiatan organisasi.

Pengertian administrasi begitu banyak, di antaranya Gulick tokoh yang mengungkapkan administrasi. Ia mengatakan, bahwa “administrasi bertalian dengan pelaksanaan kerja dengan pencapaian tujuan-tujuan yang telah ditentukan”.³⁹ Jadi, administrasi menurut Luther Gulick adalah suatu pelaksanaan kerja yang dilakukan oleh pekerja untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan. Apabila pelaksanaan kerja tidak maksimal, maka tujuan yang telah ditentukan tidak dapat dicapai. Oleh karena itu, pelaksanaan kerja harus diperhatikan atau diawasi supaya tujuan yang telah ditentukan tercapai.

Administrasi menurut Sugandha merupakan semua kegiatan administrasi dalam menentukan sasaran dan tujuannya dengan memakai sumber-sumber yang telah tersedia secara efisien. Tujuan tidak dapat dicapai apabila tidak ada koordinasi. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan caranya bersama-sama berkoordinasi dengan menerapkan fungsi-fungsi perencanaan, eksekusi, pengorganisasian, persuasi, kepemimpinan dan penilaian.⁴⁰ Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan, bahwa administrasi adalah kegiatan penentuan sasaran. Penentuan sasaran dapat dicapai dengan menggunakan sumber-sumber yang tersedia secara efisien. Jika sumber-sumber yang tersedia dapat dimanfaatkan dengan baik, maka sasaran yang telah ditetapkan dapat tercapai secara maksimal. Namun

³⁹ Sukarna, *Pengantar Ilmu Administrasi* (Bandung: Mandar Maju, 1990), hal 3

⁴⁰ Yuriko Abdussaamad, “Sistem Pelayanan Administrasi”, *Jurnal Administrasi* (Vol. 7. No. 2. Tahun 2017), hal 3

sebaliknya, apabila sumber daya yang ada tidak dimanfaatkan dengan baik, maka pencapaian sasaran akan terhambat atau bahkan tidak tercapai.

Administrasi menurut Liang adalah suatu penataan pekerjaan pokok yang dikerjakan oleh sekelompok orang yang saling bekerjasama untuk mencapai suatu tujuan..⁴¹ Penjelasan di atas menunjukkan, bahwa administrasi merupakan rangkaian kegiatan penataan pekerjaan guna mencapai tujuan yang telah ditentukan secara kerja sama. Sedangkan, administrasi menurut Sondang adalah “keseluruhan proses pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya”..⁴² Dari penjelasan Sondang dapat disimpulkan, bahwa administrasi merupakan semua proses di dalam pelaksanaan dari keputusan-keputusan yang telah diambil. Pelaksanaan tersebut dapat dilakukan oleh dua orang atau lebih dan pelaksanaan tersebut dilakukan guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Kriteria Administrasi

Kriteria administrasi digunakan untuk mengetahui seberapa bagus administrasi yang dilakukan oleh suatu lembaga. Apabila Administrasi telah memenuhi tiga unsur kriteria, maka administrasi dikatakan baik menurut LAN RI (1982). Kriteria tersebut adalah :

⁴¹ Leni Natalia Zulita & Indra Kanedi, “Sistem Administrasi Pelayanan Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Bengkulu”, *Jurnal Media Informasi* (Vol. 2. No. 2. Tahun 2011), hal 3

⁴² Ibid, hal 3

a. Efisiensi

Efisien merupakan cabang ilmu membandingkan antara input (sumber-sumber yang digunakan) dengan output (hasil). Hal ini dilihat apakah output lebih besar daripada pada input

b. Efektivitas

Efektivitas merupakan aktivitas mencapai suatu hasil secara maksimal. Jika pencapaian hasil secara maksimal tidak dapat dicapai, maka hal ini tidak menjadi suatu masalah, karena hal yang terpenting masih ada suatu kegiatan usaha dalam mencapai tujuan. Efektivitas berkaitan dengan waktu.

c. Rasionalitas

Rasionalitas berkaitan dengan rasio dan akal sehat. Maka dari itu, aktivitas administrasi harus berlandaskan dengan rasio dan akal sehat, agar aktivitas administrasi dapat dilakukan dengan maksimal⁴³

Dilihat dari penjelasan di atas menunjukkan, bahwa administrasi yang baik ialah administrasi yang telah memenuhi tiga kriteria di atas, yaitu efisiensi, efektivitas, rasionalitas. Apabila administrasi telah memenuhi kriteria tersebut, maka administrasi itu dapat dikatakan baik.

Kriteria administrasi erat kaitannya dengan kualitas administrasi yang dilakukan. Oleh karena itu, Henri Fayol memberikan unsur atau kriteria administrasi yang baik sebagai berikut:

⁴³ Sri Andriani, "Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama' 01 Banyuputih Kabupaten Batang", *Skripsi* (Jombang: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang), hal 11

- a. Merencanakan yaitu kegiatan memahami keadaan yang akan datang dan kegiatan penyusunan rencana operasional.
- b. Mengorganisasikan yaitu menyusun hubungan fungsi dan kegunaannya di antara komponen-komponen. Hal ini dilakukan untuk menentukan kebutuhan personel dan material.
- c. Memerintahkan atau mengarahkan yaitu kegiatan yang bertujuan agar anggota staf mengetahui atau menyadari. Ketika mereka telah mengetahui dan menyadari, maka hal ini diharapkan mereka dapat melaksanakan tugasnya masing-masing.
- d. Mengkoordinasikan yaitu aktivitas menghubungkan dan menyatukan arah kegiatan-kegiatan yang telah ditetapkan.
- e. Memeriksa atau mengontrol yaitu pengamatan dengan cara melihat dan mengatur. Hal ini dilakukan untuk memastikan semua yang telah dilaksanakan sesuai dengan apa yang telah digariskan.⁴⁴

Dari kriteria di atas, kriteria administrasi yang dimaksud memiliki kemiripan dengan manajemen. Oleh karena itu, kriteria administrasi yang disampaikan oleh Henri Fayol memiliki kesamaan dengan manajemen. Menurut Henri Fayol, administrasi yang dapat dikatakan telah maksimal apabila telah melakukan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengkoordinasian, dan pengontrolan. Namun, jika suatu organisasi masih belum melakukan kelima kriteria

⁴⁴ Syaiful Sagala, *Administrasi Pendidikan Kontemporer* (Bandung: Alfabeta, 2013), hal 23

tersebut dengan maksimal, maka administrasi yang dilakukan masih belum bagus.

Kriteria administrasi menjadi hal yang penting, karena dengan kriteria administrasi dapat mengetahui apakah administrasi yang sedang dijalankan telah maksimal apa belum. Oleh karena itu, ilmuwan telah banyak memberikan kriteria administrasi yang baik itu bagaimana. Administrasi dapat dikatakan baik apabila memenuhi lima kriteria di bawah ini:

- a. Adanya usaha atau aktivitas kelompok manusia yang terdiri dari 2 orang atau lebih.
- b. Adanya organisasi atau wadah kerjasama.
- c. Adanya perencanaan, bimbingan, kepemimpinan, koordinasi dan pengawasan.
- d. Adanya tujuan.
- e. Peralatan dan perlengkapan.⁴⁵

Menurut penjelasan di atas, administrasi yang baik apabila ada usaha kelompok manusia walaupun dua orang atau lebih. Di samping itu, administrasi yang baik apabila telah ada tujuan yang hendak dicapai. Selain itu, administrasi yang baik apabila telah terfasilitasi dalam hal peralatan dan perlengkapan. Kegiatan administrasi tidak dapat berjalan maksimal apabila peralatan dan perlengkapannya masih kurang atau tidak memadai. Oleh karena itu, kriteria yang terakhir ini merupakan kriteria yang penting untuk diperhatikan, karena dengan adanya peralatan dan perlengkapan administrasi dapat dijalankan dengan maksimal.

⁴⁵ Deasy Tantriana, *Teori Administrasi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), hal 22

3. Pengertian Pelayanan

Pelayanan dilakukan oleh banyak lembaga terhadap konsumennya atau pelanggannya. Namun, pelayanan sering kali tidak dapat memuaskan konsumennya atau pelanggannya. Oleh karena itu, pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Pelayanan dapat dikatakan sebagai alat yang dapat memberikan kepuasan, tetapi sifat pelayanan tidak berwujud. Hal ini ditujukan untuk memberikan permintaan dan kebutuhan orang lain.⁴⁶ Penjelasan di atas mengatakan, bahwa pelayanan merupakan suatu alat pemuas bagi pelanggannya. Namun, pelayanan disini sebagai alat yang tidak berwujud, karena suatu kegiatan interaksi antar manusia. Pelayanan juga diperuntukkan memberikan kepuasan atas permintaan atau kebutuhan para konsumennya.

Pada umumnya, pelayanan diartikan sebagai suatu kegiatan memberikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Layan merupakan asal kata dari kata pelayanan secara estimologi. Layan memiliki arti membantu atau menyiapkan atau memberikan yang diperlukan orang lain. Sinambela mengemukakan, bahwa “pelayanan merupakan aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari satu pihak kepada pihak lain”. Sedangkan pelayanan menurut Ivancevich dkk mengatakan, bahwa “pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan

⁴⁶ Ruhayati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Dan Kualitas pembimbingan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jama’ah Haji Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Takhobrak Ketintang Surabaya”, *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2012), hal 17

peralatan”.⁴⁷ Dari beberapa penjelasan di atas dapat diambil kesimpulan, bahwa pelayanan merupakan usaha manusia untuk memberikan apa yang diinginkan oleh konsumennya. Arti memberikan apa yang diinginkan atau dibutuhkan oleh konsumen adalah memberikan apa yang menjadi keperluan konsumen baik itu berupa barang atau pun jasa.

Pelayanan dapat dikatakan juga sebagai suatu kegiatan atau tindakan penawaran dari salah satu pihak ke pihak lain. Selain itu, Pelayanan memiliki sifat intangible (tidak berwujud) dan juga kegiatan pelayanan tidak dapat dijadikan sebagai suatu kepemilikan. Hal ini dapat dilihat dari produk atau jasa yang mempunyai hubungan terhadap produk fisik ataupun tidak.⁴⁸ Jadi, pelayanan merupakan suatu kegiatan yang tidak berwujud atau disebut intangible. Di samping itu, pelayanan juga merupakan kegiatan menawarkan kepada pihak lain, tetapi tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dari pelayanan itu sendiri. Pelayanan yang dilakukan juga tidak keluar dari suatu produk baik produk fisik atau pun jasa.

Pelayanan adalah salah satu ujung tombak sebagai upaya untuk memberikan kepuasan pelanggan. Di samping itu, pelayanan menjadi suatu hal yang wajib dioptimalkan baik oleh individu ataupun organisasi. Hal ini dikarenakan, bahwa bentuk pelayanan yang diberikan dapat mencerminkan kualitas individu atau

⁴⁷ Arun Prabandari, “Kualitas Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi”, *Skripsi* (Ilmu Administrasi Negara, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal 13

⁴⁸ Sri Andriani, “Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama’ 01 Banyuputih Kabupaten Batang”, *Skripsi* (Jombang: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang), hal 23

organisasi yang telah memberikan pelayanan.⁴⁹Jadi, pelayanan harus dioptimalkan agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan berkualitas. Pengoptimalan pelayanan dilakukan oleh individu itu sendiri dan juga oleh organisasi, karena suatu pelayanan menggambarkan bagaimana kualitas individu maupun kualitas organisasi. Pelayanan juga merupakan ujung tombak di dalam pemenuhan kepuasan pelanggannya. Oleh karena itu, pelayanan harus dioptimalkan dengan melalui individu maupun organisasi.

Pelayanan sangat erat hubungannya dengan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, pelayanan perlu diperhatikan oleh organisasi yang memberikan pelayanan kepada masyarakat. Gronross mengatakan, bahwa “pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan konsumen atau pelanggan”.⁵⁰ Pelayanan menurut Gronross merupakan suatu kegiatan interaksi antara konsumen dengan karyawan. Pelayanan juga merupakan aktivitas yang tidak kasat mata. Jadi, pelayanan hanya dapat dirasakan tanpa dilihat bentuk ataupun wujudnya. Pelayanan dilakukan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan konsumen

⁴⁹ Vintya Dwi Ramdhani, “Kualitas Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan Di Kantor Kecamatan Gondokusuman Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Pendidikan Administrasi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal 9

⁵⁰ Arum Prabandari, “Kualitas Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi”, *Skripsi* (Yogyakarta: Administrasi Negara, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hal 14

atau pelanggan. Permasalahan-permasalahan konsumen atau pelanggan disini adalah kebutuhan ataupun keinginan konsumen atau pelanggan.

Apabila barang atau jasa yang didapatkannya sesuai dengan harapannya, maka konsumen akan merasa puas dengan apa yang didapatkannya. Pelayanan ialah suatu tindakan yang tidak berkaitan dengan suatu produk fisik, akan tetapi setiap aktivitas pelayanan memberikan suatu kepuasan bagi konsumennya.⁵¹ Namun, selain itu kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh pelayanan yang dilakukan oleh organisasi melalui individu atau karyawannya. Pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Dari penjelasan tersebut terdapat arti pelayanan, bahwa pelayanan merupakan kegiatan memberikan kebutuhan orang lain. Pelayanan juga merupakan kegiatan secara langsung yang dilakukan oleh individu terhadap pihak lain atau konsumen.

4. Jenis-jenis Pelayanan

Kegiatan pelayanan tidak bisa dilepas dengan manusia. Hal ini dikarenakan, manusia merupakan makhluk melakukan suatu kegiatan pelayanan. Oleh karena itu, ada banyak bentuk-bentuk pelayanan yang ada di dunia ini. Bahkan, pelayanan yang ada pada saat ini terbagi ke beberapa sektor.

Pelayanan dapat dilihat dari sudut pandang mana saja. Salah satunya, pelayanan dilihat dari sudut pandang ekonomi. Pelayanan dilihat dari kegiatan ekonomi dibagi ke dalam lima jenis pelayanan, yaitu :

⁵¹ Abdul Sabaruddin, *Manajemen Kolaborasi Dalam Pelayanan Publik* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), hal 10

a. Business Service

Jenis pelayanan business service merupakan pelayanan yang berkaitan dengan kegiatan konsultasi, perbankan dan keuangan.

b. Trade Service

Trade service adalah jenis pelayanan yang bergerak dalam kegiatan penjualan, perbaikan dan perlengkapan.

c. Infrastruktur Service

Pelayanan infratraktur merupakan pelayanan yang bergerak di bidang kegiatan komunikasi dan transportasi.

d. Social and Personal Service

Social and Personal Service adalah pelayanan yang dilakukan pada kegiatan rumah makan dan pemeliharaan kesehatan.

e. Public Administration

Pelayanan public administration merupakan jenis pelayanan yang terakhir dalam sudut pandang kegiatan ekonomi. Public administration ialah pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah di dalam membantu pertumbuhan ekonomi dan membantu masyarakat.⁵²

Jenis pelayanan dalam kegiatan ekonomi ada lima. Hal ini sesuai dengan teori di atas, bahwa ada pelayanan yang bergerak di bidang konsultasi, keuangan dan perbankan. Selain itu, ada pelayanan yang dilakukan oleh pemerintah untuk membantu ekonomi masyarakat dan membantu masalah yang tengah dihadapi oleh masyarakat, seperti halnya

⁵² Sri Susanti, "Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependidikan Di Kecamatan Gamping", *Skripsi* (Yogyakarta: Pendidikan Administrasi, 2014), hal 19

puskesmas atau yang lainnya. Kegiatan komunikasi dan transportasi merupakan salah satu jenis pelayanan yang bergerak di bidang ekonomi.

Selain jenis pelayanan bersifat kegiatan ekonomi, jenis pelayanan juga dapat digolongkan ke dalam ciri-ciri dan sifat kegiatan pelayanan yang diberikan, yaitu :

a. Pelayanan Administratif

Jenis pelayanan administratif merupakan jenis pelayanan yang dilakukan oleh unit pelayanan. jenis pelayanan administrative biasanya berbentuk suatu pelayanan pencatatan, pengambilan keputusan, kegiatan tata usaha, penelitian, dan dokumentasi. Dokumentasi yang dimaksud adalah dokumentasi berupa sertifikat rekomendasi dan lainnya.

b. Pelayanan Barang

Pelayanan barang merupakan salah satu jenis pelayanan yang dilihat dari sifat dan ciri-ciri tertentu. Kegiatan penyediaan barang dan pengelolaan barang berwujud fisik merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh unit pelayanan barang. Bahkan, kegiatan distribusi dan pengantaran barang kepada pelanggannya merupakan kegiatan atau aktivitas pelayanan barang. Kegiatan-kegiatan tersebut akan melahirkan suatu produk yang bersifat fisik, di antaranya pelayanan telpon, pelayanan air dan lain sebagainya.

c. Pelayanan Jasa

Pelayanan jasa merupakan jenis pelayanan yang sering diberikan oleh pemerintah selain pelayanan administrasi. Pelayanan jasa bergerak di bidang sarana dan

prasarana. Pelayanan jasa merupakan pelayanan yang langsung mengena kepada konsumennya dalam hal manfaatnya. Di samping itu, pelayanan jasa adalah pelayanan yang habis dipakai dalam jangka waktu tertentu, di antaranya pelayanan pos, pelayanan perbankan dan lain sebagainya.⁵³

Pelayanan menurut sifat dan cirinya terbagi ke dalam tiga bentuk. Hal demikian sesuai dengan teori di atas, bahwa jenis pelayanan dibagi dalam tiga bentuk, yaitu pelayanan administratif, pelayanan barang dan pelayanan jasa. Pelayanan administratif merupakan pelayanan yang bergerak di bidang keadministrasian. Sedangkan, pelayanan barang ialah jenis pelayanan yang bergerak di bidang suatu produk fisik dalam hal penyediaan sampai pada hal pengelolaannya. Di samping kedua jenis pelayanan tersebut, pelayanan jasa adalah salah satu dari jenis pelayanan yang dilihat dari segi sifat dan cirinya. Pelayanan jasa merupakan pelayanan yang manfaatnya dapat dirasakan secara langsung oleh penggunaannya dalam jangka waktu yang pendek.

