

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring berkembangnya masa dan waktu menyebabkan meningkatnya jumlah manusia, hal ini mengakibatkan meningkatnya minat kebutuhan hidup manusia baik secara individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan masing-masing. Situasi yang seperti ini banyak dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mendirikan berbagai macam jenis bisnis perdagangan seperti contoh supermarket.¹ Supermarket atau pasar swalayan merupakan toko yang menjual barang kebutuhan sehari-hari mulai dari makanan, pakaian, alat kebersihan, perlengkapan mandi, alat elektronik, dan lain sebagainya.²

Perkembangan dunia usaha sudah mengalami persaingan yang sangat ketat, Salah satu persaingan tersebut diakibatkan karena kemajuan teknologi yang juga berkembang pesat. Para pesaing baru yang berpotensi mengembangkan produk atau jasa yang beraneka ragam dan berkualitas tinggi adalah penyebab dari kemajuan ini. Oleh karena itu, perusahaan terus dituntut untuk dapat meningkatkan seluruh aktivitasnya agar mampu bersaing untuk mempertahankan kemajuan dan mencapai tujuan perusahaan.³ Meningkatnya persaingan serta jumlah pesaing membuat perusahaan harus selalu

¹ Fakultas Ekonomi and Universitas Semarang, “*Evaluasi Sistem Pengendalian Intern Atas Persediaan Barang Pada Supermarket (Studi Kasus Pada Pt . Gelael Supermarket Cabang Semarang)*,” no. 01 (2020): 1-2.

² John F. Mariani, “*Supermarket*,” *The Encyclopedia of American Food and Drink* 2 (2020): 492–93, <https://doi.org/10.5040/9781635577068-1783>.

³ Kenny Regina Karongkong, Ventje Ilat, and Victorina Z. Tirayoh, “*Penerapan Akuntansi Persediaan Barang Dagang Pada Ud. Muda-Mudi Tolitoli*,” *Going Concern : Jurnal Riset Akuntansi* 13, no. 02 (2018): 46–56, <https://doi.org/10.32400/gc.13.02.19082.2018>.

memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta berusaha memenuhi harapan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang lebih baik daripada yang dilakukan para pesaing.⁴

Peningkatan kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan pada pemenuhan keinginan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat. Akbar dan Parvez mengartikan kualitas pelayanan sebagai pelayanan yang memenuhi kebutuhan atau harapan pelanggan. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan dibanding harapannya, maka pelanggan tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, diantaranya akan mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan tersebut akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.⁵

Perusahaan perlu memahami harapan dan kebutuhan konsumen terhadap produk yang diinginkan saat ini maupun di masa depan untuk tetap bersaing dalam era globalisasi. Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan kondisi pasar yang akan dijelajahi perusahaan, karena proses pembelian pelanggan melibatkan beberapa tahap, mulai dari kesadaran akan produk hingga perilaku setelah pembelian. Strategi pemasaran adalah salah satu cara memenangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan baik itu untuk perusahaan yang

⁴ Ni Made Arie Sulistyawati and Ni Ketut Seminari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar," E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana 4, no. 8 (2017): 2318–32.

⁵ Danny D.S. Mukuan Yunita M. Sumual, J.A.F. Kalangi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Otomoto Mantos," Productivity 2, no. 5 (2021): 397.

memproduksi barang atau jasa.⁶ Peran manajemen pemasaran yaitu membuat suatu strategi untuk mendapatkan pelanggan, selain itu juga membuat pelanggan loyal kepada perusahaan. Dari kepuasan pelanggan, perusahaan dapat memperoleh pelanggan baru. Hal itu dapat terjadi karena kepuasan seorang pelanggan akan mempromosikan perusahaan tersebut kepada orang lain. Oleh karena itu, pelanggan yang puas akan menjadi aset yang sangat berharga bagi perusahaan.

