

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Meskipun muslim menjadi mayoritas, namun Indonesia bukan negara yang berasaskan Islam. Sebagai wanita muslimah tentu harus memperhatikan cara berpakaian yang berkaitan dengan nilai agama. Salah satu hal yang penting menjadi pusat perhatian adalah cara menggunakan hijab.

Jilbab di Indonesia menurut Suzanne April Brenner, merupakan suatu peristiwa 100% modern bahkan terlampau modern, dimana perempuan berjilbab adalah sebagai tanda globalisasi, suatu lambing identifikasi orang Islam di Indonesia dengan umat Islam di negara-negara lain di dunia modern ini. Oleh karena itu jilbab saat ini sudah menjadi bagian dari kultur masyarakat. Berkembangnya jilbab di Indonesia dari tahun ketahun semakin banyak model yang mengakibatkan seorang perempuan atau sebagai konsumen ingin selalu membeli.¹

Jilbab merupakan kewajiban bagi seorang muslim perempuan untuk menutup aurat. Jilbab dapat dijadikan sebagai tolak ukur tingkat *religious* kaum hawa. Bahkan kebanyakan dari mereka merasa bangga dengan mengenakan jilbab menjadi sebuah *trend fashion*. Menurut Arfa, jilbab merupakan simbol

¹ <http://dulhariz.blogspot.co.id/p/fenomena-pakaian-remaja-modern-yang.html>. Diakses pada tanggal 15 Februari 2020

dari pakaian wanita Islam yang di anggap memenuhi kriteria menutup aurat.² Perintah untuk memakai hijab sesuai dengan firman Allah SWT dalam surah Al-Ahzab 59:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ اقْلُ لِأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِ
بِيْسِهِنَّ قُلِيْ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَالَا يُؤْذَوْنَ قُلِيْ وَكَانَ اللهُ غَفُورًا رَحِيْمًا

Artinya: “Wahai Nabi! Katakanlah kepada isteri-isterimu, anak-anak perempuanmu dan isteri-isteri yang mukmin: “Hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka”. Yang demikian itu supaya mereka lebih mudah untuk dikenal, karena itu mereka tidak di ganggu, dan Allah adalah Maha Pengampun dan Maha Penyayang.³

Dalam ayat ini, Rasulullah diperintahkan untuk menyampaikan kepada isterinya dan juga sekalian wanita mukminah termasuk anak-anak perempuan beliau untuk memanjangkan jilbab mereka dengan maksud agar dikenali dan membedakan dengan kaum mukminah. Hikmah lain adalah agar mereka tidak diganggu. Karena dengan mengenakan jilbab, orang lain mengetahui bahwa dia adalah seorang mukminah yang baik.

Kebutuhan konsumen terhadap pakaian merupakan salah satu kebutuhan dasar yang akan selalu harus terpenuhi. Pada dasarnya manusia mempunyai tiga kebutuhan pokok yang tidak akan bias tergantikan yaitu pangan, sandang, dan papan. Oleh karena itu, selama masih ada manusia bisnis di bidang pangan, sandang dan papan tidak akan pernah kehilangan pasar.

² Arfa Faisar Ananda, *Wanita Dalam Konsep Islam Modernis*, (Jakarta: Pustaka Firdaus, 2004), 129

³ Departemen RI, *Al-Hikmah Al Qur'an dan Terjemahan*, 426

Industri hijab tergolong kepada industri kreatif dalam bidang *fashion*. Terdapat beberapa alasan mengapa industri ini layak untuk dikembangkan di Negara Indonesia. Pertama, mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam bidang ekonomi serta menciptakan iklim bisnis yang positif di dalam Negeri. Kedua, dapat membangun citra dan identitas bangsa Indonesia di mata dunia dan kebanyakan berbasis kepada sumberdaya yang terbarukan. Ketiga, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa yang memberikan dampak social yang positif.⁴

Kemunculan trend hijab *style* di Indonesia merupakan salah satu fenomena di dunia muslimah yang mencuat dan masih bertahan saat ini. Kini tidak hanya istilah *jilbabers* dengan kekhasannya yang akrab di telinga muslimah. Keunikan desain dengan istilah *hijabers* muncul mengalahkan kata *jilbabbers*. Hijab merupakan sebuah mahkota bagi seorang muslimah. Hijab memang sudah lama masuk di Indonesia, dulunya hijab tidak menampilkan berbagai jenis dan gaya berbusana dengan hijab. Hijab dulunya hanya sebagai penutup aurat bagi wanita muslim, dan sebagai pelengkap syarat dalam syariat Islam untuk tidak memperlihatkan auratnya. Oleh karena itu hijab dulu sebagai kerudung biasa, atau hanya sekedar kerudung segi empat dan sebagainya, yang digunakan oleh kaum wanita muslim di Indonesia. Muslimah tampil gaya dengan hijab yang tidak kalah menarik dengan gaya kontemporer memang begitu terlihat belakangan seiring dengan perkembangan naiknya pamor hijab.