5. Kualitas Pelayanan

Pelayanan erat hubungannya dengan konsumen atau pelanggan, karena aktivitas pelayanan merupakan aktivitas langsung dengan konsumen. Hal ini berimplikasi terhadap kepuasan konsumen, sehingga pelayanan perlu diadakan pengoptimalan secara terus menerus. Pengoptimalan tersebut bertujuan, agar pelayanan yang diberikan kepada konsumen

⁵³ Vintya Dwi Ramdhani, "Kualitas Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan di Kantor Kecamatan Gondokusuman Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Pendidikan Administrasi, 2015), hal 12

berkualitas. Kualitas pelayanan merupakan konsep yang ditanamkan pada setiap proses di dalam penyelenggaraan kegiatan jasa. Penyelenggaraan kegiatan jasa melibatkan seluruh anggota yang ada dalam organisasi.⁵⁴ Dari pengertian tersebut menunjukkan, bahwa kualitas pelayanan merupakan konsep menanamkan kualitas terhadap jasa yang akan diselenggarakan. Penyelenggaraan jasa tersebut tentu melibatkan semua personel yang ada dalam organisasi, sehingga hal ini diharapkan pelayanan yang diberikan dapat memberikan kepuasan kepada konsumen atau dapat disebut juga sebagai pelayanan yang berkualitas.

Pelayanan yang berkualitas dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggannya. Hal ini disebabkan pelayanan adalah kegiatan yang tidak kasat mata, akan tetapi pelayanan merupakan kegiatan yang dapat dirasakan. Kualitas pelayanan ialah sesuatu yang dirasakan oleh konsumen. Sesuatu yang dapat dirasakan oleh konsumen diakibatkan oleh inferioritas atau superioritas organisasi dan jasa yang telah ditawarkan kepada konsumen. Di samping itu, konsep yang tepat yang dapat mewakili dasar atau inti dari kinerja yang berupa jasa juga dapat dirasakan oleh konsumen sebagai kualitas pelayanan yang diberikan.⁵⁵ Menurut penjelasan di atas, pelayanan adalah kesan pelanggan terhadap organisasi yang memberikan

⁵⁴ Sri Andriani, "Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama' 01 Banyuputih Kabupaten Batang", *Skripsi* (Jombang: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang), hal 27

⁵⁵ Rahmat Oki Pamungkas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Koin Surga Terhadap Kepuasan Donatur Infaq Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Unit Penghimpun Zakat (UPZ) Umbuharjo Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen Dakwah, Universitas Negeri Sunan Kalijaga, 2016), hal 14

pelayanan. Jadi, apabila kesan dari konsumen itu buruk, maka pelayanan yang diberikan oleh organisasi juga kurang bagus. Apabila kesan dari konsumen baik, maka pelayanan yang diberikan oleh organisasi bagus.

Menurut Kotler kualitas pelayanan terdiri dari lima bagian. Lima bagian tersebut, yaitu

a. Tangibles (bukti langsung)

Tangibles (bukti langsung) merupakan kemampuan suatu organisasi yang dapat ditunjukkan kepada orang lain di luar organisasi. Penampilan, prasarana fisik, kemampuan sarana, dan keadaan lingkungan merupakan suatu hal yang dapat menjadi tolak ukur kualitas pelayanan.

b. Reliability (kehandalan)

Reliability (kehandalan) ialah kemampuan untuk memberikan suatu pelayanan dengan tepat dan cepat. Pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan yang dijanjikan oleh pemberi pelayanan. Hal ini ditujukan, agar konsumen puas akan pelayanan yang diberikan.

c. Responsiveness (daya tanggap)

Responsiveness (daya tanggap) adalah kemampuan di dalam memberikan pelayanan secara cepat dan tepat dengan diawali penyampaian informasi terlebih dahulu. Hal ini dilakukan, agar persepsi negatif yang muncul pada diri konsumen mengenai suatu kegiatan menunggu yang dikarenakan pelayanan kurang cepat tidak muncul.

d. Assurance (jaminan)

Assurance (jaminan) adalah kesopanan, pengetahuan dan kemampuan pekerja. Ketiga hal tersebut diperuntukkan kepada konsumen, agar

rasa percaya diri konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dapat tumbuh.

1) *Communication* (komunikasi)

Communication (komunikasi) adalah kegiatan menyampaikan informasi kepada konsumen secara jelas. Dalam hal ini, agar penyampaian informasi bisa jelas tentu menggunakan bahasa dan kata yang benar dan jelas. Hal ini bertujuan supaya konsumen mengerti. Di samping itu, organisasi seharusnya dengan cepat dan tanggap di dalam menanggapi keluhan ataupun complain dari para konsumen.

2) *Credibility* (kredibilitas)

Credibility (kredibilitas) merupakan jaminan atas trust konsumen. Trust tersebut merupakan hal yang berharga bagi organisasi yang memberikan layanan. Di samping itu, kredibilitas merupakan kegiatan menanamkan kepercayaan yang baik di masa mendatang kepada konsumen.

3) *Security* (keamanan)

Security (keamanan) adalah suatu kepercayaan yang tinggi dari mahasiswa akan pelayanan yang diterima. Tentunya, pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.

4) *Competence* (kompetensi)

Competence (kompetensi) adalah mutu yang dimiliki oleh pegawai. Hal ini untuk memberikan pelayanan kepada konsumen secara optimal.

5) *Courtesy* (sopan santun)

Courtesy (sopan santun) memiliki makna dalam pelayanan merupakan nilai moral yang dimiliki oleh instansi atau lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

e. *Empathy* (empati)

Empathy (empati) adalah kegiatan memperhatikan yang dilakukan oleh individu atau pribadi kepada konsumen. Kegiatan memperhatikan konsumen bertujuan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen⁵⁶

6. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang bagus merupakan impian bagi seluruh organisasi, akan tetapi pelayanan yang bagus seringkali mengalami kendala-kendala yang berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Lovelock dan Wright menyatakan, bahwa ada tujuh yang berpengaruh langsung terhadap kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kesenjangan pengetahuan adalah perbedaan antara apa yang diyakini oleh pelaku jasa dengan apa yang diharapkan oleh konsumen dan juga apa yang dibutuhkan oleh konsumen.
- b. Kesenjangan ukuran adalah perbedaan pandangan manajemen mengenai apa yang diharapkan oleh konsumen dan parameter kualitas di dalam menyampaikan suatu jasa.

⁵⁶ Nismawati, "Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Aluddin Makassar", *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Aluddin Makassar, 2016), hal 17

- c. Kesenjangan penyampaian perbedaan antara kriteria parameter penyampaian dengan kinerja penyedia jasa.
- d. Kesenjangan komunikasi internal adalah perbedaan antara kualitas pelayanan, iklan yang ditawarkan, dan fasilitas pelayanan dengan kinerja yang telah dilakukan.
- e. Kesenjangan persepsi adalah perbedaan antara proses penyampaian dengan gambaran konsumen yang akan diterimanya dari kegiatan pelayanan jasa.
- f. Kesenjangan interpretasi adalah perbedaan antara informasi yang disampaikan oleh pelaku jasa dengan informasi yang didapat oleh konsumen.
- g. Kesenjangan pelayanan adalah perbedaan antara harapan konsumen yang dirasakannya dengan gambaran dari suatu pelayanan yang diterimanya.⁵⁷

Tujuh faktor di atas merupakan faktor yang memengaruhi terhadap kualitas pelayanan. Jika pelayanan telah memerhatikan ketujuh faktor di atas, maka pelayanan dapat dimungkinkan telah bagus. Di samping tujuh faktor di atas, ada beberapa faktor-faktor yang memengaruhi kualitas pelayanan, yaitu, tampil ramah, tampil sopan dan penuh hormat, tampil yakin, tampil rapi, tampil ceria, tampil senang memaafkan,

⁵⁷ Rahmat Oki Pamungkas, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Koin Surga Terhadap Kepuasan Donatur Infaq Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Unit Penghimpun Zakat (UPZ) Umbuharjo Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen Dakwah, Universitas Negeri Sunan Kalijaga, 2016), hal 17

senang bergaul, senang belajar dari orang lain, senang pada kewajaran, senang menyenangkan orang lain.⁵⁸

Faktor di atas akan berpengaruh terhadap pelayanan yang dilakukan apabila sepuluh faktor di atas dilakukan. Namun, apabila sepuluh faktor di atas tidak dimiliki oleh pelaku pelayanan, maka konsumen atau pelanggan yang menikmati pelayanan tersebut merasa tidak puas. Oleh karena itu, sepuluh faktor di atas perlu diperhatikan untuk memperbaiki pelayanan yang telah dilakukan.

Tjiptono mengatakan, bahwa setiap perusahaan seharusnya mempunyai kemampuan dalam memahami dan mengantisipasi beberapa faktor potensial yang dapat melahirkan jeleknya suatu layanan, yaitu :

a. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara Simultan

Salah satu karakteristik unik jasa atau layanan adalah inseparability. Inseparability adalah jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Hal ini berbeda dengan kegiatan produksi barang, antara produksi dengan konsumsi tidak dilakukan secara bersamaan.

b. Intentitas tenaga kerja yang tinggi

Keterkaitan pegawai secara terus-menerus dalam penyampaian layanan dapat memunculkan masalah kualitas. Masalah kualitas yang muncul berupa tingginya variabelitas layanan yang telah dihasilkan.

⁵⁸ Daryanto & Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hal 111

c. Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai

Karyawan front-line merupakan ujung tombak sistem penyampaian layanan. Mereka tidak hanya cover suatu organisasi, tetapi mereka merupakan cerminan jasa yang dipersiapkan konsumen.

d. Gap Komunikasi

Komunikasi adalah faktor penting di dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen ataupun pelanggan. Jika gap komunikasi terjadi antara pemberi layanan dengan konsumen, maka hal negatif akan muncul di kalangan konsumen terhadap pemberi layanan.

e. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Pelanggan merupakan pribadi yang memiliki keunikan, perasaan dan emosi yang berbeda-beda. Perbedaan pelanggan di atas menjadikan penyedia layanan tertantang di dalam mengkonsep layanan yang akan diberikannya kepada pelanggan. Hal ini dikarenakan semua pelanggan belum tentu dapat menerima pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan.

f. Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan

Perluasan atau pengembangan layanan merupakan cara yang tepat di dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Di samping itu, perluasan dan pengembangan layanan memiliki tujuan adalah menghindari terjadinya layanan yang buruk. Layanan yang buruk akan menjadikan citra organisasi jelek atau tidak berkualitas.

g. Visi bisnis jangka pendek

Visi jangka pendek juga dapat dilakukan oleh penyedia jasa. Visi jangka pendek ada banyak, di antaranya orientasi pencapaian target penjualan, laba tahunan, penghematan biaya, peningkatan produktivitas, dan lain lain.⁵⁹

Faktor-faktor di atas merupakan faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang dilakukan oleh organisasi. Apabila faktor-faktor di atas dapat diantisipasi dengan benar dan cermat oleh organisasi, maka organisasi tersebut akan mudah menerapkan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan berkualitas akan berpengaruh terhadap pertumbuhan organisasi, karena pelayanan yang berkualitas memberikan kepuasan terhadap konsumen atau pelanggannya. Jika konsumen atau pelanggannya merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh organisasi tersebut, maka konsumen atau pelanggan tersebut akan menunjukkan loyalitasnya terhadap organisasi itu.

C. Kepuasan Konsumen

1. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan salah satu faktor suksesnya suatu lembaga atau instansi. Kepuasan konsumen adalah tolak ukur akan keberhasilan suatu perusahaan dalam menjual produk-produknya. Hal demikian juga terjadi pada instansi pemerintah, bahwa kepuasan konsumen merupakan tolak ukur dalam keberhasilan instansi pemerintah, seperti puskesmas, rumah sakit ataupun yang lainnya. Kepuasan konsumen adalah perbandingan antara harapan dengan hasil yang

⁵⁹ Sri Andriani, "Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama' 01 Banyuputih Kabupaten Batang", *Skripsi* (Jombang: Pendidikan Ekonomi, Universitas Negeri Semarang), hal 33

didapatkannya. Hasil yang didapatkan oleh konsumen melebihi apa yang diharapkannya.⁶⁰ Dilihat dari teori tersebut, kepuasan konsumen dapat diukur dari hasil yang diterima oleh konsumen. Jika hasil yang di dapat oleh konsumen melebihi harapannya, maka konsumen akan puas dengan instansi tersebut atau lembaga tersebut.

Kepuasan konsumen juga dikarenakan pelayanan yang diterimanya. Setiap lembaga yang bergerak di bidang barang atau jasa memiliki pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan bagus, maka konsumen akan merasa puas dengan lembaga yang berkaitan. Pendapat beberapa akademisi, bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan.⁶¹ teori tersebut menyebutkan, bahwa pelayanan sangat berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, kualitas pelayanan sangat diperhatikan oleh perusahaan ataupun lembaga pemerintah. Hal ini dikarenakan, apabila pelayanan berkualitas dan mampu memberikan yang terbaik bagi konsumennya, maka konsumen akan puas dan loyal terhadap perusahaan ataupun lembaga yang bersangkutan.

Teori lain menyatakan hal yang berbeda, bahwa kepuasan konsumen merupakan nilai penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan, keuntungan bagi perusahaan apabila

⁶⁰ Asmara Indahingwati, *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia* (Surabaya: CV Jakad Publishing, 2019) hal 31

⁶¹ Dwi Aryani & Febrina Rosinta, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan", *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi* (Vol. 17. No. 2. Tahun 2010), hal 2

konsumen merasa puas dengan perusahaan tersebut. Apabila ada banyak konsumen yang merasa puas, maka hal demikian akan menambah keuntungan terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang sangat penting dan harus diperhatikan.⁶² Jadi, kepuasan konsumen merupakan tolak ukur akan keberhasilan suatu perusahaan. Apabila konsumen merasa puas dengan apa yang diberikan oleh perusahaan, maka konsumen akan menunjukkan loyalitasnya terhadap perusahaan tersebut. Jika loyalitas konsumen tinggi terhadap perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang sangat banyak. Oleh sebab itu, kepuasan konsumen diperhatikan oleh setiap perusahaan.

Kotler dan Keller mengatakan, bahwa perasaan bahagia atau kecewa seseorang merupakan perasaan yang muncul pada diri konsumen. Perasaan bahagia muncul pada diri konsumen apabila yang didapatkannya melebihi apa yang diharapkannya. Namun, apabila konsumen mendapatkan yang lebih rendah dengan apa yang diharapkannya, maka konsumen akan merasa kecewa dengan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan atau lembaga.⁶³ Dari penjelasan tersebut disimpulkan, bahwa adanya perbandingan antara harapan dengan hasil yang didapatkannya. Apabila hasil yang diterima oleh konsumen lebih tinggi dengan harapannya, maka konsumen akan merasa bahagia dan puas. Namun

⁶² Monica Maria, Mohamad Yusak Anshori, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake", *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan* (Vol. 6, No. 1. Tahun 2013), hal 3

⁶³ Dwi Aliyyah Apriyani & Sunarti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo)", *Jurnal Administrasi Bisnis* (Vol. 51. No. 2. Tahun. 2017), hal 3

sebaliknya, jika hasil yang diterimanya jauh dengan harapannya, maka konsumen akan kecewa dan merasa tidak puas. Hasil yang diberikan kepada konsumen merupakan output dari suatu kinerja pegawai di suatu lembaga atau perusahaan.