Kualitas merujuk pada kondisi produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pemakainya. Kualitas pelayanan merupakan elemen pokok dan penting bagi perusahaan guna menciptakan kepuasan pelanggan melalui penanganan keluhan, rekomendasi, dan transaksi.⁷ Menurut persepsi pelanggan, tingkat pelayanan perusahaan itu sangat dipengaruhi oleh penyediaan layanan terbaik oleh perusahaan. Upaya dalam meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan harus melibatkan karyawan yang memiliki ketrampilan dan dedikasi tinggi pada bidangnya. Sumber daya manusia yang signifikan adalah faktor utama dalam mendukung bisnis di sektor layanan yang menjadikan persaingan kualitas pelayanan semakin ketat.⁸

⁶ Muhamad Wildan Fawaid and Yopi Yudha Utama, “Optimasi Strategi Marketing Mix Untuk Meningkatkan Omzet UMKM CV Putra Tanjung Nganjuk,” *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa (JPMD)* 3, no. 1 (2022): 7–19, <https://doi.org/10.58401/jpmd.v3i1.615>.

⁷ Ni Made Arie Sulistyawati and Ni Ketut Seminari, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar,” *Vol. 04 no 8* (2021): 2318-2332

⁸ Ainul Tria Lestari and Khalid Iskandar, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal,” *Journal of Economic and Management (JECMA)* 2, no. 1 (2021): 1–9, <https://doi.org/10.46772/jecma.v2i1.513>.

Kualitas pelayanan yang unggul memiliki potensi untuk meningkatkan nilai jasa yang disediakan perusahaan dan menjadikan perusahaan tersebut menjadi pilihan yang berkelanjutan bagi pelanggan. Kualitas pelayanan yang luar biasa tidak hanya berasal dari inisiatif perusahaan, tetapi juga melibatkan pemahaman dan pemenuhan ekspektasi pelanggan. Oleh karena itu, untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan penting untuk menyajikan kualitas pelayanan yang sangat baik (pelayanan prima).⁹

Kota Lamongan adalah termasuk kota yang memiliki banyak pondok pesantren, yang mempunyai karakteristik yang cukup kompleks disegala bidang kehidupan agama, sosial, budaya, ekonomi, maupun masyarakat.¹⁰ Salah satu pesantren yang ada di kabupaten Lamongan tepatnya di Desa Banjaranyar, Banjarwati, Kecamatan Paciran adalah Pondok Pesantren Sunan Drajat yang sebagai tempat untuk menggali ilmu dan sebagai tempat untuk belajar hidup mandiri, serta tempat untuk menggali prestasi.

Pondok pesantren Sunan Drajat merupakan salah satu pesantren di wilayah pantura Jawa Timur yang memiliki kemandirian ekonomi. Kemajuan yang sangat baik dalam bidang perekonomian ini akhirnya mengantarkan pesantren yang merupakan satu-satunya peninggalan Wali Songo yang masih bertahan ini berhasil meraih penghargaan dari Bank Indonesia (BI), dan pada

⁹ Taupik Ismail dan Ramayani Yusuf, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong di Kota Bandung,” JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi), Vol. 5, No. 3, (September, 2021), 414- 415.

¹⁰ Dinda Rakhma Fitrianti Dits Prasanti, “Peran K.H. Muhammad Dawam Saleh Dalam Pendirian Pondok Pesantren Al-Ishlah Di Sendangagung, Paciran, Lamongan (1986-2014),” Pembentukan Anak Usia Dini : Keluarga, Sekolah, Dan Komunitas 2 (2018): 15.

tahun 2024 ini menjadi pesantren penggiat ekonomi syariah terbaik se-Jawa Timur.¹¹ Raden Qosim atau Sunan Drajat adalah salah satu walisongo yang mempunyai peninggalan pondok pesantren. Pondok pesantren tersebut bernama Pondok Pesantren Sunan Drajat.¹² Pondok Pesantren Sunan Drajat termasuk salah satu pesantren yang terbesar di Jawa Timur dengan jumlah santri mencapai 14.000 santri yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia. Dengan banyaknya jumlah santri Pondok Pesantren Sunan Drajat harus memiliki manajemen yang baik dalam memanfaatkan potensi tersebut. Dalam mengatasi masalah tersebut Pondok pesantren Sunan Drajat memiliki sebuah lembaga khusus untuk mengelola perekonomian yang bernama Perekonomian Sunan Drajat.

