

KH. Much. Imam Chambali ialah seorang pendakwa, Beliau juga pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad Surabaya. Selain berdakwah melalui radio el victor, Beliau juga mengisi dakwah di beberapa stasiun TV swasta. Selain itu Beliau juga berdakwah secara langsung dalam acara-acara keagamaan. Maka tak heran jika Beliau telah banyak dikenal oleh masyarakat muslim. Dakwah, tarbiyah, jihad dan kekuatannya yang unik. Allah telah mengumpulkan pada Beliau berbagai kemampuan yang kadang-kadang tampak kontradiktif di mata psikolog, sejarawan, dan kritikus, yaitu pemikiran yang brilian, pemahaman yang cemerlang, wawasan yang luas, perasaan yang kuat, hati yang penuh berkah, semangat yang membara, lisan yang fasih, Tanpa menyiksa diri dalam kehidupan pribadinya. Cita-cita dan kepedulian yang tinggi dalam menyebarkan da'wah islamiyah. Hal itu menyebabkan beliau sangat disegani di kalangan kaum muslimin.

Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku.

Figur kyai dapat dikelompokkan dalam kelompok acuan selebriti dan ahli pakar sebagai acuan yang digunakan dalam komunikasi pemasaran. Kelompok selebriti adalah para artis film, sinetron, penyanyi,

musisi, pelawak, dan semua orang-orang terkenal yang bergerak di bidang hiburan. Para selebriti bisa juga para pemain olahraga yang terkenal, tokoh politik, para pejabat pemerintah, para pakar pengamat ekonomi, sosial, dan politik. Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) selebriti ialah seorang yang terkenal. KH. Moch. Imam Chambali adalah orang yang banyak di kenal oleh masyarakat melalui siaran dakwah Beliau, tak hanya di kota Surabaya, di berbagai kota di Jawa Timur juga telah banyak yang mengenal Beliau. KH. Much. Imam Chambali juga selalu memperkenalkan produk-produk jasa yang disediakan di Yayasan Al-Jihad Surabaya.

KH.Much Imam Chambali sebagai pendakwah berperan untuk memberikan ceramah, nasehat maupun pelajar-pelajar hidup yang sesuai dengan syariah Islam. Selain kebutuhan duniawi, manusia lazimnya juga membutuhkan kebutuhan akhirat sebagai bekal di akhirat kelak. Maka peran pendakwah ini sangat dibutuhkan oleh kaum muslim. Maka tidaklah heran jika telah banyak masyarakat yang mengagumi sosok-sosok pendakwah, bukan hanya artis, penyanyi, pelawak, tokoh politik, pejabat pemerintah, tokoh politik yang digolongkan dalam arti selebriti. Dalam mempromosikan suatu produk, selebriti bisa berfungsi untuk (1) memberikan kesaksian (*a testimonial*), (2) memberikan dorongan dan penguat (*endorsement*), (3) bertindak sebagai aktor dalam iklan, (4) bertindak sebagai juru bicara perusahaan. Selebriti akan

memberikan manfaat kepada perusahaan, karena selebriti memiliki popularitas, bakat, karisma dan kredabilitas.

Selain selebriti perusahaan sering menggunakan para ahli untuk mengiklankan produknya yang relevan. Para ahli dianggap sebagai seorang pakar karena pekerjaannya, pendidikannya atau pengalamannya. Para ahli digunakan untuk membantu konsumen dalam mengevaluasi produk dan jasa. Para ahli diharapkan dapat memberi keyakinan kepada konsumen mengenai produk dan jasa yang diiklankan tersebut. Mengingat produk-produk jasa di Yayasan Al-Jihad merupakan jasa yang bergerak di bidang keagamaan. Maka tak heran jika banyak masyarakat yang percaya dan yakin kepada KH. Much.Imam Chambali karena Beliau dipandang sebagai ahli atau pakar agama.

Kelompok acuan (figur kyai) digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku. Bentuk perilaku disini ialah loyalitas, dimana terdapat enam indikator yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen :

1. Pembelian ulang
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek
3. Rasa suka yang besar pada merek
4. Ketetapan pada merek
5. Keyakinan bahwa merek tertentu merek yang terbaik

6. Perekomendasi merek kepada orang lain

b. Kualitas Layanan

Hasil penelitian ini menunjukkan nilai t_{hitung} yang dihasilkan 7,084 dengan $t_{tabel} = 1,649$. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan tingkat signifikan yang dihasilkan kurang dari 5% ($\text{sig} = 0,000$) Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa di Yayasan Al-Jihad.

Definisi kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Apabila ekspektasi konsumen sama dengan kenyataan yang di peroleh dari pelayanan maka konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen ini berpengaruh penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan yang nantinya akan menciptakan loyalitas yang tinggi juga di mata konsumen. Pada prinsipnya, setiap perusahaan harus mampu memuaskan dan mempertahankan pelanggan. Hal ini adalah kunci sukses untuk mempertahankan kinerja bisnis.

Kualitas layanan yang diberikan oleh Yayasan Al-Jihad meliputi kantor yang bersih dan nyaman. Kondisi kantor yang telah di lengkapi dengan AC membuat suasana kantor menjadi sejuk, selain itu upaya pembersihan kantor juga dilakukan setiap pagi sebelum jam operasional

kantor. Namun terdapat beberapa kendala juga karena fungsi guna kantor Yayasan yang kurang ditekuni.