Konsumen juga dipengaruhi oleh pengalaman yang pernah dialaminya. Pengalaman yang didapatkan oleh konsumen akan menjadi pertimbangan terhadap kepuasan pada dirinya. Kepuasan ialah suatu hal yang diputuskan karena pengalaman yang dialaminya. Penilaian terhadap suatu produk atau jasa merupakan bagian dari kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terjadi karena adanya penilaian terhadap suatu produk atau jasa.⁶⁴ Jadi, pengalaman konsumen terhadap suatu produk atau jasa merupakan salah satu faktor yang menciptakan konsumen merasa puas. Hal ini disebabkan, pengalaman yang konsumen dapatkan akan menjadi penilaian atas produk atau jasa yang dia nikmati di masa mendatang. Oleh karena itu, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi dengan sentuhan pertama yang dilakukan oleh lembaga non profit atau perusahaan laba.

2. Faktor-faktor Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah faktor penentu akan keberlangsungan suatu lembaga laba maupun lembaga nirlaba. Lembaga laba akan memerhatikan kepuasan konsumennya, karena kepuasan konsumen akan melahirkan suatu loyalitas dan akan melahirkan keuntungan bagi lembaga laba. Sama halnya dengan lembaga nirlaba, kepuasan konsumen merupakan faktor

⁶⁴ Alfi Syahri Lubis & Nur Rahmah Andayani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo BATAM", *Jurnal Of Business Administration* (Vol. 1. No. 2. Tahun 2017), hal 2

kunci akan keberhasilan lembaga tersebut, seperti halnya puskesmas yang bergerak di bidang kesehatan dari salah satu program pemerintah. Kepuasan konsumen akan didapatkan apabila telah mengetahui faktor-faktor yang memengaruhinya. Faktor-faktor yang memengaruhinya, yaitu sebagai berikut :

a) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah faktor utama yang memengaruhi kepuasan konsumen. Konsumen akan merasa puas apabila produk yang dikonsumsinya memiliki kualitas yang baik. Kegiatan menciptakan produk yang berkualitas baik membutuhkan beberapa tahapan, salah satunya adalah dengan dilakukannya evaluasi.

b) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama bagi lembaga yang bergerak di bidang jasa. Konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang berkualitas dari lembaga. Di samping itu, konsumen juga akan puas apabila pelayanan yang didapatkannya sesuai dengan apa yang diharapkannya.

c) Emosional

Emosional adalah faktor yang muncul pada diri konsumen. Faktor tersebut ditimbulkan karena penggunaan suatu produk tertentu, sehingga konsumen akan merasa bangga dengan menggunakan produk tersebut. Faktor emosional merupakan faktor yang melibatkan perasaan pada diri konsumen atas keyakinan menggunakan produk tertentu.

d) Harga

Harga melekat pada suatu produk baik berupa barang atau jasa, sehingga harga sangat

berpengaruh dengan kepuasan konsumen. Apabila produk sama memiliki harga yang berbeda, maka konsumen akan memilih harga yang lebih murah dengan produk yang sama. Oleh karena itu, penetapan harga oleh perusahaan terhadap suatu produk akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

e) Biaya

Biaya yang dimaksud sebagai faktor kepuasan konsumen adalah biaya tambahan yang dikeluarkan oleh perusahaan. Biaya tambahan akan sangat berpengaruh dengan tingkat kepuasan konsumen. Konsumen akan cenderung memilih produk yang tidak mengeluarkan biaya tambahan, karena biaya tambahan akan menimbulkan tidak puasny seorang konsumen.⁶⁵

Lima faktor di atas merupakan salah satu faktor kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh lima faktor di atas, yaitu produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya. Apabila lima faktor tersebut dilakukan secara sistematis oleh perusahaan, maka kepuasan konsumen akan didapatkannya. Selain faktor di atas, ada faktor lain yang menjadi faktor terhadap kepuasan konsumen, yaitu :

a) Kinerja Pelayanan (Service Performance)

Kinerja pelayanan suatu hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Hal ini dikarenakan, perusahaan yang bergerak pada bidang jasa berpengaruh dengan

⁶⁵ Wildan Sulaksana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2017), hal 23

kinerja pelayanannya. Kinerja pelayanan berhubungan erat dengan kepuasan konsumen.

Konsumen akan mengadakan hubungan dengan perusahaan jasa apabila kinerja pelayanannya baik. Dengan adanya hubungan yang baik, perusahaan dapat melihat dan menganalisa kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini dapat dijadikan senjata bagi perusahaan untuk memuaskan para konsumennya.

b) Kualitas Produk

Pelayanan adalah produk yang ditawarkan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Berbeda halnya dengan perusahaan yang menjual produk fisik, perusahaan yang menjual produk fisik akan terlihat dan dirasakan oleh konsumen atas kualitas yang melekat pada barang tersebut. Oleh karena itu, semakin tinggi kualitas produk akan semakin tinggi juga kepuasan konsumen.

c) Harga

Konsumen melihat harga sebagai suatu hal yang sangat penting, karena harga melekat pada suatu produk. Biasanya konsumen akan menilai, bahwa apabila harga yang ditawarkan murah, maka produk tersebut kurang berkualitas atau tidak berkualitas. Namun, jika konsumen membeli suatu produk yang memiliki harga murah dan kualitas yang baik, maka konsumen akan puas dengan produk tersebut dikarenakan harga yang melekat pada produk tersebut.⁶⁶

⁶⁶ Suryo Triyono, "Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali(Repurchase)", *Skripsi* (Jakarta: Manajemen, 2009), hal 42

Kinerja pelayanan merupakan faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan teori di atas, bahwa kinerja suatu pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Kinerja dihasilkan dari kualitas pekerjaannya, sehingga kualitas pekerja berpengaruh dengan kinerja. Di samping itu, kinerja akan menghasilkan suatu pelayanan. Jadi, kinerja dengan pelayanan merupakan satu-kesatuan yang saling berpengaruh. Di samping kinerja pelayanan, kualitas produk dan harga juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Sementara itu, Kotler menyatakan faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen menurut Kotler yaitu, menjual produk dengan harga yang memadai, meningkatkan pelayanan, meningkatkan kualitas produk.⁶⁷ Menurut Kotler, kepuasan konsumen akan dilahirkan apabila perusahaan menetapkan harga yang sesuai pada produk. Selain itu, peningkatan pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang dapat memuaskan seorang konsumen terhadap suatu produk baik berupa jasa ataupun barang. Di samping itu, perusahaan juga perlu memerhatikan kualitas produk yang diproduksinya. Produk yang berkualitas akan mendatangkan kepuasan bagi konsumennya, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang banyak atas kepuasan konsumennya.

Ada sepuluh faktor lain mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang dimaksud adalah kepuasan konsumen

⁶⁷ Indra Wahyu Dianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2013), hal 18

atas instansi pemerintah sebagai lembaga yang bergerak di bidang jasa. Sepuluh faktor tersebut yaitu kecepatan pelayanan, keramahan petugas, ketepatan waktu penyelesaian, biaya pelayanan, kenyamanan, jadwal pelayanan, kejelasan informasi, keadilan dalam pelayanan, kejelasan petugas dan kemudahan proses.⁶⁸ Lembaga pemerintah dikatakan berhasil apabila pelayanan yang diberikan sudah bagus. pelayanan yang bagus akan memunculkan kepuasan bagi konsumennya atau penggunanya. Sepuluh faktor di atas adalah faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen sebagai pengguna layanan instansi pemerintah, seperti puskesmas, DISPENDUK dan lain sebagainya.

3. Pengukur Kepuasan Konsumen

Organisasi laba maupun organisasi nirlaba membutuhkan kepuasan penggunanya sebagai konsumen. Hal ini dikarenakan, kepuasan pengguna menjadi acuan akan keberlangsungan masa hidup organisasi tersebut. Oleh karena itu, setiap organisasi perlu memerhatikan tingkat kepuasan konsumen dan tingkat ketidakpuasan konsumen. Kepuasan konsumen dapat diukur dengan menggunakan tiga kategori, yaitu :

a) Kesetiaan

Kepuasan konsumen dapat diukur dari kesetiannya. Kesetiaan konsumen dikarenakan apa yang didapatkannya sesuai dengan apa yang diharapkannya, sehingga hal ini memunculkan kepuasan pada dirinya. Konsumen yang merasa puas akan melahirkan kesetiaan pada suatu produk atau layanan jasa.

⁶⁸ Nurmah Semil, *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah* (Depok: Prenadamedia Group, 2018) hal 135

b) Keluhan

Keluhan merupakan salah satu alat ukur dalam melihat tingkat kepuasan konsumen. Keluhan ditimbulkan karena adanya perbandingan yang tidak sesuai. Keadaan seperti ini tidak dapat dibiarkan, karena keadaan seperti ini akan menimbulkan efek negatif bagi suatu lembaga atau organisasi. Apabila lembaga atau organisasi tidak responsif terhadap keluhan konsumen, maka konsumen akan pergi meninggalkan produk ataupun layanan jasa yang diberikannya.

c) Partisipasi

Partisipasi adalah kesadaran konsumen di dalam mengemban kewajiban dan haknya sebagai seorang pengguna suatu produk ataupun layanan jasa. Kesadaran seorang konsumen akan kewajiban dan haknya akan memunculkan rasa tanggung jawab.⁶⁹

Teori di atas menjelaskan, bahwa ada tiga alat ukur untuk mengukur kepuasan seorang konsumen. Tiga alat ukur tersebut adalah kesetiaan, keluhan dan partisipasi. Puas dan tidak puasny konsumen dapat diukur dengan tiga alat ukur tersebut. Apabila seorang konsumen setia dengan produk barang atau jasa, maka hal demikian dapat dipastikan konsumen yang menggunakan merasa puas. Selain itu, keluhan juga dapat dijadikan sebagai alat ukur kepuasan konsumen. Jika konsumen seringkali ditemukan mengeluh atas produk barang atau layanan jasa, maka konsumen tersebut tidak puas atas produk barang dan layanan jasa.

⁶⁹ Tri Ulfa Wardani, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek", *Skripsi* (Medan: Ekonomi dan Bisnis, 2017), hal 42

Di samping itu, partisipasi juga merupakan alat ukur kepuasan konsumen dalam teori di atas.

Alat ukur kepuasan konsumen ada banyak yang telah digunakan oleh perusahaan ataupun lembaga yang bergerak di bidang jasa. Salah satu teori pengukuran kepuasan konsumen disampaikan oleh Kotler. Ia menyatakan ada empat alat ukur yang dapat dijadikan pengukuran kepuasan konsumen. Empat alat ukur tersebut sebagai berikut:

a) Sistem Keluhan dan Saran

Sistem keluhan dan saran adalah organisasi yang bergerak dalam hal mencari keuntungan maupun organisasi yang bergerak di bidang sosial menyediakan kotak saran dan keluhan. Dengan adanya kotak saran dan keluhan, organisasi dapat mengetahui kekurangan ataupun masalah yang terjadi di dalam organisasinya. Kotak saran dan keluhan ini juga berfungsi guna mengantisipasi membesarnya suatu masalah, sehingga organisasi dapat terus meningkatkan kualitas produknya ataupun layanannya.

b) Survei Kepuasan Konsumen

Survei terhadap konsumen adalah cara dalam mengukur tingkat kepuasan konsumen. Perusahaan akan melakukan survei berkala untuk mengukur kepuasan konsumen. Perusahaan dapat membuat beberapa daftar pertanyaan guna mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Daftar pertanyaan yang diajukan kepada konsumen untuk penilaian kinerja perusahaan, di antaranya pertanyaan masalah puas dan tidak puasnya konsumen, masalah-masalah yang sedang dihadapi masalah, memberikan rangking pada setiap elemen dan lain sebagainya.

c) Belanja Siluman

Belanja siluman merupakan cara dalam mengukur kepuasan konsumen. Pengukuran kepuasan konsumen dengan belanja siluman akan melahirkan suatu kesimpulan tentang kinerja suatu perusahaan. Pembeli yang ditunjuk oleh perusahaan sebagai pembeli siluman untuk menciptakan suatu masalah. Hal ini untuk menguji apakah pegawai dapat menangani masalah itu dengan baik atau tidak.

d) Analisis Kehilangan Pelanggan

Kehilangan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menyebabkan perusahaan failed atau bankrut. Oleh karena itu, pelanggan yang hilang dianalisa atau diamati. Hal demikian guna mencari masalah yang tengah terjadi pada diri pelanggan. Perusahaan dalam hal ini dapat menghubungi secara langsung kepada pelanggan yang sudah tidak menggunakan produknya lagi atau layanan jasanya lagi.⁷⁰

Konsumen yang merasa tidak puas akan memunculkan suatu tindakan atau tingkah laku yang berbeda. Tingkah laku tidak nyaman yang ditunjukkan oleh konsumen yang tidak puas. Hal ini sesuai dengan pendapat Tjiptono. Ia mengatakan, bahwa konsumen yang tidak puas akan berinteraksi dengan tindakan yang berbeda. Tindakan berbeda ini dapat berupa hanya diam atau melakukan complain kepada karyawan. Ada tiga bentuk komplain terhadap ketidakpuasan konsumen, yaitu:

⁷⁰ Ahmad Khusaini, "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Ilmu Keolahragaan, 2016), hal 29

a) *Voice Response*

Voice response merupakan tindakan penyampaian komplain dengan cara langsung. Di samping itu, konsumen yang melakukan hal ini akan meminta ganti rugi terhadap perusahaan yang bersangkutan. Selain itu, konsumen tersebut juga bisa meminta ganti rugi kepada distributornya.

b) *Private Response*

Private response adalah tindakan konsumen atas ketidakpuasan dalam menggunakan produk atau jasa layanan. Konsumen disini akan memberitahu kepada temannya, keluarganya, atau bahkan kepada koleganya dan ia menceritakan tentang produk atau layanan jasa yang digunakannya.

c) *Third-Party Response*

Third-party response merupakan complain terberat yang dilakukan oleh konsumen yang merasa tidak puas. Konsumen tersebut akan melakukan ganti rugi dengan melibatkan lembaga hukum, seperti lembaga konsumen, instansi hukum dan lain sebagainya. Hal demikian dilakukan oleh konsumen karena kerugian yang dialaminya.⁷¹

Tiga pengukuran kepuasan konsumen di atas dapat dilakukan oleh perusahaan guna mencapai keberhasilan atau kesuksesan perusahaannya, baik perusahaan yang bergerak di bidang produk barang maupun perusahaan yang bergerak di bidang jasa.

⁷¹ Indra Wahyu Dianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2013), hal 23

Tidak macam complain yang dilakukan oleh konsumen dapat ditangani dengan sikap persuasive guna kenyamanan konsumen yang melakukan pembelian suatu produk atau layanan jasa.

D. Pelayanan Perspektif Islam

Pelayanan tidak hanya diperhatikan oleh orang-orang non muslim, akan tetapi pelayanan juga menjadi pembahasan di kalangan pakar-pakar muslim. Salah satunya Karim, ia adalah tokoh muslim yang membahas pelayanan dalam Islam. Ia mengatakan, bahwa pelayanan dalam Islam harus memiliki etika yang baik. Etika yang baik bagi seorang dalam melakukan pelayanan, yaitu etika untuk selalu menyampaikan yang benar, etika untuk selalu dapat dipercaya, etika untuk selalu mengerjakan sesuatu dengan ikhlas, bertanggung jawab dan amanah, penguasaan ilmu pengetahuan, dan etika keadilan.⁷² Dari teori tersebut, maka pelayanan yang beretika itu perlu diperhatikan. Seorang konsumen akan merasa senang ketika seorang yang melakukan pelayanan memiliki etika yang baik. Etika yang baik menurut teori di atas adalah menyampaikan informasi yang benar. Hal ini dapat diterapkan di dunia perdagangan. Apabila barang yang dijual merupakan barang bekas, maka penjual barang tersebut hendaknya mengatakan sebenarnya. Hadist mengenai pelayanan sangat banya, di antaranya ada di dalam Kitab Sunan Ahmad sebagai berikut:

وَكَانَ يَخْدُمُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَكَانَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يُعْجِبُهُ خِدْمَتُهُ
فَقَالَ يَا أَبَا بَكْرٍ أَعْتَقَ سَعْدًا فَقَالَ يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا لَنَا مَا هُنَّ غَيْرُهُ قَالَ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ
صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْتَقَ سَعْدًا أَنْتَكَ الرَّجَالُ

⁷² Andi Ahmad Aras, "Pengaruh Persepsi Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat di Kota Maros", Skripsi (Makassar:Ekonomi Islam, 2016), hal 30

Artinya: “mantan budak Abu Bakar, bahwa ia melayani Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW menyukai pelayanan mantan budak Abu Bakar tersebut. Nabi Muhammad SAW bersabda; bebaskan Sa’d. Abu Bakar menjawab; wahai Rosulullah kami tidak memiliki budak lagi selain dia. Maka Rosulullah mengatakan lagi; bebaskan sa’d, niscaya akan datang kepadamu beberapa lelaki”. (Hadist Sunan Ahmad, no hadist 1624)

Dari hadis tersebut menunjukkan, bahwa pelayanan itu akan membuahkan hasil yang tidak dapat dijangkau oleh akal. Seorang budak Abu Bakar memiliki etika yang baik dalam melayani Nabi Muhammad SAW, sehingga budak tersebut mendapatkan ganjaran berupa dibebaskan dari menjadi seorang budak. Apabila seorang pelayan memiliki etika dalam melayani konsumen, maka konsumen akan merasa puas atas pelayanan yang diberikan kepadanya. Namun sebaliknya, jika seorang pelayanan mempunyai etika yang jelek dalam melayani konsumen, maka konsumen akan tidak puas atas pelayanan tersebut. Akibat seorang konsumen tidak puas atas pelayanan, ia akan meninggalkan barang tersebut ataupun jasa.