Perekonomian Sunan Drajat membawahi seluruh unit bisnis yang ada di Pondok pesantren Sunan Drajat mulai dari CV Toserba Sunan Drajat, PT Samudra Sunan Drajat, Hotel Sunan Drajat, *Hall* Sunan Drajat, CV Restoran Sunan Drajat, Percetakan *Persada Press*, Sundra Wisata, *Ahwarumi Creative*, *Ahwarumi Beauty Care*, *Ahwarumi Fashion*, CV Teknologi Sunan Drajat, Toko buku & *foto copy*, Kantin Wali Songo, Warnet Sunan Drajat, PT. Sdl (Produksi Pupuk Kisda Dan Persewaan Alat Berat), *Laundry* Sunan Drajat.¹³ Pondok Pesantren Sunan Drajat juga memiliki peran yang signifikan dalam

¹¹ PP. Sunan Drajat Lamongan, Terpilih Sebagai Pesantren Penggiat Ekonomi Syariah Terbaik Terbaik se-Jawa Timur. - Pandhalungan.com

¹² “Strategi Pondok Pesantren Sunan Drajat Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Santri Entrepreneur Di Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan” 18 Jan. 2020, <https://e-journal.unair.ac.id/JESTT/article/view/14248>. Diakses pada 7 Nov. 2024.

¹³ Ralph Adolph, “Peran Pondok Pesantren Sunan Drajat Dalam Pemberdayaan Ekonomi” 6, no. 10 (2016): 1–23.

pemberdayaan ekonomi ditengah masyarakatnya.¹⁴ Pesantren Sunan Drajat tidak hanya mengajarkan agama, tetapi juga berhasil mengelola banyak bisnis dan menjadi wakil dari pesantren pengusaha di Indonesia. Hal ini tentu saja tidak mungkin dicapai tanpa pengelolaan yang ketat dan terstruktur dari setiap lini untuk meningkatkan kondisi keuangan pesantren. Jadi, pembangunan dan kegiatan pesantren tidak terlalu bergantung pada sumbangan atau donasi dari pihak eksternal. Usaha-usaha yang dia buat sudah selesai mendukung ekonomi.¹⁵

Toserba Sunan Drajat dikenal dengan sebuah tempat pemasaran yang berbasis islami. Hal ini dikarenakan Toserba Sunan Drajat mempunyai latar belakang yang berbasis kepesantrenan, dengan lokasi dan hak milik atas nama Pondok Pesantren Sunan Drajat Lamongan. CV Toserba Sunan Drajat merupakan sebuah toko ritel yang didirikan pada tahun 2006 dengan nama *Smesco Mart* dan berubah nama menjadi Toserba Sunan Drajat pada tahun 2009. Tujuan pendiriannya adalah memenuhi kebutuhan santri Pondok Pesantren Sunan Drajat setiap hari, selain itu santri juga dapat memberikan keuntungan kepada pesantren karena secara tidak langsung mereka yang membeli di Toserba Sunan Drajat turut menyumbang pembangunan Pondok Pesantren Sunan Drajat. Toserba Sunan Drajat menyediakan banyak kebutuhan konsumen mulai dari kebutuhan makanan, pakaian, dan perlengkapan semi mewah.¹⁶

¹⁴ Lestiana Maharani, "Peranan Pondok Pesantren Sunan Drajat Dalam Pemberdayaan Ekonomi Di Desa Banjarwati" 3, no. 4 (2024): 834–42.

¹⁵ Moh Khafidhulloh, "Strategi Ekonomi PPSD," (2021): 5.

¹⁶ Eny Latifah, "Mahasantri Sebagai Pelaku Entrepreneur Di Era Revolusi Industri 4.0," Prosiding Senama 2019 "Potensi Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia," 2019, 21–27.

Selain itu Harga yang ditawarkan oleh Toserba Sunan Drajat sangatlah terjangkau seperti yang dikatakan oleh Dr. Anas Al Hifni selaku Direktur Toserba Sunan Drajat. “Tujuan kami ingin memfasilitasi dan mensuplai seluruh kebutuhan pokok masyarakat di jalur pantura dengan harga yang stabil”. Beliau juga mengatakan bahwa barang yang disediakan berasal dari produk dari pesantren dan alumni Sunan Drajat sendiri ada sekitar 30 produk yang berasal dari pondok seperti kopi, garam, beras, sarung, minyak goreng, mengkudu sunan, madu dan lain sebagainya.¹⁷ Kini CV Toserba Sunan Drajat tersebut sekarang sudah mulai membuka beberapa cabang di sekitar wilayah Jawa Timur seperti di daerah Tuban, Lamongan, Bojonegoro, Surabaya dan Gresik.

