

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Era globalisasi saat ini persaingan bisnis semakin dinamis dan kompleks. Situasi tersebut dapat menimbulkan adanya tantangan juga peluang bagi para pengusaha dimana pemasaran yang tersedia sangat luas dan tanpa batas. Seiring dengan perkembangan yang menyebabkan timbulnya persaingan antara produk-produk yang ada, terutama bagi pengusaha yang menghasilkan produk sejenis. Dalam meningkatkan daya saing yang kuat, maka setiap pengusaha harus dapat memenuhi kebutuhan, selera pelanggan secara kualitas dan kuantitas.

Setiap pengusaha berlomba-lomba untuk menjadi yang terbaik di depan publik dengan menunjukkan eksistensinya. Dalam mencapai hasil yang maksimal di era yang semakin kompetitif ini setiap pengusaha tentu harus mampu meyakinkan publik bahwa merekalah yang mampu memberikan yang terbaik. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat menyediakan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan pelayanan pelanggan yang sangat baik sehingga muncul kepuasan dalam hendak pelanggan

yang diharapkan dapat membawa dampak positif bagi perusahaan dan menguntungkan perusahaan.¹

Kualitas layanan kepada pelanggan menjadi aspek krusial, mengingat pelanggan kini lebih selektif dalam memilih perusahaan. Mereka akan menggunakan jasa perusahaan yang mampu memberikan layanan yang baik. Kepuasan pelanggan terletak pada sejauh mana perusahaan mampu memenuhi harapan mereka. Dalam mengukur kualitas jasa, ada 5 indikator pelayanan seperti dalam hal kebersihan dan sarana (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), kecepatan dan pemberian informasi yang lengkap dan akurat (*responsiveness*), memberikan perhatian (*empathy*) dan memberikan kenyamanan dan keamanan (*assurance*), dengan memperhatikan hal ini, kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan dapat dihindari.² Tingkat kepuasan pelanggan juga bergantung pada sejauh mana layanan perusahaan memenuhi harapan mereka. Apabila layanan tersebut tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas, tetapi jika sesuai, mereka akan merasa puas dan bahagia.

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pelanggan terhadap kualitas dan nilai yang diberikan oleh penyedia layanan.³

¹ Cindy Puspita Sari, dkk., Peran Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Pada PT Lancar Berkah Berlimpah Jawa Timur, *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, Universitas Hayam Wuruk Surabaya, 2(4), November 2023: 383-394.

² Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi 3* (Yogyakarta: Andi, 2008), 58.

³ Nurhikmah Maharani, Karnila Permata Intan, Fadhil Mujahid Manilet, Alfian Adriansyah, dan Dwi Reskianto, *Peran Empati Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Analisis Pada Industri Layanan Jasa Laundry Kota Makassar*, *Jurnal*

Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari persepsi pelanggan terhadap kualitas dan nilai yang diberikan oleh penyedia layanan. Persepsi ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kualitas produk atau jasa, pelayanan yang diberikan, harga yang kompetitif, dan pengalaman yang nyata dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.⁴

Pecel adalah salah satu jenis makanan yang sudah dikenal banyak orang, khususnya warga Jawa Timur. Setiap daerah di Jawa Timur memiliki cara atau keunikan yang berbeda dalam mengolah dan mengonsumsi pecel. Hal ini menjadi perbincangan dunia bahwa Indonesia memiliki keanekaragaman hayati dan budaya. Keanekaragaman tersebut juga menjadikan ibu pertiwi kita kaya akan makanan khas yang jarang dijumpai di negara manapun. Dalam masakan daging, kita memiliki rendang yang telah mendunia, dan dalam masakan sayur, kita juga mengenal pecel. Makanan tradisional ini juga dikenal sebagai kuliner deso, terbuat dari rebusan berbagai sayuran, seperti bayam, tauge, kacang panjang, daun ketela, kenikir, bunga turi, atau sayuran lainnya yang dihidangkan dengan disiram sambal pecel.⁵ Pecel merupakan makanan tradisional sedangkan saat ini sudah memasuki era

Manajemen dan Kewirausahaan Vol. 1 Issue 1 (2023), Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Makassar, Indonesia.