⁴ Adhianti Laras Pratiwi, *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merk dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan*, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), Skripsi

Hal itu pun kemudian diikuti dengan tren hijabers yang semakin meroket. Sehingga muncul sebuah komunitas, yaitu *hijabers community* di beberapa kota besar di Indonesia. Komunitas *hijabers* adalah komunitas hijab kontemporer yang terdiri dari atas kontemporer yang terdiri dari atas sekumpulan orang yang ingin terlihat sama dalam bergaya dan berbusana. Komunitas ini menginisiasi dan mengembangkan tren baru berbusana muslim bagi wanita muslim Indonesia.⁵

Menurut Kotler dan Keller produk adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, agar produk yang dijual mau dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memenuhi suatu keinginan atau kebutuhan konsumen.⁶ Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, releabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya.⁷ Suatu produk dikatakan kualitas jika memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli. Kualitas ditentukan oleh pelanggan dan pengalaman mereka terhadap produk atau jasa.

Loyalitas pelanggan juga dapat terbentuk dari Kepuasan yang dirasakan adalah perasaan senang ataupun kecewa yang muncul setelah menggunakan produk tersebut. Pelanggan akan merasa senang dan kecewa setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang difikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Dalam artian lain, seseorang akan merasa puas apabila

⁵ <https://www.alexa.com/siteinfo/muslimdaily.net>. Di akses pada tanggal 15 februari 2020

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Principles Of Marketing* (New Jersey: Preason Pretince Hall, 2014), 25

⁷ Ibid, 283

hasil yang didapat minimal mampu memenuhi harapannya sedangkan seseorang merasa tidak puas apabila hal yang didapat tidak dapat memenuhi harapannya. Kepuasan seseorang yang dirasakan akan memberikan dampak terhadap perilaku pengguna kembali secara terus menerus sehingga terbentuklah loyalitas.⁸

Melihat fenomena tersebut, hal ini dimanfaatkan oleh para industri *fashion* yang dapat melihat keuntungan dari fenomena tersebut, maka dari itu lahirlah berbagai merk-merk hijab yang saling bersaing dalam mengukuhkan merknya di posisi paling teratas pasar *fashion* hijab.

Zoya adalah salah satu brand ternama yang berpusat di Bandung dan telah memiliki lebih dari 144 cabang pada 64 kota di Indonesia. Zoya berdiri pada tahun 2005 sebagai alternatif busana muslim berkualitas dan *up-to-date*.⁹ Zoya hadir dengan produk unggulan hijab, yaitu dengan perbandingan 70:30 dengan busana muslim.

Zoya melengkapi muslimah Indonesia dengan berbagai jenis busana yang selalu mengikuti trend dunia, tak hanya bergaya modis, customer dapat memiliki produk zoya yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Dengan mengutamakan desain gaya yang ringan dan penuh warna, Zoya dapat mempertegas kecantikan penggunanya yang ditargetkan kepada wanita berusia 18 tahun keatas. Zoya Store cabang Kediri berdiri sejak bulan Maret Tahun

⁸ Tri Ulfa Wardani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek Pada Mahasiswa FEBI UIN Sumatera Utara*, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2017), Skripsi

⁹ <http://media.zoya.co.id> diakses tanggal 25 Februari 2020

2013, dan eksistensinya yang tetap bertahan sampai sekarang sehingga dapat bersaing dengan usaha sejenisnya.¹⁰

Tabel 1.1
TOP BRAND INDEX Kerudung Bermerk

Brand	Tahun 2017	Tahun2018	Tahun 2019
Zoya	39,4%	24,9%	27,2%
Rabbani	26,8%	24,5%	22,3%
Elzatta	2,0%	19,8%	15,5%
Azzura	-	4,6	2,0%

Sumber: <http://www.topbrand.award.com>

Dari data diatas dapat dijelaskan bahwa menurut Survei Top Brand Index Zoya dari tahun 2017 sampai 2019 menduduki paling atas dari brand yang lainnya. Dari tahun 2017 ke tahun 2018 mengalami penurunan sebesar 14,5%. Dari tahun 2018 ke tahun 2019 mengalami kenaikan 2,3%.¹¹