Tabel 1.1 Perbandingan pelayanan

NO	TOKO RITEL	PELAYANAN YANG DIBERIKAN
1	CV Toserba Sunan Drajat Lamongan	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjaga kenyamanan pelanggan saat berbelanja, seperti memasang AC di dalam swalayan untuk menjaga suhu selalu sejuk, memberikan penerangan yang cukup, dan menjaga kebersihan lantai, rak produk, dan lingkungan sekitar toserba b. Memberikan fasilitas yang pastinya dibutuhkan oleh pelanggan saat berbelanja, seperti menyediakan tempat parkir yang luas tanpa adanya biaya parkir, menyediakan toilet yang bersih, menyediakan musholla, dan menyediakan gerai penarikan uang (ATM), c. Memberikan empati kepada pelanggan saat berbelanja, seperti memberikan bantuan kepada pelanggan ketika sulit mencari barang yang mereka butuhkan, mengantarkan pelanggan ke tempat barang yang hendak

¹⁷ Rizqi et al., “Penerapan Strategi Marketing Dalam Meningkatkan Pelanggan Di Toserba Sunan Drajat,” Jurnal Ekonomi Syariah 05, no. 02 (2023): 118, <https://doi.org/10.55352/ekis>.

NO	TOKO RITEL	PELAYANAN YANG DIBERIKAN
		<p>dicari, dan bersikap ramah kepada pelanggan dengan memberikan ekspresi wajah yang selalu senyum saat melayani pelanggan, serta memberikan ucapan “silahkan” ketika hendak bertransaksi dan mengucapkan “terima kasih” ketika transaksi selesai,</p> <p>d. Menyediakan alat untuk mengecek harga barang, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir kekurangan uang saat berbelanja.</p> <p>e. Karyawan sopan dan santun serta berpakaian rapi dan menutup aurat.</p> <p>f. Ada undian kupon yang berhadiahkan umroh gratis dan lain-lain bagi anggota member toko.</p> <p>g. Syarat menjadi anggota member yaitu dalam sekali belanja harus belanja minimal 300,000 rupiah tanpa minimal berapa kali berbelanja, kemudian mengisi data diri.</p> <p>h. Jam operasional setiap hari jam 08.00-22.00 WIB</p>
2	Tiara Toserba	<p>a. Menjaga kenyamanan pelanggan saat berbelanja, seperti memasang AC di dalam swalayan untuk menjaga suhu selalu sejuk, dan memberikan penerangan yang cukup,</p> <p>b. Memberikan empati kepada pelanggan saat berbelanja, seperti memberikan arahan ke pelanggan untuk menuju ke tempat barang yang hendak dicari dan bersikap ramah kepada pelanggan dengan memberikan ekspresi wajah yang selalu senyum saat melayani pelanggan.</p> <p>c. Lahan parkir yang disediakan kurang luas</p>
3	Alfamart	<p>a. Menjaga kenyamanan pelanggan saat berbelanja, seperti memasang AC di dalam swalayan untuk menjaga suhu selalu sejuk, memberikan penerangan yang cukup, dan menjaga kebersihan lantai,</p> <p>b. Menyediakan lahan parkir,</p> <p>c. Memberikan empati kepada pelanggan saat berbelanja, seperti memberikan arahan ke</p>

NO	TOKO RITEL	PELAYANAN YANG DIBERIKAN
		pelanggan untuk menuju ke tempat barang yang hendak dicari dan bersikap ramah kepada pelanggan dengan memberikan ekspresi wajah yang selalu senyum saat melayani pelanggan.
4	Indomaret	<ul style="list-style-type: none"> a. Menjaga kenyamanan pelanggan saat berbelanja, seperti memasang AC di dalam swalayan untuk menjaga suhu selalu sejuk, memberikan penerangan yang cukup, dan menjaga kebersihan lantai, b. Menyediakan lahan parkir, c. Memberikan empati kepada pelanggan saat berbelanja, seperti memberikan arahan ke pelanggan untuk menuju ke tempat barang yang hendak dicari dan bersikap ramah kepada pelanggan dengan memberikan ekspresi wajah yang selalu senyum saat melayani pelanggan.