⁴ Sudirjo, F., Zunaidi, A., & Septiana, A. (2024). *Increasing The Competitive Advantage Of Sharia Rural Financing Banks (BPRS) Products Through A Marketing Mix Strategy: The Approach Of Hermawan Kartajaya And Muhammad Syakir Sula*. *WADIAH*, 8(2), 216–241

⁵ Intan Ayu Puspita Sari, Bintang Kartika Wahyu, Putri Utami Usfah, Renanda Miftachul Fauziah, Salim Nabhan. *Produk Olahan Sehat Pecel Sangraidesa Tulangan*, *ABADIMAS ADI BUANA* e-ISSN 2622–5719, p-ISSN 2622-5700 VOL. 03. NO. 1, 1 Juli 2019

modern. Di mana para pengusaha kecil yang identik dengan makanan tradisional itu dituntut untuk melakukan atau mengikuti adanya perubahan zaman oleh karena itu banyak penjual pecel yang sudah melakukan perubahan beradaptasi yang dahulunya hanya sebatas warung sekarang sudah merambah menjadi pecel dengan kelas Resto. Beberapa pedagang makanan tradisional di era modernisasi ini dituntut untuk menyesuaikan kalau salah satu dari beberapa banyaknya penjual pasti ada salah satu penjual pecel yang tetap eksis dan bertahan hingga saat ini.

Tabel 1.1 Perbandingan Penjual Pecel Di Kota Kediri

| Nama | Lokasi | Perbedaan | Kesamaan |
|-----------------------------|--|---|--|
| Pecel Puntan Kec. Pesantren | Berlokasi di Jl. Durian, Ketami, Pesantren, Kota Kediri. | Warung ini buka dari jam 07.00 hingga 17.00 WIB, terletak di sekitar area persawahan. Salah satu keunikan Nasi Pecel Puntan adalah pengolahannya yang mengikuti tradisi kuliner Jawa Timur dengan nasi yang diolah seperti jadah, disajikan bersama sayuran, bumbu pecel, dan krupuk upil. Salah satu ciri khas warung ini adalah keakraban para penjual yang selalu mengucapkan "Mbenjing Mriki Malih" kepada setiap pembeli. Warung ini menawarkan berbagai varian lauk dan gorengan, dengan konsep yang mengusung lokasi dekat persawahan. | Menggunakan sambal pecel dengan cita rasa khasnya sendiri, dengan harga yang ramah di kantong. Terdapat beragam pilihan lauk tambahan. |

| | | | |
|----------------|---|--|--|
| Pecel Bu Darmo | Jl. Banjaran 1 Jl. Letjen Suprpto Gg.1 No.139, Kota Kediri. | Warung Nasi Pecel Bu Darmo beroperasi mulai jam 05.00 hingga 11.00 WIB, terletak dekat dengan pusat kota dengan konsep restoran. Terdapat tiga variasi sambal yang ditawarkan, yakni yang memiliki tingkat kepedasan sedang, tidak pedas, dan pedas. | Sama-sama menggunakan sambal pecel dengan khas masing-masing. Harganya terjangkau. Memiliki berbagai varian lauk tambahan. |
| Pecel Pudakit | Letaknya berada di pusat Kota Kediri, yaitu di Jl. Dhoho No.80, Setono Gedong, Kota Kediri. | Pecel Pudakit buka dari pukul 21.00 hingga pukul 03.00 WIB, berlokasi di Toko Pudakit yang terletak di Jalan Dhoho Kota Kediri. Warung ini merupakan salah satu destinasi kuliner malam di Jalan Dhoho Kota Kediri, dengan konsep kaki lima. | Sama-sama menggunakan sambal pecel dengan khas masing-masing. Harganya terjangkau. Memiliki berbagai jenis lauk. |

Sumber: Data Diolah 2024

Perilaku konsumen memiliki dampak besar pada keputusan pembelian produk, mencakup proses individu dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa, serta pengambilan keputusan pembelian. Dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan melalui strategi pelayanan, penting bagi pemasar untuk memahami variasi perilaku konsumen dalam menerima pembelian. Hal ini menekankan pentingnya bagi pemasar untuk memahami bagaimana perilaku konsumen membentuk sikap terhadap produk tertentu. Oleh karena itu, pemahaman tentang bagaimana pelayanan mempengaruhi sikap konsumen menjadi kunci bagi pemasar dalam mencapai tujuan bisnis.