Pelayanan menurut Saeed et al yang dikutip oleh Putra mengatakan, bahwa pelayanan dalam Islam terdapat tiga karakteristik, yaitu :

1. Etika pelayanan Islam yang didasarkan pada Al-Qur’an. Di samping itu, pelayanan dalam Islam tidak meninggalkan suatu hal yang ambigu.
2. Aspek transedental dari kemutlakan dan sifat non-lunak.
3. Pelayanan yang baik adalah memaksimalkan nilai dengan melalui pendekatan Islam. Pelayanan melalui

pendekatan Islam maksudnya bagaimana seorang pelayanan bersikap baik kepada konsumennya⁷³

Dari tiga karakteristik di atas, maka pelayanan dalam Islam itu tidak keluar dari tuntunan yang telah dijelaskan dalam Al-Qur'an. Hal ini menunjukkan, bahwa umat Islam kuat hubungannya dengan Al-Qur'an, karena Al-Qur'an merupakan kitab umat Islam dan menjadi sebuah pedoman. Hal demikian juga diperuntukkan pada kegiatan layanan. Di samping itu, pelayanan menurut karakteristik di atas adalah untuk selalu bersikap baik kepada konsumen. Sikap baik kepada konsumen merupakan pelayanan yang i melalui pendekatan Islam. Hal ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an Surat Yusuf ayat 21:

وَقَالَ الَّذِي اشْتَرَاهُ مِنْ مِصْرَ لِامْرَأَتِهِ أَكْرِمِي مَثْوَاهُ عَسَىٰ أَنْ يَنْفَعَنَا أَوْ نَتَّخِذَهُ وَلَدًا ۗ وَكَذَٰلِكَ مَكَّنَّا لِيُوسُفَ فِي الْأَرْضِ وَلِنُعَلِّمَهُ مِن تَأْوِيلِ الْأَحَادِيثِ ۗ وَاللَّهُ غَالِبٌ عَلَىٰ أَمْرِهِ
وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ

Artinya: "Dan orang dari Mesir yang membelinya berkata kepada Istrinya, "Berikanlah kepadanya tempat (dan layanan) yang baik, mudah-mudahan dia bermanfaat bagi kita atau kita pungut dia sebagai anak. Dan demikianlah Kami memberikan kedudukan yang baik kepada Yusuf di negeri (Mesir) dan agar Kami ajarkan kepadanya takwil mimpi. Dan Allah berkuasa terhadap urusan-Nya, tetapi kebanyakan manusia tidak mengerti".

Dari ayat di atas menunjukkan, bahwa seorang yang memberikan pelayanan harus melakukan pelayanan yang baik kepada konsumennya. Tidak diperbolehkan bagi seorang pelayan melakukan pelayanan yang buruk kepada konsumennya dalam Islam. Ayat di atas sangat jelas

⁷³ Rizky Pratama Putra, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya", Jurnal Jestt (Vol.1. No.9. Tahun 2014), hal 3

mengenai pelayanan menurut Islam. Ayat di atas menunjukkan, bahwa untuk memberikan layanan yang baik. Selain itu, ayat di atas juga menerangkan, bahwa ada imbalan atau timbal balik dari suatu pelayanan yang baik. Hal ini sangat jelas, karena pelayanan yang baik kepada konsumennya akan membuahkan kepuasan dan loyalitas pada diri konsumen atas pelayanan tersebut.

E. Kepuasan Konsumen Perspektif Islam

Kepuasan konsumen adalah salah satu faktor kesuksesan di dalam suatu usaha. Usaha disini meliputi usaha bisnis produk barang ataupun usaha produk jasa. Kedua bisnis tersebut memerlukan kepuasan seorang konsumen, karena kepuasan konsumen akan melahirkan loyalitas. Dengan ini, kepuasan konsumen ditinjau dari perspektif Islam. “kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika tidak memenuhi harapan”.⁷⁴ Dari teori tersebut, maka kepuasan konsumen merupakan suatu kenyataan yang melampaui harapan. Setiap konsumen memiliki harapan sebelum melakukan pembelian pada suatu barang atau jasa. Apabila harapan tersebut sesuai dengan kenyataan yang diterimanya, maka ia akan merasa puas. Namun, jika kenyataannya tidak sesuai dengan harapannya, maka ia tidak akan puas. Seorang penjual hendaknya tidak berlaku curang di dalam penjualannya, karena kecurangan akan membuahkan ketidakpuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan hadis Nabi Muhammad SAW di Kitab Sunan Ahmad dengan nomor hadis 9230:

⁷⁴ Kasmawati, "Pengaruh Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Samsat di Kabupaten Wajo", *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Islam, 2018), hal 36

قَالَ كَانَ رَجُلٌ فِي بَنِي إِسْرَائِيلَ تَاجِرًا وَكَانَ يَنْقُصُ مَرَّةً وَيَزِيدُ أُخْرَى
قَالَ مَا فِي هَذِهِ التِّجَارَةِ خَيْرٌ أَلْتَمَسُ تِجَارَةً هِيَ خَيْرٌ مِنْ هَذِهِ قَبْلِي صَوْمَعَةً
وَتَرَهَبَ فِيهَا وَكَانَ يُقَالُ لَهُ جُرَيْجٌ

Artinya: "Nabi Muhammad SAW bersabda, ada seorang lelaki pedagang dari Bani Isra'il, kadang ia mengurangi timbangan dan kadang melebihkannya, kemudian ia berbicara (terhadap dirinya), perdagangan semacam ini tidak ada kebajikannya, maka ia berkata lagi, aku akan melakukan perdagangan yang lebih baik dari ini, lalu ia pun membangun tempat ibadah dan beribadah di dalamnya dan ia disebut dengan panggalan juraij".

Dari hadis di atas menunjukkan, bahwa ada seorang dari Bani Isra'in yang suka mengurangi timbangan dan melebihkannya. Maka dari itu, perdagangan seperti demikian tidak membuahkan sebuah kebaikan. Hal ini sesuai dengan teori di atas mengenai kepuasan konsumen, bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harapan yang sesuai dengan kenyataan. Apabila konsumen membeli sesuatu dan tidak sesuai dengan harapannya, maka ia akan merasa tidak puas. Kegiatan mengurangi timbangan adalah salah satu kecurangan di dalam perdagangan. Hal ini dapat menimbulkan ketidakpuasan seorang konsumen, karena tidak sesuai dengan harapannya.

Kepuasan konsumen juga dibatasi oleh syari'at yang ada. Hal ini sesuai dengan teori kepuasan konsumen menurut Islam. Kepuasan konsumen memiliki batasan, bahwa seorang melakukan suatu pembelian tidak hanya dilihat dengan melalui anggarannya saja, akan tetapi ia harus melihat batasan-batasan syari'at.⁷⁵ Ada batasan-

⁷⁵ Deery Anzar Susanti, "Analisis Pengaruh Harga, promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah", *Jurnal analytica Islamica* (Vol.5. No. 2. Tahun 2016), hal 8

batasan syariah kepuasan konsumen dalam pandangan Islam. Hal ini sesuai dengan ajaran Islam, seperti seorang muslim dilarang untuk memakan babi, dilarang untuk memakan minuman keras dan lain sebagainya. Etika melakukan bisnis atau jual beli di dalam Islam dapat dilihat pada Al-Qur'an surat Al-Baqaroh ayat 282:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۚ وَلْيَكْتُب بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ۚ وَلَا يَأْب كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ ۚ فَلْيَكْتُبْ وَلْيُمْلِلِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا ۚ فَإِنْ كَانَ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ سَفِيهًا أَوْ ضَعِيفًا أَوْ لَا يَسْتَطِيعُ أَنْ يُمِلَّ هُوَ فَلْيُمْلِلْ وَلِيُّهُ بِالْعَدْلِ ۚ وَاسْتَشْهِدُوا شَهِيدَيْنِ مِنْ رِجَالِكُمْ فَإِنْ لَمْ يَكُونَا رَجُلَيْنِ فَرَجُلٌ وَامْرَأَتَانِ مِمَّنْ تَرْضَوْنَ مِنَ الشُّهَدَاءِ أَنْ تَضِلَّ إِحْدَاهُمَا فَتُذَكِّرَ إِحْدَاهُمَا الْأُخْرَىٰ ۚ وَلَا يَأْب الشُّهَدَاءُ إِذَا مَا دُعُوا ۚ وَلَا تَسْأَمُوا أَنْ تَكْتُبُوهُ صَغِيرًا أَوْ كَبِيرًا إِلَىٰ أَجَلِهِ ۚ ذَلِكُمْ أَقْسَطُ عِنْدَ اللَّهِ وَأَقْوَمُ لِلشَّهَادَةِ وَأَدْنَىٰ أَلَّا تَرْتَابُوا ۚ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً حَاضِرَةً تُدِيرُونَهَا بَيْنَكُمْ فَلَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَلَّا تَكْتُبُوهَا ۗ وَأَشْهِدُوا إِذَا تَبَايَعْتُمْ ۚ وَلَا بُضَارًا كَاتِبًا وَلَا شَهِيدًا ۚ وَإِنْ تَفَعَّلُوا فَإِنَّهُ فَسُوقٌ بِكُمْ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۗ وَيَعْلَمُكُمُ اللَّهُ ۗ وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya: “Wahai orang-orang beriman, apabila kamu melakukan utang-piutang untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. Dan hendaklah seseorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Janganlah penulis menolak untuk menuliskannya sebagaimana Allah telah mengajarkan kepadanya, maka hendaklah dia menuliskan. Dan hendaklah orang yang berutang itu mendiktekan, dan hendaklah dia bertakwa kepada Allah, Tuhannya dan janganlah dia mengurangi sedikit pun dari padanya. Jika yang berutang itu orang yang kurang akalnya atau lemah (keadaannya), atau tidak mampu mendiktekan sendiri, maka hendaklah walinya mendiktekannya dengan benar. Dan persaksikanlah dengan dua orang saksi laki-laki dan dua orang perempuan di antara orang-orang yang kamu sukai dari para saksi (yang ada), agar jika yang seorang lupa maka yang seorang lagi mengingatkannya. Dan janganlah saksi-saksi itu menolak apabila dipanggil. Dan

janganlah kamu bosan menuliskannya untuk batas waktunya baik (utang itu) kecil maupun besar. Yang demikian itu, lebih adil di sisi Allah, lebih mendekatkan kamu kepada ketidakraguan, kecuali jika hal itu merupakan perdagangan tunai yang kamu jalankan di antara kamu, maka tidak ada dosa bagi kamu jika kamu tidak menuliskannya. Dan ambillah saksi apabila kamu berjual-beli, dan janganlah penulis dipersulit dan begitu juga saksi. Jika kamu lakukan (yang demikian) maka sungguh, hal itu suatu kefasikan pada kamu. Dan bertakwalah kepada Allah, Allah memberikan pengajaran kepadamu, dan Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”.

Ayat di atas menunjukkan, bahwa cara memuaskan konsumen oleh penjual dapat dilakukan dengan cara di atas. Ayat di atas menjelaskan, apabila seorang pembeli melakukan pembelian dengan cara menghutang, maka seorang penjual harus mencatatnya. Di samping itu, ketika penjual mencatat hutang seorang pembeli, maka seorang pembeli mendekati mengenai hutang yang dilakukannya. Apabila pembeli tersebut lemah dalam ingatannya, maka penjual dapat menghadirkan saksi atasnya. Hal demikian menunjukkan, etika jual beli dalam Islam untuk memuskana konsumen dengan pelayanan yang sangat baik.

F. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian dapat dikatan sebagai pola pikir seorang peneliti terhadap dua variabel. Dua variabel tersebut adalah variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Variabel independen dalam penelitian ini adalah pelayanan administrasi dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan peserta diklat. Dengan dua variabel tersebut, maka peneliti melakukan kegiatan paradigma atau pola pikir untuk menunjukkan

hubungan di antara dua variabel tersebut. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sugiyono. “Ia menyatakan, bahwa paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti dan menunjukkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab dengan melalui penelitian”. Dari teori yang diungkapkan oleh Sugiyono dapat disimpulkan, bahwa paradigma penelitian adalah pola pikir atau pandangan untuk menunjukkan hubungan antara variabel yang digunakan. Di samping itu, paradigma penelitian juga untuk mengetahui jenis dan rumusan masalah yang hendak dijawab oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan variabel independen (X) satu dan variabel dependen (Y) satu. Variabel independen pada penelitian ini adalah pelayanan administrasi (X) dan variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan peserta diklat (Y).

Gambar Paradigma Penelitian 2.1



G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis melekat pada penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Hipotesis memiliki kata asal “hypo”. Kata asal tersebut memiliki arti di bawah. Selain itu, hipotesis juga berasal dari kata “thesa” yang memiliki arti kebenaran. Dari dua kata asal tersebut, maka hipotesis adalah jawaban sementara yang perlu diuji mengenai kebenarannya.⁷⁶ Dengan demikian, hipotesis berasal dari dua kata suku, yaitu hypo dan thesa. Dua kata

⁷⁶ Nanang Martono, Statistik Sosial (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal 25

tersebut memiliki arti masing-masing, yaitu hypo (di bawah) dan thesa (kebenaran) hipotesis adalah jawaban sementara seorang penelitian mengenai penelitiannya. Jawaban sementara tersebut perlu diuji kebenarannya. Apabila variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen, maka hal demikian dinyatakan ada pengaruh atau terdapat pengaruh yang signifikan dengan tanda “Ha”. Namun, jika tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, maka hal demikian dinyatakan tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan tanda “Ho”. Hipotesis tersebut dapat dirangkai sebagai berikut:

Ha : Terdapat pengaruh pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat

Ho : Tidak ada pengaruh pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

1. Pendekatan

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Diklat Di Balai Diklat Keagamaan Surabaya” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Peneliti menggunakan metode kuantitatif, karena peneliti menginginkan untuk mengetahui adakah pengaruh dari pelayanan administrasi yang dilakukan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya terhadap kepuasan peserta diklat.

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian adalah jenis penelitian yang akan digunakan oleh seorang peneliti. Kegunaan jenis penelitian untuk mengetahui arah penelitian yang akan dilakukan. Jenis penelitian ini adalah hepoteis asosiatif. Penelitian ini menggunakan hipotesis asosiatif dikarenakan penelitian ini menyatakan hubungan antar variabel. Jadi, hipotesis asosiatif adalah hipotesis yang menjelaskan tentang hubungan antar variabel.

Penelitian ini menggunakan dua variabel. Variabel pertama adalah variabel independen. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi. Variabel kedua adalah variabel dependen. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan tempat penelian di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Balai Diklat Keagamaan Surabaya bertempat di Jl. Ketintang Madya No. 92, Karah, Kec. Jambangan, Kota Surabaya.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi salah satu hal penting dalam sebuah penelitian, sehingga jumlah populasi di suatu objek penelitian harus diketahui terlebih dahulu. Jadi, populasi ialah seluruh orang atau individu yang berada di tempat yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah peserta diklat di bulan November pada minggu ke dua. Jumlah peserta diklat di bulan November pada minggu kedua adalah 140 peserta, sehingga populasi pada penelitian ini ialah 140 orang.

2. Sampel

Sampel perlu ditentukan di dalam penelitian, baik penelitian kualitatif maupun penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 anggota dari 140 populasi dengan tingkat kesalahan 5%.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan cara dalam menentukan anggota populasi sebagai anggota sampel yang akan diteliti. Setiap anggota populasi memiliki ciri khusus, sehingga tidak semua anggota populasi dijadikan sebagai anggota sampel.

Penelitian ini menggunakan teknik sampling nonprobability sampling. Peneliti menggunakan nonprobability sampling, karena peneliti tidak memberikan peluang yang sama kepada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Di samping itu, peneliti memilih purposive sampling untuk spesifikasi teknik pengambilan sampling nonprobability sampling.

4. Variabel dan Indikator

1. Variabel

Setiap penelitian memiliki variabel. Variabel digunakan untuk memudahkan peneliti di dalam penelitiannya. Variabel adalah semua hal yang dipilih oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga peneliti mendapatkan informasi dan kesimpulan.

a) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen. Dengan adanya pengaruh, variabel dependen dapat berubah dikarenakan variabel independen. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini ialah pelayanan administrasi (X).

b) Variabel Dependen

Variabel dependen kebalikan dari variabel independen. Variabel independen adalah variabel yang memengaruhi variabel dependen, sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah kepuasan peserta diklat.