Sumber : hasil obeservasi penulis

Pada tabel 1.1 di atas, diketahui bahwa pelayanan yang diberikan oleh empat perusahaan ritel tersebut sama, tetapi lebih menonjol pada pelayanan yang diberikan oleh CV Toserba Sunan Drajat Lamongan. Pelayanannya yaitu dengan memberikan bantuan kepada pelanggan ketika sulit mencari barang yang dibutuhkan dan langsung mengantarkan pelanggan ke tempat barang dan karyawan disana sangat sopan dan selalu menggunakan pakaian yang rapi dan menutup aurat dan disana juga ada undian kupon yang berhadiahkan umroh gratis dan lain-lain bagi anggota member toko. Syarat menjadi anggota member yaitu dalam sekali belanja harus berbelanja dengan minimal total belanja 300,000 rupiah tanpa minimal berapa kali berbelanja, kemudian mengisi data diri. Setelah mengisi data diri pelanggan akan mendapatkan kupon yang berhadiahkan umroh gratis dan lain-lain.

Tabel 1.2 Alasan pelanggan belanja di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan

NO	Alasan pelanggan belanja di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan	JUMLAH
1	Kualitas Produk	6
2	Kualitas Pelayanan	19
3	Emosional	1
4	Harga	8
5	Biaya	1
TOTAL		35

Sumber : hasil observasi (September 2025)

Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa dari 35 responden yang sudah menjadi member, sebanyak 6 responden memilih berbelanja karena kualitas produk, 19 responden memilih berbelanja karena kualitas pelayanan, 1 responden memilih berbelanja karena emosional, 8 responden memilih berbelanja karena harga, 1 responden memilih berbelanja karena biaya. Berdasarkan tanggapan responden dapat disimpulkan bahwa alasan pelanggan memilih ber belanja di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan karena kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan para pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹⁸ Berdasarkan definisi

¹⁸ Philip Kotler Dan Kevin Lane Keller, *"Manajemen Pemasaran"* (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), 42.

tersebut, kepuasan adalah fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Menurut Lupiyoadi tingkat kepuasan dipengaruhi oleh 5 faktor diantaranya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.¹⁹

Pelanggan akan puas apabila kualitas pelayanan yang diberikan sama atau melebihi harapan. Ketidakpuasan akan muncul apabila kualitas pelayanan yang diperoleh tidak sesuai harapan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dan mengakibatkan pelanggan akan datang kembali untuk berbelanja.

Menurut Parasuraman dalam Arief kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan.²⁰ Jika Pelayanan yang diberikan CV Toserba Sunan Drajat Lamongan kepada pelanggan baik, maka akan membuat pelanggan beranggapan bahwa CV Toserba Sunan Drajat Lamongan telah profesional memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumennya. Agama Islam mengajarkan bahwa hendaknya memberikan pelayanan yang baik, karena pelayanan yang baik akan berpengaruh kepada usaha yang dilakukan sebagaimana firman Allah SWT, dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
وَأَلْسَنُكُمْ بِأَذْيِهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ۚ ٢٦٧

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi

¹⁹ Lupiyoadi, *"Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktek"* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), 158.

²⁰ Arief, *"Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan"* (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), 118.

untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu infakkan, padahal kamu tidak mau mengambilnya, kecuali dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Ketahuilah bahwa Allah Maha kaya lagi Maha Terpuji.²¹

Ayat di atas menjelaskan bahwa Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik, baik berupa barang atau layanan jasa hendaklah memberikan yang berkualitas. Jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Pelayanan yang berkualitas dapat menumbuhkan dan mempengaruhi keputusan serta kepercayaan pelanggan sehingga menimbulkan kepuasan pengguna jasa layanan.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Kotler dalam Indra Lesmana yang menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Wang & Shieh dalam Indra Lesmana juga menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara keseluruhan memiliki dampak yang sangat positif terhadap kepuasan secara keseluruhan. Pernyataan yang serupa juga disampaikan oleh Reza bahwa kualitas pelayanan memiliki hubungan yang penting dan positif dengan kepuasan konsumen serta membuat konsumen kembali untuk menggunakan pelayanan tersebut.²²

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait kualitas pelayanan di CV Toserba Sunan Drajat. Dalam hal ini peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS**

²¹ <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/267>

²² Indra Lesmana Sihomning *“Hubungan antara Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kelas Eksekutif KMP Jatra I Di PT. ASDP Indonesia Ferry(Persero) Cabang Merak-Bakauheni”*,6.

PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CV TOSERBA SUNAN DRAJAT LAMONGAN) “.

B. Rumusan masalah

Berdasarkan konteks penelitian yang sudah diuraikan, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan?

C. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian yang diambil ini untuk :

1. Untuk menganalisa kualitas pelayanan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.
2. Untuk menganalisa kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.
3. Untuk menganalisa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.

D. Manfaat penelitian

Dalam penelitian ini peneliti berharap hasil penelitian dapat bermanfaat dan dapat meningkatkan kualitas, proses dan hasil pembelajaran. Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan memberikan informasi tambahan kepada mereka yang terlibat dalam dunia bisnis dan memungkinkan untuk mempelajari bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.

2. Kegunaan Praktis

- a) Bagi pelaku usaha : Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat dijadikan sebagai evaluasi atas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan oleh perusahaan, agar pelanggan dapat melakukan pembelian berulang.
- b) Bagi Akademik : Hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai bahan rujukan pembaca untuk penelitian terbaru tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terutama untuk jurusan manajemen bisnis syariah bisa dimanfaatkan sebagai kontribusi pemikiran.
- c) Bagi Masyarakat : Bagi pembaca bisa memberikan kontribusi positif saat membaca penelitian ini dan khususnya bagi Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri.
- d) Bagi Peneliti : Untuk memberikan sumbangan karya ilmiah dan pemikiran bagi pengembangan ilmu pengetahuan sebagai tambahan referensi penelitian.

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan penelitian tambahan dan digunakan oleh akademisi untuk pengembangan penelitian tentang bagaimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.

E. Telaah Pustaka

1. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare)”²³

Oleh Dessy Ayu Setyaningrum, mahasiswa Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2021.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pelanggan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare yang sudah menggunakan layanan jasa lebih dari satu kali pada tahun 2020 sebanyak 5.295 pelanggan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, dan berdasarkan tabel issac dan michael diperoleh sampel sebanyak 326 pelanggan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare. Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) kualitas pelayanan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare termasuk dalam kategori baik dengan hasil 72,1%. (2) kepuasan pelanggan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare termasuk dalam kategori puas dengan hasil 84%. (3) Dari uji korelasi nilai Pearson

²³ Dessy Ayu Setyaningrum, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare),” 2021, 167–86.

Correlation sebesar 0,788 yang terletak antara 0,61 – 0,80 yang berarti memiliki hubungan yang kuat. Analisis regresi linier sederhana menghasilkan persamaan $Y = 11,105 + 0,652X$ yang menunjukkan ada pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y). Dari hasil uji T dapat diketahui $t_{hitung} = 23,071 \geq t_{tabel} = 1,967$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare. Dari hasil analisis diperoleh hasil koefisien determinan (R^2) menunjukkan nilai 0,622, artinya variabel kualitas pelayanan (X) mampu mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 62,2% sedangkan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, yaitu kualitas produk, harga, emosional, dan biaya. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu H_a diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Ahass Putra Sentosa Mandiri Pare.

Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terdapat persamaan yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

2. *“Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk)”*²⁴

Oleh Peny Sabela, mahasiswa Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2022

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah konsumen/pelanggan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur yang membeli lebih dari satu kali dan jumlah tidak terbatas (tidak diketahui secara pasti). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik probability sampling meliputi simple random sampling dan berdasarkan tabel Issac dan Michael diperoleh sampel sebanyak 349 konsumen/pelanggan Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur. Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) Harga produk dalam katagori baik dengan hasil 83,4%. (2) Kualitas pelayanan dalam katagori baik dengan hasil 83,1%. (3) Kepuasan konsumen dalam katagori baik dengan hasil 85,7%. (4) Nilai t hitung = 13,454 > t tabel = 1,967, nilai signifikan 0,00 > 0,05 menunjukkan variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (5) Nilai t hitung = 9,972 > t tabel = 1,967, nilai signifikan 0,00 > 0,05 menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. (6) Hubungan antara harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 0,631, menyatakan hubungan kuat, dan hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

²⁴ Peny Sabela, *“Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Toko Pertanian UD Kalyana Agri Makmur Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk),”* 183, No. 2 (2023): 153–64.

konsumen sebesar 0,537, menyatakan hubungan sedang. Hasil uji linier berganda diperoleh persamaan $Y = 5,850 + 0,570X_1 + 0,432X_2$. Hasil $F_{hitung} = 197,071$ dan nilai signifikan $0,00 > 0,05$, menunjukkan harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai R^2 0,533 berarti variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh 53,3 % terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan 46,7 % dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terdapat persamaan yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

3. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pelanggan Dr. Barbershop Kelurahan Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri)”*²⁵

Oleh Zakiyuddin Maulana, mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Kediri, 2023.