Tabel 1.2 Faktor Kepuasan Konsumen pada Pecel Punten Pesantren

| No | Faktor | Jumlah |
|-------|-------------|--------|
| 1 | Rasa | 13 |
| 2 | Lokasi | 10 |
| 3 | Varian menu | 4 |
| 4 | Harga | 3 |
| Total | | 30 |

Sumber: Data Diolah 2024

Dari pengamatan awal yang saya lakukan di Pecel Punten di Kecamatan Pesantren Kota Kediri, terdapat temuan bahwa 13 responden lebih mengutamakan rasa, 10 responden memprioritaskan lokasi, 4 responden lebih memilih variasi menu, dan 3 responden menitikberatkan pada harga. Data ini mengindikasikan adanya beberapa faktor yang sebaiknya dipertimbangkan oleh perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen, termasuk citarasa, harga, fasilitas, kualitas pelayanan, dan lokasi.

Seorang pengusaha, penting bagi mereka untuk menciptakan layanan yang baik bagi pelanggan mereka. Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa Kota Kediri memiliki penjual pecel dengan karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan pesaing sejenis, dengan alamat di Jl. Durian, Ketami, Kec. Pesantren, Kota Kediri, Kode Pos: 64138. Pelayanan yang disajikan oleh perusahaan ini berbeda dari yang umumnya ditemui, dimana mulai dari kedatangan hingga pelanggan selesai makan dan pulang, mereka dilayani dengan penuh perhatian. Pelayanan yang responsif, penuh kerendahan hati terhadap konsumen, serta penguasaan produk oleh pelayan membuat pelanggan merasa dilayani dengan baik. Kebersihan dan fasilitas

lokasi tersebut juga dijamin, sehingga pelanggan merasa nyaman dan aman saat berkunjung. Dalam konteks warung Pecel Punten, kepuasan pelanggan dapat dipahami sebagai hasil dari persepsi pelanggan terhadap kualitas dan nilai yang diberikan oleh warung tersebut. Warung Pecel Punten memenuhi kebutuhan pelanggan dengan menawarkan pecel punten yang memiliki rasa gurih dan lembut, serta variasi sayuran yang cukup luas. Selain itu, pelayanan yang baik dan responsif dari pelayan juga memainkan peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan pada warung Pecel Punten dapat dipahami sebagai hasil dari kombinasi antara kualitas produk yang tinggi, pelayanan yang baik, dan pengalaman nyata yang positif.

Tempat tersebut memiliki karakteristik yang unik dibandingkan dengan tempat lainnya. Orang-orang yang mengunjungi lokasi ini untuk pertama kalinya mungkin akan menggambarkannya sebagai 'berisik', meskipun dalam konteks yang positif. 'Berisik' di sini mengacu pada keramahan para penjual. Ketika pelanggan datang, para penjual akan dengan ramah mengucapkan "monggo-monggo", dan setelah selesai makan dan membayar, mereka akan mengucapkan "Matur suwun, mbenjeng mriki maleh nggih", yang berarti "terima kasih, datang lagi ya besok". Suasana yang selalu ramai dimana para penjual berkomunikasi dengan suara yang keras satu sama lain. Masyarakat juga menyebutnya Pecel 'Termahal' di Dunia, Bagaimana tidak 'mahal' saat orang-orang selesai menyantap nasi punten, penjualnya akan menyebutkan harga jutaan. Misalnya, para