2. Indikator

Indikator digunakan dalam penelitian untuk mempermudah peneliti membuat instrument penelitian. Peneliti akan membuat indikator dari kajian teori yang telah ditulis pada bab dua. Jadi, indikator dapat dibuat dari kajian teori yang telah ada.

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen penelitian ini adalah pelayanan administrasi. Variabel dependen penelitian ini adalah

kepuasan peserta diklat. Setiap variabel memiliki indikator masing-masing.

Indikator pelayanan administrasi diambil dari teori yang dikemukakan oleh Kotler. Ia menyatakan, bahwa pelayanan dibagi ke dalam lima bagian, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Lima bagian tersebut menjadi indikator variabel pelayanan administrasi. Indikator pelayanan administrasi adalah:

Tabel Indikator Pelayanan Administrasi. 3.1

No	Variabel	Sub-Variabel	Indikator-indikator
1	Pelayanan administrasi	a. Tangibles	a.kemudahan akses menuju tempat
			b.Sarana dan prasarana layanan
		b. Reliability	a.Memberikan pelayanan dengan segera
			b.Kemampuan memberikan kepuasan
		c. Responsiveness	a. Tanggap dalam memberikan layanan
			b. Penyampaian informasi pada konsumen
		d. Assurance	a. Kesopanan atau attitude pegawai pemberi layanan
			b. Kemampuan

			dan pengetahuan pegawai dalam memberikan layanan
		e. empathy	a. Sikap mudah tersentuh terhadap konsumen
			b. Kegiatan memerhatikan keinginan konsumen

Indikator kepuasan konsumen diambil dari tiga sumber. Faktor kepuasan konsumen adalah ketanggapan, bukti langsung,⁷⁷ kualitas produk, kualitas pelayanan,⁷⁸ dan kinerja pelayanan.⁷⁹ Lima faktor tersebut mewakili teori kepuasan konsumen untuk dijadikan indikator. Indikator kepuasan konsumen adalah:

⁷⁷ Nismawati, "Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Aluddin Makassar", *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar, 2016), hal 17

⁷⁸ Wildan Sulaksana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta", *Skripsi* (Yogyakarta: Manajemen, 2017), hal 23

⁷⁹ Suryo Triyono, "Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali (Repurchase)", *Skripsi* (Jakarta: Manajemen, 2009), hal 42

Tabel Indikator Kepuasan Konsumen. 3.2.

No	Variabel	Sub-variabel	Indikator-indikator
1	Kepuasan konsuen	a. Kualitas produk	a. Produk tidak mudah rusak atau layanan yang diberikan berkualitas
			b. Produk memiliki desain yang bagus
		b. Ketanggapan	a. Kemampuan membantu konsumen
			b. Tanggap dalam memberikan pelayanan
		c. Bukti langsung	a. kenyamanan ruangan
			b. sarana dan prasarana yang memadai
		d.Kualitas Pelayanan	a. Cepat dalam memberikan layanan
			b. Pelayanan yang dibareikan sesuai dengan persepsi konsumen
		e. Kinerja Pelayanan	a. kemampuan pegawai memberikan layanan
			b. pengetahuan pegawai

			memberikan layanan
--	--	--	--------------------

5. Tahap-tahap Penelitian

Tahap-tahap penelitian perlu dilakukan peneliti untuk memudahkan dalam kegiatan penelitiannya. Tahap-tahap lapangan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tahap Pra Lapangan

a) Menyusun Rancangan Penelitian

Penyusunan rancangan penelitian dilakukan pada awal sebelum peneliti memilih objek. Jadi, penyusunan rancangan penelitian memiliki beberapa hal yang dikadji, seperti pemilihan objek penelitian sampai pada judul yang akan diangkat penelitian.

b) Memilih Lapangan Penelitian

Peneliti sebelum melakukan pemilihan terhadap suatu objek yang menjadi tempat penelitian, peneliti melakukan analisa terlebih dahulu terhadap objek yang akan menjadi tempat penelitian. Analisa dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi yang sesuai dengan judul yang hendak diangkat.

c) Menentukan Populasi dan Sampel

Tahap menentukan populasi dan sampel, peneliti menganalisa terlebih dahulu anggota populasi yang dapat dijadikan sebagai anggota sampel. Anggota populasi disini berjumlah 98 sehingga peneliti mengambil anggota populasi untuk dijadikan sebagai anggota sampel sebanyak 30 anggota.

2. Tahap Lapangan

a) Memahami Latar Belakang dan Kesiapan Diri

Tahapan memahami latar belakang dan kesiapan diri dilakukan ketika peneliti hendak terjun ke lapangan. Tahap ini dilakukan bertujuan untuk kesuksesan di dalam melakukan penelitian. Jadi, latar belakang penelitian dimatangkan oleh peneliti. Di samping itu, peneliti harus siap secara mental untuk kelancaran penelitian.

b) Memasuki Lapangan

Dalam tahap memasuki lapangan, peneliti akan menganalisa dan mengumpulkan data dan informasi yang hendak diambil. Data dan informasi tersebut harus sesuai dengan fokus penelitian yang sedang diteliti.

c) Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan oleh seorang peneliti ketika sudah masuk ke lapangan. Dalam tahap ini, peneliti akan menyusun dan mengumpulkan data atau fakta fakta yang akurat untuk keakuratan hasil penelitian.

d) Tahap Analisis Data

Tahap analisis data adalah tahap yang dimana seorang peneliti akan menganalisa data-data yang telah ditemukan dan disusun dengan sistematika yang rapi. Metode analisis data dipilih oleh peneliti guna memperbudah dalam menganalisa data.

F. Teknik Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpulan data adalah hal yang sangat penting di dalam sebuah penelitian. Data merupakan sumber utama di dalam penelitian. Tidak mungkin diadakan sebuah penelitian apabila data tidak ada. Oleh sebab itu, data adalah sumber utama di dalam penelitian. Di samping itu, data harus

diolah dengan benar, agar data yang terkumpul sesuai dengan apa yang diinginkan. Pengolahan data yang baik dengan menggunakan metode pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data memakai kuesioner, observasi dan dokumentasi.

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan salah satu alat di dalam mengumpulkan data. Peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data, karena penelitian merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif teknik pengumpulan datanya menggunakan kuesioner, karena teknik ini yang akurat di dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner dilakukan untuk mengumpulkan data. Data tersebut akan diolah untuk melahirkan suatu informasi yang akurat.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengamatan secara sistematis guna mendapatkan data. Observasi digunakan untuk menunjang data yang dihasilkan dari kuesioner. Jadi, observasi di dalam penelitian ini adalah semua kegiatan yang berkaitan dengan pemberian pelayanan administrasi terhadap peserta di Balai Diklat Keagamaan Surabaya mengenai Pelayanan administrasi.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan guna menunjang data yang dikumpulkan oleh peneliti. Dalam hal ini, dokumen yang dikumpulkan oleh peneliti berupa gambar kegiatan di dalam pelaksanaan pelayanan administrasi yang dilakukan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya dan data yang didapatkan dari file, seperti sejarah dan lain sebagainya.

G. Teknik Validitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah salah satu langkah di dalam penelitian. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrument sudah valid atau belum. Valid disini adalah instrument sudah dapat digunakan pada apa yang akan diukur. Dengan menggunakan instrument yang valid, hal ini diharapkan hasil penelitiannya valid. Dari penjelasan tersebut menunjukkan, uji validitas data adalah tahapan yang harus dilalui oleh peneliti. Hal ini bertujuan, agar data atau hasil yang didapat valid atau akurat.

Uji validitas dalam penelitian ini memakai uji validitas korelasi *pearsonproduct moment*. Pengujian instrument dengan menggunakan alat uji validitas korelasi *pearsonproduct moment* merupakan alat uji validitas yang membandingkan r table dengan r hitung. Apabila nilai r hitung $>$ r table, maka instrument tersebut dikatakan valid dan dapat disebarkan ke anggota sampel.⁸⁰

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas memiliki tugas yang sama dengan uji validitas. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji instrument penelitian apakah sudah reliable. Uji reliabilitas merupakan alat uji instrument yang memiliki fungsi seberapa konsisten instrument yang dimiliki setelah dilakukan uji terhadap objek dalam keadaan yang sama. Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Apabila nilai

⁸⁰ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 63

cronbach's alpha lebih besar dari 0,600, maka instrument penelitian bisa dinyatakan reliabel. Sebaliknya, apabila nilai *cronbach's alpha* lebih kecil atau dari 0,600, maka intrumen penelitiannya tidak reliabel dan tidak bisa digunakan penelitian.⁸¹

H. Teknik Analisis Data

1. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan salah satu alat uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik adalah alat uji yang wajib ada di dalam penelitian yang memakai pendekatan kuantitatif. “Uji normalitas data memiliki tujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam variabel yang akan digunakan penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian adalah data yang berdistribusi normal”.⁸² Jadi, uji normalitas data merupakan alat uji statistik yang memiliki fungsi untuk membuktikan model penelitian dengan data berdistribusi normal. Model penelitian yang memiliki data berdistribusi normal adalah data yang dianggap baik dan layak. Oleh karena itu, uji normalitas data merupakan alat uji yang tidak dapat ditinggalkan dalam penelitian kuantitatif.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan alat uji asumsi klasik juga. Namun, uji

⁸¹ *Ibid*, hal 63

⁸² M. Agus Mardiansyah, “Pengaruh Budaya Kerja Islam Terhadap Produktivitas kerja Karyawan Di Koperasi Jasa Keuangan Syari’ah (KJKS) Manfaat Surabaya”, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), 12

multikolinieritas berbeda dengan uji normalitas data. Uji multikolinieritas dipakai untuk mencari hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas memiliki syarat khusus. Syarat tersebut adalah tidak terjadi multikolinieritas. Analisis nilai Tolerance dan Variance Influence Faktor (VIF) merupakan cara untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak. Apabila nilai tolerance di atas 0.1 dan nilai VIF di bawah 10, maka hal tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.⁸³

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji asumsi klasik yang terakhir. Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji model regresi. Pengujian model regresi dilakukan untuk mencari apakah model regresi yang terjadi mempunyai ketidaksamaan varians dan residual dalam satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁸⁴ Dari teori di atas menunjukkan, bahwa uji heteroskedastisitas merupakan alat uji untuk menguji model regresi apakah tidak terjadi kesamaan varians dan residual dalam satu pengamatan terhadap pengamatan yang lain.

⁸³ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 93

⁸⁴ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 94

2. Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini memakai teknik analisis regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana digunakan, karena penelitian ini sudah menyatakan pengaruh antara variabel X dengan variabel Y. Namun, pengaruh antara variabel X dengan Y masih belum diketahui sebesapa besar pengaruhnya. Oleh karena itu, peneliti menggunakan regresi linier sederhana

1. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 1 Oktober sampai 15 Desember di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Kuesioner diberikan kepada pegawai dan pesreta diklat di bulan November tahun 2019. Kuesioner untuk pegawai sejumlah 30. Keusioner untuk peserta sejumlah 30.

Tabel Jadwal Kegiatan Penelitian. 3.3.

NO	KEGIATAN	BULAN 2019			
		Sept	Okto	Nov	De s
1	Tahap Peresiapan Penelitian				
	a. Penyusunan dan pengajuan judul	■			
	b. Pengajuan Proposal	■			
	c. Perijinan penelitian		■		
2	Tahap Pelaksanaan				
	a. Pengumpulan data		■		
	b. Analisis Data			■	
3	Tahap Penyusunan Laporan				■

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah

Balai Diklat Keagamaan Surabaya merupakan lembaga pemetintah yang berada di bawah naungan Menteri Agama. Sejarah berdirinya lembaga tersebut panjang. Sejarah ini dilatarbelakangi dari persetujuan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara. Hal ini berdasarkan KMA. No. 18/1978 pada tanggal 6 Maret 1978 dengan nomor B251/I/MENPAN/3/1978 pada tanggal 6 Maret 1978. Dengan keputusan tersebut, maka Balai Penataran Guru Agama (BPGA) didirikan sebanyak enam balai. Enam balai tersebut disebar ke enam provinsi untuk semua wilayah Indonesia. Salah satu balai tersebut adalah BPGA yang bertempat di Surabaya pada alamat Jl. Ngagel Jaya Utara 84 Surabaya. BPGA yang bertempat di Surabaya merupakan BPGA yang mewakili Indonesia bagian timur.

Tanggal 23 Mei 1981 berdasarkan KMA No. 45/1981 diperkuat dengan adanya KEMENPAN Nc. B 504/MENPAN/5/1981. Di samping keluarnya hal tersebut, MENPAN mencabut KMA. No 18 Tahun 1978. Dengan digantinya KMA No 18 Tahun 1978, maka Balai Penataran Guru Agama (BPGA) diganti dengan Balai Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Teknis Keagamaan Departemen Agama. Balai tersebut diletakkan pada 12 kota. Salah satunya berada di Surabaya pada tahun 1986 sampai tahun 2001 yang bertempat di Jl. Juanda 2 Surabaya. Namun, Balai Pendidikan dan Pelatihan Pegawai Teknis Keagamaan Departemen Agama di pindah di Wisma Sejahtera Jl. Ketintang Madya 72 Surabaya

pada tahun 2001 sampai 2002. Pemindahan tersebut dikarenakan hasil perdebatan dengan KANWIL Departemen Agama Provinsi Jawa Timur.

Tahun 2004 merupakan tahun pergantian nama menjadi Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Hal ini didasarkan KMA No. 345. Di samping itu, tahun 2004 Menteri Agama memutuskan dengan No 345 mengenai susunan organisasi dan tata kerja Balai Diklat Keagamaan Surabaya. isi keputusan tersebut adalah Balai Diklat Keagamaan merupakan unit pelaksana teknis Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama yang menangani bidang pendidikan dan pelatihan di lingkungan kementerian Agama di daerah. Di samping itu, Balai Diklat Keagamaan Surabaya memiliki tugas untuk melakukan pendidikan dan pelatihan tenaga administrasi dan tenaga teknis keagamaan di wilayah kerja Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur. Fungsi Balai Diklat Keagamaan Surabaya dalam menjalankan tugasnya sebagai berikut:

- a. Membuat Visi, misi dan kebijakan Balai Diklat Keagamaan.
- b. Mengadakan pendidikan dan pelatihan tenaga administrasi dan tenaga teknis keagamaan.
- c. Mengadakan koordinasi dan mengembangkan kemitraan dengan satuan organisasi atau satuan kerja di lingkungan Kementerian Agama dan PEMDA serta lembaga terkait yang lainnya.
- d. Mempersiapkan dan menyajikan laporan hasil dari pelaksanaan tugas Balai Diklat Keagamaan.

Dengan adanya fungsi tersebut, Balai Diklat Keagamaan Surabaya mempunyai struktur organisasi yang dapat menjalankan fungsi tersebut.

Struktur organisasi yang dapat menjalankan fungsi tersebut ada dua, yaitu Kepala Seksi Diklat Tenaga Administrasi dan Kepala Seksi Diklat Tenaga Teknis Keagamaan. Di samping itu, ada kelompok jabatan fungsional yang disebut Widyaiswara. Bagian tersebut merupakan bagian tenaga pengajar dalam kegiatan diklat.

2. Visi dan Misi

a. Visi

Visi adalah Terwujudnya SDM Kementerian Agama Provinsi Jawa Timur yang Profesional.

b. Misi:

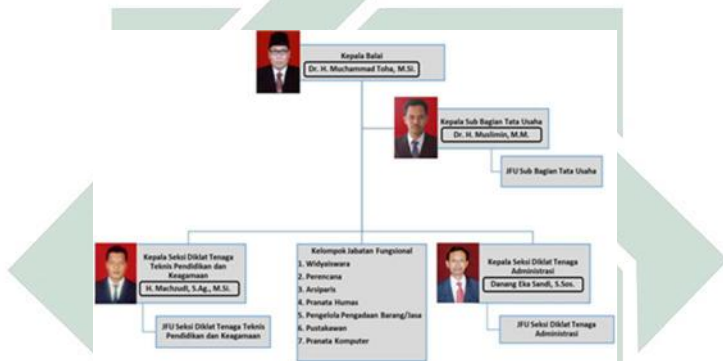
- 1) Mewujudkan tata kelola kelembagaan yang bersih dan berwibawa.
- 2) Mengembangkan penyelenggaraan diklat berbasis mutu dan nilai-nilai spiritual keagamaan.
- 3) Meningkatkan profesionalisme widyaiswara dan tenaga kediklatan.
- 4) Menyediakan sarana prasarana diklat yang memadai.
- 5) Memperluas jaringan dan kerja sama dengan stakeholder

3. Struktur Organisasi

- a. Kepala Balai : Dr. H. Muchammad Toha, M.Si.
- b. Kepala Sub Bagian Tata Usaha: Dr. H. Muslimin, M.M.
- c. JFU Sub Bagian Tata Usaha.
- d. Kepala Seksi Diklat Tenaga Teknis Pendidikan dan Keagamaan: H. Machzudi, S.Ag, M.Si.
- e. JFU Seksi Diklat Tenaga Teknis Pendidikan dan Agama

- f. Kepala Seksi Diklat Tenaga Administrasi:
Danang Eka Sandi, S.Sos.
- g. JFU Seksi Diklat Tenaga Administrasi
- h. Kelompokkan Jabatan Fungsional
 - 1) Widyaiswara, Perencana, Arsiparis,
Peranata Humas, Pengelola Pengadaaan
Barang/Jasa, Pustakawaan dan Pranata
Komputer.