Tabel 1.2
Perbedaan Brand Zoya, Rabbani, Elzatta di Kediri

	Zoya	Rabbani	Elzatta
Produk	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hijab ➤ Busana Muslim ➤ Jeans ➤ Aksesoris ➤ Mukena ➤ Kosmetik ➤ Tunik ➤ Outerwear 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hijab ➤ Busana Muslim ➤ Mukena ➤ Dress ➤ Kaos kaki ➤ Tunik 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Hijab ➤ Busana Muslim ➤ Mukena ➤ Aksesoris ➤ Tunik ➤ Jeans
Harga	Rp. 49.000 – Rp. 600.000	Rp. 65.000 – Rp. 550.000	Rp. 29.000 – Rp. 500.000
Promosi	Iklan, Instagram, Facebook	Iklan, Instagram, Facebook	Iklan, Instagram, Facebook
Tempat	Dalam: luas (10 x 4	Dalam: luas (8x4	Dalam: luas (7x4

¹⁰ Wawancara dengan pengelola Zoya Store Cabang Kediri, tanggal 22 Februari 2020

¹¹ <http://www.topbrand-award.com>, diakses 21 Februari 2020

	m), terdapat 2 lantai Luar: Parkiran luas	m), terdapat 2 lantai Luar: Parkiran sempit	m), terdapat 1 lantai Luar: parkiran luas
--	--	---	--

Sumber data: Wawancara pada Zoya, Rabbani dan Elzatta¹²

Hasil dari tabel 1.2 dapat disimpulkan perbedaan dalam hal produk di zoya, Rabbani dan elzatta, produk yang ditawarkan lebih beragam di Zoya. Dari beragamnya produk tersebut, Zoya kembali melakukan inovasi terhadap produknya seperti: *Zoya hijab* (terdiri dari hijab segi empat motif /scraf dan bergo), *Zoya fashion* (terdiri dari busana muslim, aksesoris dan mukena), *Zoya jeans* (terdiri dari shirt, tunik, dress, outerwear) dan *Zoya home* (terdiri dari manced, jaket, inner) dan *Zoya kosmetik* (terdiri dari produk perawatan wajah dan produk perawatan tubuh).¹³ Selain itu tempat di Zoya Store Cabang Kediri luas dan terdapat 2 lantai serta tempat parkir yang luas sehingga konsumen lebih nyaman saat berbelanja. Berdasarkan hasil kesimpulan yang didapat, maka peneliti memilih Zoya Store Cabang Kediri sebagai objek penelitian.

Produk Zoya mendapatkan labelisasi halal dari lembaga MUI. Produk Zoya mendapatkan serifikat dari MUI sebagai produk jilbab halal pertama di Indonesia, hal ini ditetapkan berdasarkan proses pembuatannya. Produk jilbab Zoya bahan baku utamanya yaitu kain rajut *polyester* yang di produksi oleh PT Shafco Multi Trading telah mendapatkan sertifikat halal oleh MUI.¹⁴

Tabel 1.3

¹² Wawancara dilakukan pada tanggal 19 Februari 2020

¹³ Dian, Pengelola Toko Zoya Store Cabang Kediri, 22 Februari 2020

¹⁴ Intan Kumala Sari, *Penjelasan MUI Soal Kerudung Bersertifikat Halal*, <http://m.detik.com>. Di akses pada tanggal 14 Februari 2020.

Jumlah Mamber Zoya Store Cabang Kediri

No	Tahun	Jumlah Member
1	2016	4953
2	2017	5108
3	2018	5211
4	2019	5359

Sumber: Dokumen Zoya Store Cabang Kediri

Data diatas menunjukkan jumlah member Zoya Store Cabang Kediri padatahun 2016 berjumlah 4953 member. Pada tahun 2017 berjumlah 5108 member. Pada tahun 2018 berjumlah 5211 member. Pada tahun 2019 berjumlah 5359 member. Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun member Zoya Store Cabang Kediri mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan terhadap 40 responden. Berikut daftar pengunjung member Zoya Store Cabang Kediri:

Tabel 1.4

Data Transaksi Member Tahun 2019 Zoya Store Cabang Kediri

Bulan	Jumlah
Januari	287
Februari	248
Maret	324
April	211
Mei	343
Juni	209
Juli	292
Agustus	205
September	278
Oktober	263
November	254
Desember	312

Sumber: Dokumen Zoya Store Cabang Kediri

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dalam tahun 2019 member Zoya yang bertransaksi mengalami fluktuatif setiap bulannya. Transaksi member paling

banyak pada bulan Mei yang mana pada bulan ini mendekati momen hari Raya Idul Fitri.