penjualnya akan menyebutkan harga 6 juta atau 10 juta. Dilihat dari harganya yang sangat tidak wajar, dimana petugas kasirnya menggunakan gaya Bahasa hiperbola yang mana berisi sesuatu yang melebih-lebihkan kata yang diungkapkan.⁶ Namun tentu saja harga tersebut tidak sebenarnya, harga 6 juta itu berarti Rp6.000-an. Sementara itu untuk per Juni 2018 ini harga per porsi adalah Rp6.000 saja untuk menu punten pecel, sedangkan menu lainnya harga mulai Rp. 2000 hingga Rp. 25.000 saja. Harga yang sangat murah meriah dengan rasa yang nikmat. Konsep *self-service* atau prasmanan diterapkan di sini, dimana semua makanan disajikan di meja dan pelanggan bebas memilih dan mengambil, kecuali punten pecel. Berbagai jenis masakan yang dapat dipilih seperti lodoh ayam, lele, aneka gorengan, serta berbagai sundukan usus, telur puyuh. Banyak pelanggan yang kembali berkunjung hanya untuk menikmati punten pecel ini. Layanan yang disediakan berbeda dari kebanyakan tempat makan lainnya.

Lokasi ini mampu bertahan dalam persaingan yang ketat dan memperoleh loyalitas pelanggan berkat citra yang baik dan layanan yang berkualitas. Pelanggan tidak merasa kesulitan dalam membeli produk yang sama karena para pelayan di lokasi tersebut sangat responsif terhadap kedatangan mereka. Konsumen merasa dilayani dan diperlakukan secara baik sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan menerapkan etika dalam bisnis itu sendiri maka tingkat persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis mengharuskan perilaku usaha untuk tetap

⁶ Gerry Keraf, *Diksi dan Gaya Bahasa* (Jakarta: PT. Gramedia, 2017), 115

menjaga kepuasan pelanggan. Maka dalam hal ini penulis tertarik untuk menuangkan permasalahan pada produk ketepatan waktu, cepat tanggap dan memberikan jaminan serta meneliti seberapa jauh peningkatan yang diperoleh warung pecel punten dalam menerapkan strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan maka penulis melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan sebuah judul **"PERAN STRATEGI PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN (Studi Pada Pecel Puntan Kota Kediri)"**

B. Fokus Penelitian

Sesuai dengan konteks penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti, maka yang menjadi fokus penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Pelayanan di pecel punten Kecamatan Pesantren Kota Kediri?
2. Bagaimana Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di pecel punten Kecamatan Pesantren Kota Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang telah dipaparkan diatas, maka yang menjadi tujuan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menjelaskan Bagaimana Peran Strategi Pelayanan Pelanggan di pecel punten Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

2. Untuk menjelaskan Bagaimana Peran Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di pecel punten Kecamatan Pesantren Kota Kediri.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bag ilmu pengetahuan dalam bidang sumber daya manusia dan penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan serta menambah wawasan peneliti dalam bidang pemasaran khususnya pengetahuan mengenai faktor apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti secara lebih mendalam.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Fungsi penelitian ini agar memberikan pengalaman, juga menjadi referensi bagi peneliti dengan adanya referensi metode pendekatan yang sesuai. Dapat digunakan sebagai referensi untuk

penelitian selanjutnya apabila ada yang tertarik dengan penelitian sebelumnya.

2. Bagi Akademik

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan serta wawasan dan dijadikan sebagai referensi bagi ilmu tambahan, masukan, serta media pembelajaran sebagai acuan dalam penyempurnaan penelitian.

3. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menemukan solusi, mendorong sikap kritis, agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat secara umum, sebagai obyek yang diteliti serta menyusun keputusan pemecahan masalah yang dihadapi maupun sebagai pemikiran strategi jangka panjang terutama dalam bidang pemasaran yang berhubungan dengan strategi pelayanan. Dengan menerapkan strategi pelayanan yang tepat akan dapat meningkatkan kepuasan serta memperbanyak konsumen yang membeli di pecel punten Pesantren.

F. Penelitian Terdahulu

1. "Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko *My Lova* Kota Bengkulu). Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis. UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu.