Gambar Struktur Balai Diklat Keagamaan Surabaya.4.1



4. Keuangan

Keuangan dalam instansi pemerintah memiliki proses yang panjang, mulai dari perencanaan, persetujuan, dan sampai pada pencairan. Sebelum mendapatkan anggaran dana, Balai Diklat Keagamaan melakukan perencanaan diklat berserta nominal yang dibutuhkan. Di samping itu, Balai Diklat Keagamaan Surabaya mencantumkan kebutuhan-kebutuhan yang dibutuhkan pada tahun depan, seperti perbaikan ruangan, pembelian komputer dan lain sebagainya. Setelah melakukan beberapa hal tersebut, bidang perencana melakukan rapat di Jakarta bersama Biro Perencana Sekretaris Jenderal. Apabila rancangan anggaran disetujui di dalam rapat tersebut, maka Biro Perencana

Sekretaris Jenderal melakukan rapat dengan DPR. Ketika DPR menyetujui rancangan anggaran tersebut, maka Balai Diklat Keagamaan Surabaya mendapatkan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran (DIPA). DIPA tersebut memuat semua rancangan anggaran, seperti kegiatan diklat teknis dengan anggaran sekian. Jadi, sistem keuangan di Balai Diklat Keagamaan Surabaya membutuhkan proses yang cukup panjang.

5. Sarana dan Prasarana/Aset

Sarana dan prasarana Balai Diklat Keagamaan Surabaya telah menunjang atas keberhasilan kegiatan diklat selama ini. Sarana dan prasarana atau aset Balai Diklat Keagamaan Surabaya, yaitu tanah, gedung, aula, ruang multimedia, ruang kerja, ruang kelas, ruang kerja, lab IPA, lab bahasa, lab komputer, perpustakaan, musholla, kamar, ruang sekretariat, ruang fitness, lapangan tenis, dapur, ruang makan, LCD, peralatan video conference, bus, koperasi, sound sistem, ruang loby, handycam, camera, meja tenis, mobil sedan, mobil MPV, tempat parkir, sepeda motor, jaringan fiber optic, televisi, dan tandon air. Sarana, prasarana dan aset dipersiapkan untuk keberhasilan kegiatan diklat yang dilaksanakan dengan baik.

6. Program atau Kegiatan

Program atau kegiatan di Balai Diklat Keagamaan Surabaya tidak terlepas dengan kegiatan diklat. Kegiatan diklat tersebut dilaksanakan setiap minggu. Sebelum dilaksanakan kegiatan diklat, pegawai Balai Diklat Keagamaan Surabaya melakukan penelitian pada semua daerah yang berada di Jawa Timur. Kegiatan penelitian tersebut untuk menyusun kegiatan diklat pada tahun yang

akan datang. Kegiatan atau program di Balai Diklat Keagamaan Surabaya adalah pelatihan pejabat eselon IV, pelatihan tenaga administrasi, pelatihan CPNS, pelatihan tenaga teknis keagamaan, pelatihan bagi struktural lembaga, pelatihan prajabatan golongan II dan III, pelenggaraan monitoring pelatihan, dan lain-lain.

7. Segmentasi

Segmentasi adalah kegiatan pembagian pasar. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam melakukan kegiatan penjualan suatu barang ataupun jasa.

Lembaga pemerintahpun juga melakukan hal demikian, yakni melakukan segmentasi. Balai Diklat Keagamaan Surabaya adalah lembaga pemerintah yang melakukan segmentasi dalam mengadakan kegiatan diklat atau pelatihan. *Pertama*, wilayah merupakan salah satu segmentasi yang dilakukan Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Jawa Timur adalah wilayah segmentasi Balai Diklat keagamaan Surabaya. *kedua*, segmentasi yang dilakukan sesuai dengan kegiatan diklat yang akan diadakan oleh Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

B. Penyajian Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas instrumen perlu dilakukan oleh seorang peneliti, karena fungsi uji validitas instrumen untuk menguji instrumen yang telah dibuat oleh seorang peneliti. Apabila instrument yang dibuat oleh peneliti telah valid, maka instrumen tersebut dapat disebarkan kepada anggota sampel. Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai makna sejauh mana kecermatan dan ketepatan instrument dalam melaksanakan

fungsinya sebagai alat pengujian instrument penelitian.⁸⁵ Dari teori tersebut dapat ditarik penjelasan, bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui kebenaran instrument penelitiannya. Hal ini dapat dilihat dari ketepatan dan kecermatan instrument penelitian.

Uji validitas dalam penelitian ini adalah uji *pearson product moment*. Uji *pearson product moment* menyatakan, apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka instrument dalam dinyatakan valid (r hitung $>$ r tabel). Sampel pada penelitian ini adalah 100 anggota sampel. Anggota sampel adalah peserta diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Jika Anggota sampel berjumlah 100 anggota, maka r tabelnya adalah 0,195 dengan tingkat kesalahan 5%.⁸⁶ Hasil uji validitas instrumen dengan memakai spss versi 16.0 sebagai berikut:

Tabel Hasil Validitas Pelayanan Administrasi (X). 4.1.

Item Pernyataan	Total Pearson Correlations	R tabel	Keterangan
X1	0,542	0,195	Valid
X2	0,631	0,195	Valid
X3	0,727	0,195	Valid
X4	0,681	0,195	Valid
X5	0,763	0,195	Valid
X6	0,776	0,195	Valid
X7	0,762	0,195	Valid
X8	0,803	0,195	Valid

⁸⁵ Zulkifli Matondang, "Validitas dan Reliabilitas Suatu Instrumen Penelitian", *Jurnal Tabularasa PPS UNIMED* (Vol. 6. No 1. Tahun 2019), hal 89

⁸⁶ Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 373

X9	0,780	0,195	Valid
X10	0,761	0,195	Valid

Instrument penelitian berbentuk pernyataan yang valid dapat dijelaskan dari hasil spss di atas, bahwa pernyataan instrument penelitian yang valid, yaitu X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X8, X9, X10. Sepuluh item pernyataan yang valid memiliki nilai lebih besar dari nilai r tabel yakni 0,195 dengan tingkat kesalahan 5%. Jadi, item pernyataan yang valid berjumlah 10 pernyataan. Pernyataan yang valid dapat digunakan peneliti untuk melakukan penelitian.

Berdasarkan uji validitas instrument di atas dapat dilakukan prosentase jawaban yang telah dipilih oleh responden dengan jumlah response 100 anggota. Hasil prosentase dari jawaban responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel Hasil rekap pernyataan angket untuk peserta diklat. 4.2.

Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP	TOTAL
X1	43	56	1			100
X2	39	57	4			100
X3	34	53	13			100
X4	47	43	10			100
X5	45	46	9			100
X6	39	53	8			100
X7	41	48	11			100
X8	51	42	7			100
X9	43	47	10			100
X10	35	55	10			100

Dari hasil tabel di atas dapat dihitung nilai prosentase, bahwa nilai prosentase didapatkan dari

hasil jumlah jawaban responden di atas. Jumlah jawaban responden di atas dengan jumlah responden dan dikali 100, maka hasil dari rumus tersebut adalah :

Tabel Prosentase Dari Hasil Rekap Jawaban Responden.4.3.

Item Pernyataan	Kesimpulan
X1	43% peserta diklat menyatakan sangat puas, 56% peserta menyatakan puas, dan 1% peserta menyatakan cukup puas.
X2	39% peserta diklat menyatakan sangat puas, 57% peserta diklat menyatakan puas, dan 4% peserta diklat menyatakan cukup puas
X3	34% peserta diklat menyatakan sangat puas, 53% peserta diklat menyatakan puas, dan 13% peserta menyatakan cukup puas.
X4	47% peserta diklat menyatakan sangat puas, 43% peserta diklat menyatakan puas, dan 10% peserta diklat menyatakan cukup puas
X5	45% peserta diklat menyatakan sangat puas, 46% peserta diklat menyatakan puas, dan 9% peserta diklat menyatakan cukup puas.
X6	39% peserta diklat menyatakan sangat puas, 53% peserta diklat menyatakan puas, dan 8% peserta diklat menyatakan cukup puas.
X7	41% peserta diklat menyatakan sangat puas, 48% peserta diklat menyatakan puas, dan 11% peserta diklat menyatakan cukup puas.
X8	51% peserta diklat menyatakan sangat puas, 42% peserta diklat menyatakan puas, dan 7% peserta diklat menyatakan cukup puas.
X9	43% peserta diklat menyatakan sangat puas, 47% peserta diklat menyatakan puas, dan 10% peserta diklat menyatakan cukup puas.

X10	35% peserta diklat menyatakan sangat puas, 55% peserta diklat menyatakan puas, dan 10% peserta diklat menyatakan cukup puas.
-----	--

Selain uji validitas variabel X, ada uji validitas variabel Y. Rumus yang dipakai pada uji validitas variabel Y sama dengan rumus uji validitas variabel X. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka pernyataan instrument penelitian dikatakan valid. Nilai r tabel pada uji validitas ini adalah 0,195 dengan tingkat kesalahan 5%.⁸⁷ Nilai r tabel dipengaruhi oleh jumlah responden. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 anggota responden. Hasil hitung melalui SPSS 16.0 sebagai berikut:

Tabel Hasil uji validitas kepuasan peserta diklat (Y). 4.4.

Item Pernyataan	Total Pearson Correlations	R tabel	Keterangan
Y1	0,744	0,195	Valid
Y2	0,742	0,195	Valid
Y3	0,826	0,195	Valid
Y4	0,803	0,195	Valid
Y5	0,775	0,195	Valid
Y6	0,782	0,195	Valid
Y7	0,785	0,195	Valid
Y8	0,789	0,195	Valid
Y9	0,730	0,195	Valid
Y10	0,668	0,195	Valid

Hasil dari tabel di atas dapat dijelaskan, bahwa item pernyataan yang valid, yaitu Y1, Y2,

⁸⁷ Sugiyono, Statistika untuk Penelitian (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 373

Y3, Y4, Y5, Y6, Y7, Y8, Y9, dan Y10. Jadi instrument yang valid berjumlah sepuluh item pernyataan dari jumlah total sepuluh pernyataan, sehingga tidak ada instrument penelitian yang tidak valid dalam hal ini. Item pernyataan yang valid memiliki nilai lebih tinggi atau lebih besar daripada nilai r tabel, sehingga item pernyataan dikatakan valid.

Dari hasil uji validitas variabel Y di atas, peneliti akan mengelompokkan jawaban responden. Responden dalam penelitian ini adalah peserta diklat yang berjumlah 100 orang. Penjumlahan jawaban responden dapat dilihat di tabel bawah ini:

Tabel Hasil jawaban pernyataan angket untuk peserta diklat.4.5.

Item Pernyataan	SP	P	CP	TP	STP	TOTAL
Y1	44	49	7			100
Y2	35	53	12			100
Y3	41	49	10			100
Y4	45	49	6			100
Y5	34	56	10			100
Y6	39	52	9			100
Y7	39	53	8			100
Y8	34	60	6			100
Y9	28	61	11			100
Y10	44	49	7			100

Setelah jawaban responden telah direkap, maka hasil tersebut dapat dihitung dengan menggunakan rumus prosentase. Rumus prosentase adalah membagi jumlah dengan jumlah total dan hasilnya dikali 100. Hasil hitung prosentase dapat dilihat di tabel bawah ini:

Tabel Prosentase Dari Hasil Rekap Jawaban Responden.4.6.

Item Pernyataan	Kesimpulan
Y1	44% peserta diklat menyatakan sangat puas, 49% peserta diklat menyatakan puas, dan 7% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y2	35% peserta diklat menyatakan sangat puas, 53% peserta diklat menyatakan puas, dan 12% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y3	41% peserta diklat menyatakan sangat puas, 49% peserta diklat menyatakan puas, dan 10% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y4	45% peserta diklat menyatakan sangat puas, 49% peserta diklat menyatakan puas, dan 6% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y5	34% peserta diklat menyatakan sangat puas, 56% peserta diklat menyatakan puas, 10% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y6	39% peserta diklat menyatakan sangat puas, 52% peserta diklat menyatakan puas, 9% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y7	39% peserta diklat menyatakan sangat puas, 53% peserta diklat menyatakan puas, dan 8% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y8	34% peserta diklat menyatakan sangat puas, 60% peserta diklat menyatakan puas, 6% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y9	28% peserta diklat menyatakan sangat puas, 61% peserta diklat menyatakan puas, dan 11% peserta diklat menyatakan cukup puas.
Y10	44% peserta diklat menyatakan sangat puas, 49% peserta diklat menyatakan puas, dan 7% peserta diklat menyatakan cukup puas.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat uji instrument yang tidak bisa dilewati di dalam penelitian. Hal ini dikarenakan, uji reliabilitas menguji instrument penelitian yang akan digunakan oleh peneliti. Uji reliabilitas dalam penelitian ini memakai rumus *cronbach's alpha*. Apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,600, maka instrument penelitiannya dapat dinyatakan reliabel.⁸⁸ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan SPSS 16.0 dalam menghitung *cronbach's alpha*. Hasil *cronbach's alpha* dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

Tabel Variabel Pelayanan Administrasi (X). 4.7.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.773	11

Dari tabel di atas dapat dinyatakan, bahwa nilai *cronbach's alpha* pada variabel pelayanan administrasi (X) sebesar 0,773. Selain itu, nilai *cronbach's alpha* variabel pelayanan administrasi (X) lebih besar dari 0,600, sehingga instrumen penelitian variabel pelayanan administrasi (X) dinyatakan reliabel. Oleh karena itu, instrumen penelitian variabel pelayanan administrasi (X)

⁸⁸ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 63

dapat dilanjutkan ke tingkat penelitian di lapangan.

Variabel kepuasan peserta diklat (Y) juga memiliki nilai *cronbach's alpha* yang dihitung dengan menggunakan SPSS 16.0. Nilai *cronbach's alpha* variabel kepuasan peserta diklat ialah sebagai berikut:

Tabel Variabel Kepuasan Peserta Diklat (Y). 4.8.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	11

Dari tabel di atas dapat dijelaskan, bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,778. Nilai *cronbach's alpha* variabel kepuasan peserta diklat (Y) lebih besar dari 0,600, sehingga instrument penelitian variabel kepuasan peserta diklat (Y) dinyatakan reliabel dan dapat dipakai sebagai instrumen penelitian dalam penelitian ini.

2. Uji Asumsi Klasik

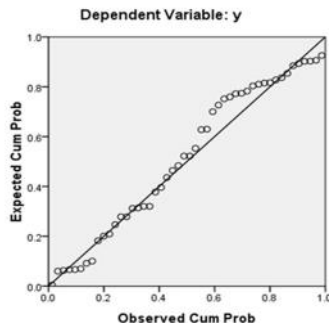
a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas data merupakan salah satu alat uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ialah alat uji yang harus ada di dalam penelitian yang memakai pendekatan kuantitatif. “Uji normalitas data memiliki tujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam variabel yang akan digunakan penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan

model-model penelitian adalah data yang berdistribusi normal”.⁸⁹ Jadi, uji normalitas data adalah alat uji statistik yang memiliki fungsi untuk membuktikan model penelitian dengan data berdistribusi normal. Model penelitian yang mempunyai data yang berdistribusi normal adalah data yang dianggap layak dan baik. Oleh karena itu, uji normalitas data merupakan alat uji yang tidak dapat ditinggalkan dalam penelitian kuantitatif. Hasil uji normalitas data menggunakan SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar Uji Normalitas Data. 4.2.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



asarkan grafik di atas, maka hasil uji normalitas data dapat diketahui. Grafik di atas menunjukkan, bahwa titik-titik mengikuti garis diagonal. Titik- titik tidak terlalu jauh dari

⁸⁹ M. Agus Mardiansyah, "Pengaruh Budaya Kerja Islam Terhadap Produktivitas kerja Karyawan Di Koperasi Jasa Keuangan Syari'ah (KJKS) Manfaat Surabaya", *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), 12

garis diagonal. Apabila titik-titik tidak mengikuti garis diagonal dan berapa jauh pada garis diagonal, maka data yang sedang diuji merupakan data yang tidak berdistribusi normal. Namun, data dalam penelitian ini berdistribusi normal dengan hasil grafik di atas. Oleh sebab itu, data tersebut memiliki distribusi yang normal, sehingga data tersebut adalah data yang layak dan baik untuk dipakai penelitian ini.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan alat uji asumsi klasik juga. Namun, uji multikolinieritas berbeda dengan uji normalitas data. Uji multikolinieritas dipakai untuk mencari hubungan antar variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinieritas memiliki syarat khusus. Syarat tersebut adalah tidak terjadi multikolinieritas. Analisis nilai Tolerance dan Variance Influence Faktor (VIF) digunakan untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas atau tidak. Apabila nilai tolerance di atas 0.1 dan nilai VIF di bawah 10, maka hal tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.⁹⁰ Hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini sebagai berikut.