Metode yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan survei dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi

²⁵ Zakiyuddin Maulana, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pelanggan Dr. Barbershop Kelurahan Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri),”* Accident Analysis and Prevention 183, no. 2 (2023): 153–64.

dalam studi ini adalah member Dr. Barbershop Kelurahan Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri dan sampel yang diambil sebanyak 131 responden. Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian korelasi. Temuan studi ini menunjukkan bahwa pelayanan pelanggan dan kepuasan konsumen di Dr. Barbershop sangat baik. Ini dapat dilihat dari skor yang tinggi pada variabel kualitas pelayanan dari 75 responden dan kepuasan konsumen dari 97 responden. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam memilih di Dr. Barbershop Kelurahan Lirboyo Kecamatan Mojoroto Kota Kediri signifikan. Hal ini terbukti dengan korelasi pearson sebesar 0,541 dan persamaan $Y \text{ Kepuasan Konsumen} = 23,262 + 0,616 X \text{ Kualitas Pelayanan} + e$. Uji hipotesis menunjukkan hasil statistika sebesar 7,301 dengan t tabel sebesar 0,1716 ($df = k - n$, $df = 131 - 2$, $df = 129$). Oleh karena itu, $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($7,301 > 0,1716$) dengan nilai sig. 0,000. Selain itu, uji determinasi koefisien (R^2) menunjukkan hasil sebesar 0,292, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dapat menjelaskan 29,2% dari variabel kepuasan konsumen, sedangkan 70,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian.

Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terdapat persamaan yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

4. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Konsumen “Warung Bek Mu 2” Banjaranyar Paciran Lamongan)”*²⁶

Oleh Ahmad Afan Zaini, Institut Pesantren Sunan Drajat Lamongan, Indonesia, AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business ISSN (e) 2775-8931| Vol. 02 No. 02 (Oktober, 2022) | p.47-54 DOI: 10.55352.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui indikator dari variabel bebas yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen di “Warung Bek Mu 2” Nasi Pecel Khas Lamongan Pantura. Indikator variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah keberwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dan variable terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di “Warung Bek Mu 2” Nasi Pecel Khas Lamongan Pantura. Populasi sampel yang digunakan adalah konsumen “Warung Bek Mu 2” Nasi Pecel Khas Lamongan Pantura. Teknik pengambilan sampel menggunakan Accidental Sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil Uji F pada penelitian ini menunjukkan sig. F $0,000 < 0.05$ yang berarti indikator variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari keberwujudan, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

²⁶ Ahmad Afan Zaini, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen ‘ Warung Bek Mu 2 ’ Banjaranyar Paciran Lamongan)”* 02, no. 02 (2022): 47–54.

Berdasarkan hasil uji t dapat diketahui bahwa indikator variabel Kualitas Pelayanan yang terdiri dari keberwujudan, keandalan, daya tanggap, dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa indikator daya tanggap pada indikator ke (X3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan indikator variabel lainnya, maka indikator variabel daya tanggap indikator ke (X3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terdapat persamaan yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

5. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan”²⁷

Oleh Abdul Haris, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Wira Bhakti Makassar, *Economics and Digital Business Review*, Volume 4 Issue 2 (2023) Pages 334 – 348.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji serta mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel PT Hadji Kalla. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan pendekatan

²⁷ Abdul Haris, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Economics and Digital Business Review* 4, no. 2 (2023): 334–348.

kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada bengkel PT. Hadji Kalla cabang Serui Makassar. Adapun jumlah sampel yang digunakan sebanyak 50 responden yang ditentukan berdasarkan formulasi slovin. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh para responden. Metode analisis data yang akan dilakukan terdiri dari analisis statistik deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, serta pengujian hipotesis melalui analisis regresi linear berganda, uji T uji F dan uji koefisien determinasi. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan bahwa bukti fisik, dan empati, berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan keandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan ini terdapat persamaan yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode kuantitatif, sedangkan untuk perbedaannya yaitu terdapat pada objek yang diteliti.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang akan diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. H_0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.
2. H_a : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di CV Toserba Sunan Drajat Lamongan.