Vol. 11, No.2, Juli 2023, ISSN: 2338-8412, e-ISSN: 2716-4411 Oleh
Septi Handayani, Desi Isnani dan Nonie Afrianty.⁷

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditinjau dari etika bisnis Islam pada toko *MyLova* Kota Bengkulu. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Kemudian data tersebut dikumpulkan, diuraikan dan dianalisis untuk menjawab persoalan tersebut. Dari Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa toko *MyLova* Kota Bengkulu telah menerapkan lima strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Toko juga telah memberikan ketepatan Waktu untuk melayani konsumen dengan cepat dan tanggap dengan menggunakan kata-kata yang lembut serta siap membantu konsumen dan juga telah memberikan jaminan jika terdapat kesalahan atau kecacatan barang yang berasal dari pihak toko.

2. "Strategi Pelayanan Pelanggan Depot Jamu Jago Mama Eska Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk Perspektif Ekonomi Islam". Skripsi oleh Irma Oktaviana Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri 2021.⁸

⁷ Septi Handayani, Desi Isnani dan Nonie Afrianty, *Strategi Pelayanan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Pada Toko My Lova Kota Bengkulu)*. Jurnal ilmiah ekonomi dan bisnis. UIN Fatmawati Soekarno Bengkulu. Vol. 11, No.2, Juli 2023, ISSN: 2338-8412, e-ISSN: 2716-4411. Diakses pada Juli 2024

⁸*Strategi Pelayanan Pelanggan Depot Jamu Jago Mama Eska Desa Cengkok Kecamatan Ngronggot Kabupaten Nganjuk Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi oleh Irma Oktaviana Undergraduate (S1) thesis, IAIN Kediri 2021. Diakses pada 01 Mei 2024

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh upaya Depot Jamu Jago Mama Eska yang dijalankan oleh individu secara independen dalam semua aktivitas penjualan dan layanan tes kesehatan, tanpa adanya pengawasan dari pihak lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan tentang bagaimana strategi pelayanan pelanggan yang diterapkan oleh Depot Jamu Jago Mama Eska dan bagaimana strategi pelayanan pelanggan tersebut dilihat dari perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta keabsahan data diperiksa melalui ketekunan, triangulasi, dan member check. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Strategi Pelayanan Depot Jamu Jago Mama Eska sesuai dengan prinsip pelayanan yang baik dan dimensi pelayanan, yang mencakup: Kehadiran dalam memberikan pelayanan dan produk terbaik, Keandalan dalam memberikan pelayanan yang handal dan jelas, Responsif dalam membantu dengan cepat dan tepat, Jaminan dengan tingkat akurasi tinggi dan jaminan keamanan, serta Empati dalam menjaga komunikasi dengan pelanggan. Strategi ini bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan, mencegah tuntutan, memberikan kepuasan, dan mempertahankan pelanggan. (2) Strategi pelayanan Depot Jamu Jago Mama Eska juga sesuai dengan

prinsip pelayanan dalam ekonomi Islam, dengan menerapkan karakteristik utama Rasulullah SAW, termasuk: Kejujuran dalam memberikan informasi tanpa ada kebohongan, Amanah dalam memberikan layanan dengan tanggung jawab, Fathanah dalam memberikan layanan berdasarkan pengetahuan, dan Tabligh dalam memberikan konsultasi yang rinci tentang produk yang ditawarkan.

3. "Analisis strategi pelayanan dalam peningkatan kepuasan pelanggan terhadap pengiriman barang dan jasa ditinjau dari Etika Bisnis Islam". Skripsi oleh Wela Panesa UIN Raden Intan Lampung 2023.⁹

Penelitian ini dipicu oleh meningkatnya persaingan bisnis dan tingkat kritikalitas konsumen, yang mendorong pelaku usaha untuk terus memprioritaskan kepuasan pelanggan. Dengan menerapkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam, diharapkan perusahaan dapat beroperasi secara optimal dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penulis memilih J&T Express Sukarame Bandar Lampung sebagai objek penelitian, karena perusahaan ini memiliki fokus pada kepuasan pelanggan di tengah persaingan bisnis yang ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif, yang berusaha untuk menggambarkan fenomena yang terjadi saat ini dan menjelaskannya sebagaimana adanya. Menurut Jane Richie, penelitian kualitatif merupakan upaya untuk memahami dunia sosial dan perspektifnya.