⁹⁰ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 93

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	48.318	7.466		6.472	.000		
	x	-.122	.172	-.104	-.707	.483	1.000	1.000
a. Dependent Variable: y								

Tabel Uji Multikolinieritas. 4.9.

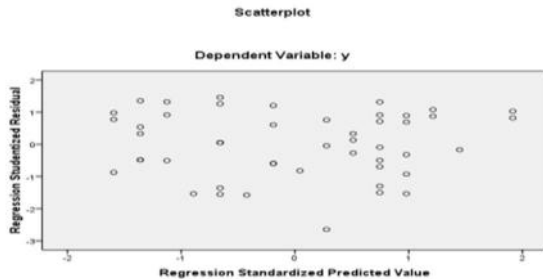
Tabel di atas menunjukkan, bahwa hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS 16.0 tidak multikolinieritas. Hal ini dapat dilihat dari tabel *tolerance* dengan nilai 1.000 dan tabel VIF dengan nilai 1.000. Dengan kedua nilai tersebut, maka uji multikolinieritas diatakan tidak multikolinieritas. Hal ini disebabkan, nilai tolerance di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga hasil tersebut dijelaskan tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah alat uji asumsi klasik yang terakhir. Uji heteroskedastisitas mempunyai tujuan untuk menguji model regresi. Pengujian model regresi yang dimaksud adalah apakah model

regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.⁹¹ Dari teori di atas menunjukkan, bahwa uji heteroskedastisitas merupakan alat uji untuk menguji model regresi. Pengujian ini memiliki tujuan adalah apakah tidak terjadi kesamaan varians dan residual dalam satu pengamatan kepada pengamatan yang lain. Hasil uji heteroskedastisitas dengan memakai SPSS 16.0 sebagai berikut:

Gambar Uji Heteroskedastisitas. 4.3.



Untuk melakukan uji heteroskedastisitas, peneliti memakai grafik scatterplot. Pada grafik di atas, titik-titik atau data yang keluar menyebar secara acak. Penyebaran secara acak di atas bertempat di atas angka 0 ataupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Oleh sebab itu, hasil tersebut tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dapat disimpulkan, bahwa

⁹¹ Mochamad Lutfi, "Pengaruh Prestasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro", *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, 2019), hal 94

tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi

3. Uji Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana adalah alat uji statistic untuk dua variabel. Dua variabel tersebut terdiri dari variabel X1 dan variabel Y1. Variabel X1 ialah variabel independen. Sedangkan, variabel Y1 adalah variabel dependen. Uji regresi linier sederhana berbeda dengan uji korelasi. Uji korelasi digunakan untuk menemukan hubungan antara dua variabel atau lebih. Namun, uji regresi dipakai untuk memprediksi terjadinya perubahan pada nilai variabel dependen ketika variabel independen diganti atau diturunkan/naikkan.⁹² Dari teori tersebut dinyatakan, bahwa uji regresi berbeda dengan uji korelasi. Apabila uji korelasi hanya melakukan penghitungan untuk mencari hubungan antar dua atau lebih variabel, maka uji regresi tidak seperti itu. Uji regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar perubahan pada variabel dependen bila variabel independen diganti.

“Analisis regresi linier sederhana adalah analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara suatu variabel independen dengan satu variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen”.⁹³ Jadi, regresi linier sederhana ialah alat uji untuk menguji berapa besarnya pengaruh yang dilakukan variabel independen terhadap variabel dependen. Di samping itu, uji regresi linier sederhana untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan nilai

⁹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2016), hal 260

⁹³ Nur Afni Wulansari, “Pengaruh Motivasi Nasabah Terhadap Keputusan Memilih Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia) Di Pegadaian Syariah Cabang Mayjend Sungkono Surabaya”, *Skripsi* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2014), hal 47

independen. Jadi, ketika nilai variabel independen dirubah dapat berpengaruh pada nilai variabel dependen. Selain dua teori di atas, ada teori uji regresi linier sederhana adalah uji yang hanya digunakan pada penelitian yang menggunakan dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen.⁹⁴ Hasil hitung SPSS 16.0 uji regresi linier sederhana adalah sebagai berikut;

Tabel Hasil Hitung Regresi Linier Sederhana.4.10.

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Kepuasan	42.97	4.711	100
Pelayanan	43.30	4.527	100

Correlations

		Kepuasan	pelayanan
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.872
	Pelayanan	.872	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000
	Pelayanan	.000	.
N	Kepuasan	100	100
	pelayanan	100	100

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	pelayanan ^a		Enter

⁹⁴ Nanang Martono, Statistik Sosial (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal 253

Correlations

		Kepuasan	elayanan
Pearson Correlation	Kepuasan	1.000	.872
	Pelayanan	.872	1.000
Sig. (1-tailed)	Kepuasan	.	.000
	Pelayanan	.000	.
N	Kepuasan	100	100

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kepuasan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872 ^a	.761	.759	2.314

a. Predictors: (Constant), pelayanan administrasi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1672.053	1	1672.053	312.202	.000 ^a
	Residual	524.857	98	5.356		
	Total	2196.910	99			

a. Predictors: (Constant), pelayanan administrasi

b. Dependent Variable: kepuasan

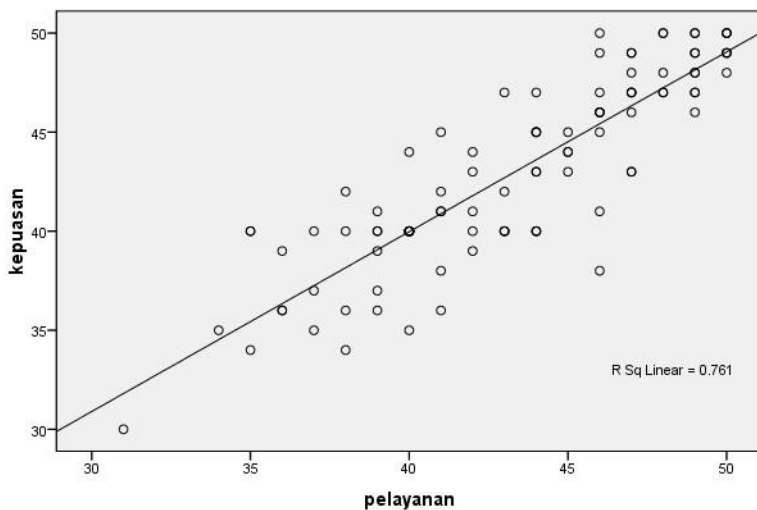
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.663	2.237		1.638	.105
Pelayanan administrasi	.908	.051	.872	17.669	.000

a. Dependent Variable: kepuasan

Gambar Uji Regresi Linier Sederha. 4. 4.

pengaruh antara pelayanan administrasi dengan kepuasan peserta diklat



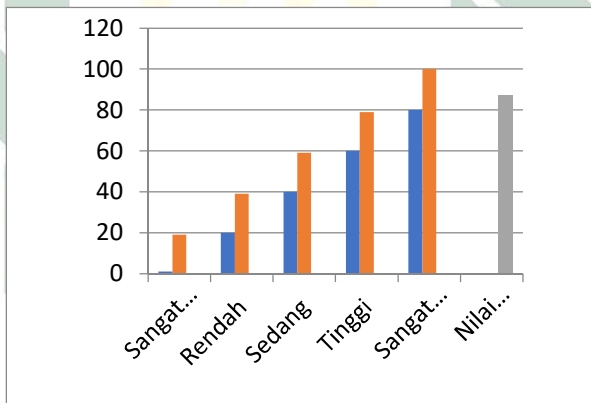
- a. Tabel “*Descriptive Statistic*” memberikan informasi tentang besarnya nilai mean (rata-rata) variabel pelayanan administrasi 43,30 dan untuk variabel kepuasan peserta diklat adalah 42,97. Nilai simpangan baku untuk variabel pelayanan administrasi adalah 4,527 dan nilai simpangan baku variabel kepuasan peserta diklat adalah 4,711.
- b. Tabel “*Corelations*” menunjukkan nilai korelasi mengenai antara variabel. Nilai korelasi antara variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) adalah 0,872 dengan nilai p value (signifikan) sebesar 0,000. Dari hasil tersebut, hubungan antara variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) sangat kuat atau sangat tinggi. Di samping itu, hubungan antara variabel pelayanan administrasi dengan variabel kepuasan peserta diklat dinyatakan signifikan. Hal ini dikarenakan, nilai p value lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$). Hubungan yang sangat kuat atau sangat tinggi antara variabel pelayanan administrasi dengan variabel kepuasan peserta diklat dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel Makna Hubungan Korelasi. 4.11.

Nilai	Makna
0,00 – 0,19	Sangat rendah/ sangat lemah
0,20 – 0,39	Rendah / lemah
0,40 – 0,59	Sedang
0,60 – 0,79	Tinggi/ kuat
0,80 – 1,00	Sangat tinggi/ sangat kuat

Jadi, tabel di atas menunjukkan kriteria dari nilai yang dihasilkan dengan melalui alat hitung SPSS. Nilai korelasi variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) adalah 0,872. Oleh karena itu, nilai korelasi variabel pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y) dinyatakan sangat kuat atau sangat tinggi. Hal ini dikarenakan, nilai korelasi variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) masuk pada kriteria makna sangat tinggi atau sangat kuat dengan nilai 80 sampai 100.

Diagram Makna Nilai Hubungan 4.1.



- c. Tabel “*Variabel Entered/Removed*” menunjukkan, bahwa semua variabel dilibatkan dalam pengolahan data.
- d. Tabel “*Model Summary*” memberikan informasi tentang nilai R. Berdasarkan nilai R, bahwa nilai koefisien antara variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel

kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,872. Maka hal ini, nilai koefisien dapat dinyatakan sangat kuat atau sangat tinggi. Di samping itu, variabel pelayanan administrasi (X) hanya memberikan masukan atau kontribusi terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,761 %. Hal ini dapat dilihat dari nilai *R Square* sebesar 0,761 (kontribusi variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) hanya $0,761 \times 100\%$). Hal ini memperlihatkan, bahwa kontribusi variabel pelayanan administrasi (X) dalam memengaruhi variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,761, sedangkan ada kontribusi sisa sebesar 0,239 yang dipengaruhi oleh faktor lain. Apabila nilai R semakin tinggi, maka hubungan dua variabel juga semakin tinggi.

- e. Tabel “*Standard Error Of The Estimate*” memberikan informasi mengenai nilai *standard error of the estimate* pada tabel mode summary. Nilai *standard error of the estimate* pada tabel di atas adalah 2,314. Nilai tersebut memiliki fungsi untuk menguji model regresi. Pengujian model regresi digunakan untuk mengetahui apakah telah berfungsi dengan benar sebagai prediktor atau belum. Di samping itu, nilai tersebut harus dibandingkan dengan nilai simpangan baku. Nilai simpangan baku pada tabel di atas sebesar 4,711 (dilihat di tabel std. deviation). Apabila nilai *standard error of the estimate* lebih kecil dari nilai simpangan baku, maka model regresi linier tersebut dapat digunakan sebagai prediktor.

Namun sebaliknya, apabila nilai *standard error of the estimate* lebih besar dari nilai simpangan baku, maka model regresi linier ini tidak dapat menjadi sebagai prediktor. Dalam penelitian ini, nilai *standard error of the estimate* lebih kecil dari nilai simpangan baku, yaitu nilai *standard error of the estimate* 2,314 dan nilai simpangan baku 4,711. Oleh sebab itu, regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat menjadi sebagai prediktor kepuasan peserta diklat.

- f. Tabel “*Anova*” memberikan informasi, bahwa hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen sangat signifikan. Hal demikian dapat dilihat dari nilai F sebesar 312,202 dengan melihat nilai signifikan atau p value sebesar 0,000. Dapat diketahui, bahwa nilai p value lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$), sehingga hubungan antara variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) signifikan. Apabila hubungan antara variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) tersebut telah signifikan, maka model regresi linier ini bisa dipakai untuk memprediksi kepuasan peserta diklat.
- g. Tabel “*Coefficients*” memberikan keterangan garis persamaan regresi. Rumus persamaan garis regresi secara umum adalah :

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3,663 + 0,908x^{95}$$

⁹⁵ Nanang Martono, *Statistik Sosial* (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hal 268

Artinya, apabila pelayanan administrasi = 0, maka kepuasan peserta diklat adalah 3,663.

C. Uji Hipotesis

Tabel Signifikan, 4.12.

Model	Sig
1 Regression	,000 ^b

- a. Dependen Variabel: Kepuasan Peserta Diklat
- b. Predictors:(Constant), Pelayanan Administrasi

Dari hasil uji regresi linier di atas menunjukkan variabel pelayanan administrasi (X) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) dengan nilai yang signifikan. Pengaruh variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) sangat kuat (dilihat pada tabel *correlations*). Hasil uji regresi linier bisa dilihat di tabel “*Anova*” pada kolom Sig dengan hipotesis:

Ha: ada pengaruh antara pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y)

Ho: tidak ada pengaruh pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y)

Dapat diketahui, bahwa nilai signifikansi dalam penelitian sebesar 0,000 atau nilai p value 0,000. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel “*Anova*”. Jadi, hubungan antara variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) signifikan. Hal tersebut disebabkan, nilai p value lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$). Maka hal ini dinyatakan, bahwa pelayanan administrasi (X) memiliki pengaruh terhadap kepuasan peserta diklat (Y). Dengan ini Ho ditolak, karena ada pengaruh antara variabel independen pelayanan administrasi (X) terhadap variabel dependen kepuasan peserta diklat (Y).

D. Pembahasa Hasil Penelitian

Berdasarkan dari hasil hitung SPSS 16.0 dapat dijelaskan, bahwa hubungan variabel pelayanan administrasi

(X) memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) dengan nilai 0,872 dengan nilai R Square 0,761%. Hasil tersebut dapat dilihat pada tabel “*Model Summary*”. Makna dari nilai *R Square* sebesar 0,761 %, bahwa variabel pelayanan administrasi (X) memiliki kontribusi terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,761%, sehingga sisa dari kontribusi tersebut dipengaruhi oleh faktor lain. Sisa kontribusi dari faktor lain sebesar 0,239%. Kontribusi yang dipengaruhi oleh faktor lain merupakan faktor yang tidak dicantumkan di dalam penelitian ini. Faktor lain yang memiliki kontribusi pada hasil di atas adalah variabel kemudahan dan variabel kepuasan.⁹⁶ Kedua faktor tersebut merupakan faktor kepuasan konsumen yang tidak ada di dalam faktor pada penelitian ini. Di samping itu, ada faktor lain dari variabel pelayanan, yaitu jujur, bertanggung jawab, tidak menipu, menepati janji, melayani dengan rendah hati, dan tidak melupakan akhirat.⁹⁷ Faktor-faktor tersebut merupakan faktor pelayanan dalam sudut pandang Islam.

Kualitas merupakan tolak ukur bagi konsumen apakah pelayanan yang diberikan telah bagus atau tidak, sehingga kualitas diartikan sebagai parameter atas tingkat pelayanan yang diberikan sesuai pikiran konsumen.⁹⁸ Berdasarkan teori tersebut, kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada diri konsumen, karena konsumen memiliki

⁹⁶ Setya Noer Hatmoko, “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Syar’e Mart Ull Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Keuangan Syariah, 2016), hal 4

⁹⁷ Andi Ahmad Aras, “Pengaruh Persepsi Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat di Kota Maros”, *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Islam, 2016), hal 31

⁹⁸ M. Hasbi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang”, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 3. No. 1. Tahun. 2018)

persepsi mengenai pelayanan yang akan diterimanya. Apabila pelayanan yang diterima konsumen semakin sesuai dengan persepsinya, maka konsumen akan bertambah puas dengan pelayanan tersebut.

Berdasarkan dari tabel “*Anova*” dapat dijelaskan, bahwa nilai signifikan antara variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) adalah 0,000. Hal ini memperlihatkan, bahwa nilai tersebut signifikan dikarenakan nilai p value lebih kecil dari 0,05 ($p \leq 0,05$). Dapat disimpulkan, bahwa variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) mempunyai nilai yang signifikan. Dengan nilai ini, H_0 ditolak. Hal ini dikarenakan, adanya pengaruh variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) secara signifikan.