Pengoptimalan layanan dengan dididiknya pegawai agar bersikap ramah, sopan dan peduli terhadap pelanggan, serta didukung dengan penampilan pegawai yang rapi. Walaupun tidak ada standar pakai seragam untuk para staf pegawai namun para staf pegawai tetap berusaha berpenampilan rapi. Lokasi Yayasan Al-Jihad yang tidak terlalu susah untuk ditemui. Walaupun lokasinya tidak berada di seberang jalan namun telah banyak yang tahu keberadaan Yayasan Al-Jihad Surabaya.

Pegawai yang dituntut untuk melayani pelanggan dengan sepenuh hati, selalu mendengarkan keluhan pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, serta tidak segan membantu pelanggan bila mengalami kesulitan. Bukan hanya untuk mengejar keuntungan belaka melainkan menguatkan tujuan untuk saling-menolong dengan sesama muslim. Melayani dengan sepenuh jiwa, di landasi dasar keikhlasan, berpegang teguh pada amanah dan kejujuran, serta selalu menerapkan syariat-syariat agama sehingga dapat membantu sesama manusia dalam menuju kebaikan.

Waktu pengoperasian kantor Yayasan Al-Jihad yaitu pukul 08.00-16.00, istirahat 12.00-13.00. Namun apabila ada pelanggan yang datang di luar jam operasional maka pelanggan tersebut akan tetap di layani. Tidak ada hari libur kantor kecuali pada tanggal-tanggal tertentu. Hal ini

membuat para pelanggan merasa nyaman terhadap jam pengoprasian kantor Yayasan Al-Jihad Surabaya.

Yayasan Al-Jihad juga selalu memberikan kemudahan-kemudahan terhadap pelanggan, seperti contoh bagi donatur Dasa (Dana Sosial Al-Jihad) yang tidak bisa datang langsung ke kantor Yayasan Al-Jihad maka pelanggan boleh meminta untuk diambil di rumah masing-masing. Serta keringanan-keringanan lainnya seperti biaya yang dapat dicicil sesuai dengan kemampuan pelanggan tanpa *ujroh* (upah). Kunci kesuksesan Yayasan Al-Jihad ialah menomorsatukan pelanggan/jama'ah dengan memperhatikan dan mengutamakan pelanggan/jama'ah dalam segala aktivitas ataupun program yang dilakukan sehingga pelanggan/jama'ah menjadi pihak yang selalu didahulukan, merasa puas, nyaman dan akhirnya menjadi loyal pada Yayasan Al-Jihad.

Dengan paparan kualitas layanan di Yayasan Al-Jihad tersebut memperkuat hasil dari perhitungan statistik di atas yang menjelaskan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas karena Yayasan Al-Jihad yang selalu melakukan pengoptimalan kualitas layanan.

B. Pengaruh Figur Kyai dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Secara Simultan

Dari analisis regresi uji F didapat nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yang dihasilkan sebesar 93,324 dengan $F_{tabel} = 3,02$. Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 5%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel figur kyai dan kualitas layanan secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna jasa di Yayasan Al-Jihad Surabaya. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel figur kyai dan kualitas layanan mampu digunakan sebagai alat estimasi loyalitas pengguna jasa di Yayasan Al-Jihad Surabaya.

Pada saat ini tingkat persaingan antar perusahaan, lembaga maupun organisasi baik bidang produk maupun jasa cukuplah tinggi. Meningkatnya kebutuhan masyarakat mendorong tumbuhnya kegiatan industri baik dibidang produk maupun jasa. Maka dari itu setiap perusahaan, lembaga maupun organisasi harus memiliki strategi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, karena kunci sukses untuk mempertahankan kinerja bisnis ialah mampu mempertahankan pelanggan.

Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok acuan digunakan oleh seseorang sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku. Kelompok acuan akan memberikan standar dan nilai yang akan

mempengaruhi perilaku seseorang. Dalam hal ini figur kyai yaitu KH. Moch. Imam Chambali sebagai dasar untuk perbandingan atau sebuah referensi dalam membentuk respon afektif, kognitif dan perilaku. Beliau banyak dikenal masyarakat muslim karena Beliau adalah seorang pendakwah yang sangat disegani.

Gagliano dalam Dwi Haryono Wiratno (1998), mengatakan definisi kualitas layanan (*Service Quality*) adalah pandangan konsumen terhadap hasil perbandingan antara ekspektasi konsumen dengan kenyataan yang di peroleh dari pelayanan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan ideal. Sebaliknya bila pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka kualitas dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten. Kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas karena melalui peningkatan kualitas pelayanan mampu menciptakan kepuasan konsumen, kepuasan konsumen ini berpengaruh penting dalam kesuksesan sebuah perusahaan yang nantinya akan menciptakan loyalitas yang tinggi juga di mata konsumen.

Kualitas layanan di Yayasan Al-Jihad cukup memadai, selain peningkatan kondisi fisik Yayasan Al-Jihad seperti kantor, teknologi dsb, peningkatan sumber daya manusia juga diperhatikan karena akan mustahil menghasilkan produk jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Karena pentingnya loyalitas terhadap kelangsungan hidup Yayasan Al-Jihad, Yayasan Al-Jihad harus secara kontinu menjaga dan meningkatkan loyalitas dari para pelanggan/jama'ah. Oleh karena itu, untuk membangun loyalitas dari para pelanggan/jama'ah, Yayasan Al-Jihad harus memiliki hubungan yang baik dengan konsumen sehingga Yayasan Al-Jihad dapat lebih memahami kebutuhan, keinginan dan harapan-harapan para pelanggan/jama'ah.