⁹ Analisis strategi pelayanan dalam peningkatan kepuasan pelanggan terhadap pengiriman barang dan jasa ditinjau dari Etika Bisnis Islam. Skripsi oleh Wela Panesa UIN Raden Intan Lampung 2023. Diakses pada 01 Mei 2024

Hasil penelitian menunjukkan bahwa J&T Express Sukarame Bandar Lampung telah menerapkan berbagai strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, termasuk memberikan bukti fisik yang tangible, keandalan dalam memenuhi janji, responsif dalam melayani pelanggan dengan cepat, serta memberikan jaminan terhadap layanan yang diberikan. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa perusahaan telah mengimplementasikan strategi yang sesuai dengan prinsip-prinsip etika bisnis Islam.

4. “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar Di Pt. Pln (Persero) Rayon Purbalingga”. Skripsi oleh Sri Atun Chasanah, IAIN Purwokerto, Tahun 2015.¹⁰

Dalam penelitian ini PT. PLN Persero Rayon Purbalingga menerapkan beberapa bentuk strategi pelayanan agar tercapai kepuasan pelanggan. Diantaranya adalah dengan memberikan kemudahan pembayaran atau memperluas jaringan pembayaran melalui PPOB (*Payment Point Online Bank*) dan untuk penanganan gangguan jaringan distribusi listrik menggunakan aplikasi APKT (*Aplikasi Pengaduan dan Keluhan Terpadu*). Sedangkan hasil analisis ekonomi Islam, kualitas pelayanan yang diterapkan meliputi beberapa aspek diantaranya *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* mampu

¹⁰ Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar Di Pt. Pln (Persero) Rayon Purbalingga, skripsi oleh Sri Atun Chasanah, IAIN Purwokerto, Tahun 2015. Diakses pada 01 Mei 2024

memenangkan hati pelanggan sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai. Perbedaan dengan penelitian saya terletak pada objek yang diteliti saya pada Warung Pecel Punten sedangkan penelitian dahulu pada PLN, sedangkan persamaannya adalah sama-sama meneliti tentang strategi pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan perspektif ekonomi Islam.

5. "Peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT lancar berkah berlimpah Jawa Timur". Jurnal oleh Cindy Puspita Sari dan Ikhwan Khalid Lutfi, Kholid. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, jurnal ilmiah manajemen dan bisnis, November 2023. Vol. 2 No.4, 383-394¹¹

Meningkatkan kualitas pelayanan sangat penting untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari pemberian pelayanan. Oleh karena itu, perbaikan kualitas pelayanan harus dilakukan secara konsisten untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas layanan pada PT Lancar Berkah Berlimpah, untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan pada PT Lancar Berkah Berlimpah, untuk menganalisis kendala yang dihadapi PT Lancar Berkah Berlimpah dalam meningkatkan kualitas layanan, untuk mengetahui strategi yang digunakan untuk meningkatkan

¹¹ Peran kualitas layanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT lancar berkah berlimpah Jawa Timur. Jurnal oleh Cindy Puspita Sari dan Ikhwan Khalid Lutfi, Kholid. Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya, jurnal ilmiah manajemen dan bisnis, November 2023. Vol. 2 No.4, 383-394. Diakses pada 01 Mei 2024

kepuasan pelanggan pada PT LBB. Metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah melalui dokumentasi dan wawancara. Sedangkan data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif yang menggambarkan keadaan atau kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PT LBB sangat baik dengan skor 4.04 sedangkan kepuasan pelanggan sangat puas dengan skor 4.55. Jadi, dapat disimpulkan bahwa pelanggan di PT LBB sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan. Lalu strategi yang digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memprioritaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memberikan kesempatan luas pada pelanggan.