Nilai hubungan antara variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) dapat dilihat pada tabel “*Correlations*”. Dari tabel tersebut dapat diketahui, bahwa hubungan variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,872. Nilai korelasi tersebut menunjukkan hubungan variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) sangat kuat atau sangat tinggi, karena nilai tersebut masuk ke dalam kisaran 80-100 yang memiliki makna sangat kuat atau sangat tinggi. Nilai tersebut menunjukkan, bahwa pelayanan administrasi yang dilakukan di Balai Diklat Keagamaan Surabaya sudah sangat baik. Hal ini sesuai dengan teori yang ada. Pelayanan yang baik adalah pelayanan yang mampu memberikan kepuasan terhadap konsumennya. Pelayanan dapat dikatakan sebagai alat yang dapat memberikan kepuasan, tetapi sifat pelayanan tidak berwujud. Hal ini ditujukan

untuk memberikan permintaan dan kebutuhan orang lain.⁹⁹ Pelayanan adalah salah satu alat untuk memberikan kepuasan kepada seorang konsumen. Pelayanan semakin berkualitas, maka konsumen akan semakin puas. Namun, pelayanan merupakan suatu hal yang tidak berwujud. Pelayanan memiliki suatu tujuan. Tujuan dilakukannya pelayanan adalah untuk memberikan permintaan dan kebutuhan konsumen.

Selain itu, peneliti menemukan dimensi yang memiliki hubungan yang lebih besar daripada dimensi pelayanan yang lainnya. Hal ini dapat dilihat pada lampiran “Regresi Linier Berganda”. Lampiran pada poin tersebut terdapat tabel “*Correlations*”. Tabel tersebut menunjukkan nilai hubungan per-dimensi terhadap variabel Y. Maka dapat diketahui, dimensi pelayanan yang paling kuat adalah dimensi *Assurance* dengan nilai 80. Hal ini dikarenakan, pegawai yang melakukan pelayanan administrasi memiliki perilaku yang baik dan sopan terhadap peserta diklat, sehingga peserta merasa puas atas layanan administrasi. *Assurance* (jaminan) adalah kesopanan, pengetahuan dan kemampuan pekerja. Ketiga hal tersebut diperuntukkan kepada konsumen, agar rasa percaya diri konsumen atas pelayanan yang telah diberikan dapat tumbuh.¹⁰⁰ Teori tersebut menunjukkan, bahwa *assurance* meliputi

⁹⁹ Ruhayati, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Dan Kualitas pembimbingan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jama’ah Haji Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Takhobrak Ketintang Surabaya”, *Skripsi* (Surabaya: Manajemen Dakwah, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2012), hal 17

¹⁰⁰ Nismawati, “Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Aluddin Makassar”, *Skripsi* (Makassar: Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Alauddin Makassar, 2016), hal 17

pengetahuan, kesopanan dan kemampuan pekerja. Apabila tiga hal tersebut dilakukan dengan maksimal, maka hal tersebut akan melahirkan kepuasan bagi peserta diklat. Di samping itu, dimensi empati adalah dimensi yang memiliki nilai hubungan paling rendah. Dimensi empati memiliki nilai hubungan sebesar 69. Balai Diklat Keagamaan Surabaya dapat meningkatkan empati terhadap peserta diklat.

Peneliti menggunakan regresi linier sederhana dalam melakukan analisa regresi. Tabel “*Model Summary*” memuat informasi nilai *standard error of the estimate* (SEE). Standard error of the estimate pada tabel di atas adalah 2,314. Nilai *standard error of the estimate* digunakan untuk mengukur atau menguji model regresi. Pengujian model regresi ini digunakan apakah regresi mempunyai fungsi menjadi prediktor yang baik atau tidak. Oleh karena itu, nilai *standard error of the estimate* harus lebih kecil dari nilai simpangan baku yang berada pada tabel “*Descriptive Statistic*”. Nilai simpangan baku pada tabel di atas sebesar 4,711. Maka dari itu, nilai *standard error of the estimate* lebih kecil dari nilai simpangan baku. Oleh karena itu, model regresi dalam dipakai untuk memprediksi kepuasan peserta diklat di masa yang akan datang. Berdasarkan tabel “*Coefficients*” memuat keterangan, bahwa garis persamaan linier sederhana secara umum sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3,663 + 0,908 (X)$$

$$Y = 3,663 + 0$$

$$Y = 3,663$$

Artinya, apabila pelayanan administrasi = 0 ($X=0$), maka kepuasan peserta diklat sebesar 3,663.

Jika nilai variabel pelayanan administrasi (X) dinaikkan menjadi 3, maka variabel kepuasan peserta akan mempunyai nilai sebesar 6,387. Cara menentukan kenaikan

nilai variabel pelayanan administrasi (X) menjadi 3 poin sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

$$Y = 3,663 + 0,908 (3)$$

$$Y = 3,663 + 2,724$$

$$Y = 6,387$$

Artinya, jika variabel pelayanan administrasi (X) dinaikkan 3 poin ($X=3$), maka variabel kepuasan peserta diklat 6,387. Dari hasil regresi linier sederhana, bahwa variabel pelayanan administrasi (X) dapat menjadi prediksi bagi kepuasan peserta diklat (Y) di Balai Diklat Keagamaan Surabaya. Oleh karena itu, Balai Diklat Keagamaan Surabaya perlu memerhatikan kualitas pelayanan administrasi bagi peserta diklat. Hal ini dikarenakan, eksistensi yang sangat tinggi pelaksanaan diklat di Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan di atas, peneliti dapat menyimpulkan pengaruh variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) di Balai Diklat Keagamaan Surabaya sebagai berikut:

1. Hubungan variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) pada Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

Hubungan variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) dapat dilihat pada tabel “*Correlations*” Tabel tersebut memperlihatkan, bahwa ada hubungan antara variabel pelayanan administrasi terhadap variabel kepuasan peserta diklat. Hal ini dikarenakan, nilai p value lebih kecil dari 0,05. Diketahui, bahwa nilai p value pada tabel “*Correlations*” adalah 0,000. Hal ini dapat dijelaskan, bahwa variabel pelayanan administrasi terdapat hubungan signifikan terhadap variabel kepuasan peserta diklat (p value $0,000 \leq 0,05$). Dari simpulan tersebut, maka H_a diterima dan H_o ditolak.

2. Pengaruh pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y) pada Balai Diklat Keagamaan Surabaya terdapat hubungan yang signifikan.

Dari tabel “*Anova*” dapat diketahui, bahwa hubungan variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) memiliki nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai tersebut juga disebut sebagai p value. Hubungan antar variabel dinyatakan signifikan apabila nilai p value kurang dari 0,05. Oleh karena itu, hubungan

variabel pelayanan administrasi (X) dengan variabel kepuasan peserta diklat (Y) signifikan, karena nilai p value $\leq 0,05$. Hal demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya adalah ada pengaruh pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y) di Balai Diklat Keagamaan Surabaya secara signifikan.

Dari tabel “*Model Summary*” dapat diketahui, bahwa nilai koefisien regresi atau nilai R adalah 0,872. Nilai tersebut menunjukkan sangat kuat atau sangat tinggi. Sedangkan, nilai R Square adalah 0,761. Nilai tersebut memperlihatkan kontribusi variabel pelayanan administrasi (X) terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) (kontribusinya sebesar 0,761x100%). Oleh karena itu, ada nilai sisa yang melakukan kontribusi terhadap variabel kepuasan peserta diklat (Y) sebesar 0,239. Nilai tersebut dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Kekuatan hubungan pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y) pada Balai Diklat Keagamaan Surabaya.

Nilai hubungan pelayanan administrasi (X) terhadap kepuasan peserta diklat (Y) dapat dilihat pada tabel “*Correlations*”. Tabel tersebut menunjukkan, nilai korelasi variabel pelayanan administrasi terhadap variabel kepuasan peserta diklat sebesar 0,872. Nilai korelasi tersebut memiliki makna sangat kuat atau sangat tinggi. Hal ini dapat dilihat pada tabel makna hubungan korelasi. Angka korelasi yang mencapai 80-100 dinyatakan, bahwa hubungan antar variabel sangat kuat atau sangat tinggi.

B. Saran Dan Rekomendasi

Berdasarkan dari hasil simpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran dan rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi pegawai Balai Diklat Keagamaan Surabaya dari hasil penelitian ini, bahwa pelayanan administrasi mempunyai pengaruh signifikan pada kepuasan peserta diklat, sehingga Seksi Diklat Tenaga Administrasi perlu mengadakan pelatihan-pelatihan bagi karyawannya untuk menciptakan layanan administrasi yang lebih baik lagi. Hal demikian dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada peserta diklat.
2. Teori ini hanya meliputi pelayanan administrasi saja, sehingga peneliti merekomendasikan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian mengenai layanan, seperti layanan teknis atau layanan yang lainnya dengan teori yang dapat dipertanggung jawabkan.
3. Saran bagi peneliti yang melakukan penelitian pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta diklat. Peneliti dapat menyebarkan angket ketika semua pelayanan administrasi telah diterima oleh peserta diklat, seperti sertifikat diklat.

C. Keterbatasan Peneliti

Peneli telah melakukan penelitian ini dengan memerhatikan prosedur ilmiah yang berlaku. Namun, peneliti masih menemukan dan memiliki keterbatasan dalam penelitian ini. Keterbatasan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Populasi yang banyak, sehingga peneliti menggunakan anggota sampel yang cukup banyak. Anggota sampel atau responden berada di kelas-kelas atau di asramanya, sehingga peneliti kesulitan di dalam menyebarkan angket.

2. Waktu yang terlalu sempit juga menjadi keterbatasan peneliti. Peneliti hanya dapat melakukan penyebaran angket kepada peserta diklat di waktu-waktu luang, seperti waktu istirahat atau waktu setelah pelatihan di kelas.
3. Keterbatasan di dalam membuat pernyataan di angket penelitian. Hal ini dikarenakan, Balai Diklat Keagamaan merupakan lembaga pemerintah yang memberikan jasa tanpa membayar. Sedangkan, ada dimensi harga dan biaya tambahan pada kepuasan konsumen. Namun, kedua dimensi tersebut tidak dapat dipakai di Balai Diklat Keagamaan Surabaya, sehingga peneliti mencari sumber lain untuk menambah dimensi kepuasan konsumen yang dirasa masih kurang.

Daftar Pustaka

- Tantriana, Deasy. 2014. *Teori Administrasi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press
- Sadyanto & Setyobudi, Ismanto. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Semil, Nurman. 2018. *Pelayanan Prima*. Depok: Prenamedia Group
- Perwangsa Nuralam, Inggang. 2017. *Etika Pemasar dan Kepuasan Konsumen Dalam Pemasaran Perbankan Syariah*. Malang: UB Press
- Sukarna. 1990. *Pengantar Ilmu Administrasi*. Bandung: Mandar Maju
- Ali, Faried. 2011. *Teori & Konsep Administrasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada
- Sagala, Syaiful. 2013. *Administrasi Pendidikan Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Sabaruddin, Abdul. 2015. *Manajemen Kolaborasi Dalam Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Indahingwati, Asmara. 2019. *Kepuasan Konsumen Dan Citra Institusi Kepolisian Pada Kualitas Layanan SIM Corner Di Indonesia*. Surabaya: CV Jakad Publishing
- Martono, Nanang. 2010. *Statistik Sosial*. Yogyakarta: Gava Media
- Sugiyono. 2016. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- M. Hasbi, Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang, *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* (Vol. 3. No. 1. Tahun. 2018)
- Putra, Rizky Pratama. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. *Jurnal Jestt* (Vol. 1. No. 9. Tahun 2014)

- Susanti, Deery Anzar. Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Pelayanan dan Kualitas Produk Online Terhadap Kepuasan Konsumen Online Secara Syariah. *Jurnal Analytica Islamica* (Vol. 5. No. 2. Tahun 2016)
- Pratama, M.Hamdani. 2015. Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*. Vol. 3. No.3
- Amin, Solekhul. 2017. Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan Akademik Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Madaniyah*. Vol. 7. No. 2
- Firmansyah. 2016. Strategi Pelayanan Prima (SPP) Untuk Kepentingan Serta Kepuasan Pelanggan Dan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah*. Vol. 3. No.4
- Istiatin & Nilasari, Eswika. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Dealer PT. Ramayanan Motor Sukoharjo. *Jurnal Paradigma*. Vol. 13. No. 1
- Efendi Panjaitan, Januar & Yuliati, AI Lili. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen*. Vol. 11. No. 2
- Kurnia Pupung, Florensia Dkk. 2014. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Di Salon Dan SPA. *Jurnal Manajemen dan Pelayanan Farmasi*. Vol. 4. No. 2
- Surya Utami, Ida Inten & Jatra, I Made. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Baruna Sanur. *Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 4. No. 7
- Prakoso, Bayu & Nurhadi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam

- Memakai Jasa Percetakan Embong Anyar Di Gresik. *Jurnal Bisnis Indoneisa*. Vol. 8 No. 1
- Windu Wirajaya, Gede dkk. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Di Bali Tangi SPA. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 4 No. 4
- Lumban Gaol Amalia dkk. 2016. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 38. No. 1
- Kurnia, Mei dkk. 2018. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk dan Layanan Dengan Metode Importance Perfomance Analysis (Studi Kasus Mie Rampok Jimbaran). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*. Vol. 6 No 1
- Apriyani, Dwi Aliyah & Sumarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 51. No. 2
- Amilia, Suri & Novita, Ayu. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Kunasha Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 5. No 1
- Abdussamad, Yuriko. 2017. Sistem Pelayanan Administrasi. *Jurnal Administrasi*. Vol. 7. No 2
- Natalia Zulita, Leni & Kanedi, Indra. 2011. Sistem Administrasi Pelayanan Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Bengkulu. *Jurnal Media Informasi*. Vol. 2. No 2
- Aryani, Dwi & Rosinta, Febrina. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. Vol. 17. No 2

- Maria, Monica & Yusak Anshori, Mohammad. 2013. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*. Vol. 6. No 1
- Syahri Lubis, Alfi & Rahmah Andayani, Nur. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo BATAM. *Jurnal Of Bussiness Administration*. Vol. 1. No 2
- Andriani, Sri. 2015. Analisis Kualitas Pelayanan Administrasi Pada Madrasah Aliyah Nahdlatul Ulama' 01 Banyuputih Kabupaten Batang. *Skripsi*. Semarang: Pendidikan Ekonomi
- Harjuno, Puger. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang. *Skripsi*. Yogyakarta: Pemasaran
- Chasanah, Sri Atun. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTS. Negeri I Model Palembang. *Skripsi*. Purwokerto: Ekonomi Syari'ah
- Jati, E Purwono. 2007. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk Drum Band Lokal. *Skripsi*. Yogyakarta: Manajemen
- Farreza, Ocky. 2015. Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Produk Dan Pelayanan RUmah Makan Pecel Lele Bogor. *Skripsi*. Bogor. Departemen Agribisnis
- Khusairi, Ahmad. 2016. Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di SPA Club Arena Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Ilmu Keolahragaan

- Wahyu Dianto, Indra. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Manajemen
- Wardani, Tri Ulfa. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek. *Skripsi*. Medan: Ekonomi Islam
- Sulaksana, Wildan. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Manajemen
- Niswati. 2012. Pengaruh Pelayanan Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar (Angkatan 2012). *Skripsi*. Makassar: Ekonomi Islam
- Ruhayati. 2012. Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Dan Kualitas pembimbingan Manasik Haji Terhadap Kepuasan Jama'ah Haji Di Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) Takhobrak Ketintang Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Manajemen Dakwah
- Prabandari, Arum. 2015. Kualitas Pelayanan Berbasis Teknologi Informasi. *Skripsi*. Yogyakarta: Ilmu Administrasi Negara
- Susanti, Sri. 2014. Kualitas Pelayanan Publik Bidang Administrasi Kependidikan Di Kecamatan Gamping. *Skripsi*. Yogyakarta: Pendidikan Administrasi
- Oki Pamungkas, Rahmat. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Koin Surga Terhadap Kepuasan Donatur Infaq Lembaga Amil Zakat Infaq dan Shodaqoh Muhammadiyah (LAZISMU) Unit Penghimpun Zakat (UPZ) Umbuharjo

- Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Manajemen Dakwah
- Triyono, Suryo. 2009. Analisis Pengaruh Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Kecenderungan Pembelian Kembali(Repurchase). *Skripsi*. Jakarta: Manajemen
- Wahyu Dianto, Indra. 2013. Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake Jl. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Manajemen
- Lutfi, Mochamad. 2019. Pengaruh Pretasi Kerja Karyawan Terhadap Promosi Jabatan Pada Yayasan Nurul Hayat Cabang Bojonegoro. *Skripsi*. Surabaya: Manajemen Dakwah
- Wulansari, Nur Afni. 2014. Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Memilih Murabahah Logam Mulia Investasi Abadi (Mulia) di Pegadaian Syariah Cabang Mayjend Sungkono Surabaya. *Skripsi*. Surabaya: Ekonomi Syariah
- Kasmawati. 2018. Pengaruh Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Pada Kantor Samsat di Kabupaten Wajo. *Skripsi*. Makassar: Ekonomi Islam
- Aras, Andi Ahmad. 2016. Pengaruh Persepsi Etika Pelayanan Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Wajib Pajak Melalui Kualitas Pelayanan Pada Kantor Samsat Di Kota Maros. *Skripsi*. Makassar: Ekonomi Islam