1.5

Data Pembelian Member Zoya Store Cabang Kediri Tahun 2019

No	Bulan	Nama Produk					
		Hijab	Fashion	Kosmetik	Jeans	Mansed	Inner
1	Januari	119	63	15	34	-	-
2	Februari	150	51	9	46	11	5
3	Maret	143	71	-	47	9	-
4	April	103	48	17	41	-	3
5	Mei	124	43	19	50	6	4
6	Juni	107	36	-	57	9	-
7	Juli	122	52	12	51	-	-
8	Agustus	121	42	5	33	4	-
9	September	115	34	21	35	7	2
10	Oktober	105	25	9	42	-	-
11	November	133	32	6	21	3	2
12	Desember	158	41	16	24	-	-
Jumlah		1500	538	129	481	49	16

Sumber: Dokumen Zoya Store Cabang Kediri

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pada tahun 2019, produk yang banyak diminati member adalah produk hijab sebanyak 1500 transaksi pembelian. Selain itu, produk *fashion* sebanyak 538, produk kosmetik sebanyak 129, produk *jeans* sebanyak 481, produk mansed sebanyak 49, produk inner sebanyak 16.

Tabel 1.6**Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan Konsumen**

No	Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen	Responden
1	Kualitas Produk	23
2	Kualitas Pelayanan	5
3	Emosional	2
4	Harga	6
5	Biaya	4
	Jumlah	40

Sumber: Wawancara pada tanggal 20 Februari 2020

Berdasarkan hasil observasi diatas sebanyak 23 orang memilih kualitas produk, hal tersebut berarti bahwa kualitas produk mendapatkan jumlah terbanyak dibandingkan dengan kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya sehingga peneliti memilih kualitas produk sebagai variabel bebas dalam penelitian ini.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa konsumen Zoya Store Cabang Kediri menurut mereka kualitas produk hijab yang ditawarkan berkualitas bagus dibandingkan dengan produk-produk hijab yang lainnya. Menurut Rizka Handayani (Mahasiswa IIK Kediri), bahwa kualitas produk hijab di Zoya Store Cabang Kediri berkualitas produk, tidak mudah kusut dibandingkan produk hijab lainnya.

Pendapat yang sama juga dikeluarkan oleh Adiba Maulida (Warga Pesantren Kota Kediri). Menurut pendapatnya kualitas produk hijab Zoya Store Cabang Kediri mudah dan nyaman saat dipakai meskipun tanpa di setrika terlebih dahulu.

Menurut Risma Hayati (Warga Banjaran Kota Kediri) dibandingkan produk hijab yang lainnya produk hijab Zoya Store Cabang Kediri tidak mudah rusak meskipun sudah dicuci berkali-kali dan tidak mudah kusut. Di karenakan bahan baku utama yang digunakan yaitu kain rajut *polyester* yang diproduksi oleh PT Shafco Multi Trading yang telah mendapatkan sertifikat halal oleh MUI.

Berdasarkan hasil observasi tersebut, maka peneliti menduka bahwa kualitas produk yang dihasilkan Zoya Store Cabang Kediri menjadi dasar Kepuasan konsumen hijab. Maka peneliti melakukan penelitian di Zoya Store Cabang Kediri dengn judul “ **PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HIJAB (STUDI KASUS PADA MEMBER ZOYA STORE CABANG KEDIRI)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Kualitas Produk Zoya Store Cabang Kediri?
2. Bagaimana Kepuasan Konsumen Zoya Store Cabang Kediri?
3. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Zoya Store Cabang Kediri?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas produk Zoya Store Cabang Kediri
2. Untuk mengetahui kepuasan konsumen Zoya Store Cabang Kediri
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Zoya Store Cabang Kediri

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan

tentang kualitas produk terhadap kepuasan konsumen.

2. Kegunaan secara praktis

a. Bagi Penulis

1. Dengan penelitian ini penulis lebih mengetahui kualitas Produk yang ada di Zoya Store Cabang Kediri. Serta mengetahui permasalahan apa yang terjadi disana.

2. Peneliti dapat mengetahui hal-hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Zoya Store Cabang Kediri.

3. Peneliti dapat mengetahui aktivitas dari seluruh karyawan di dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen di Zoya Store Cabang Kediri.

b. Bagi Zoya Store Cabang Kediri

Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan dan saran-saran terhadap masalah yang dihadapi perusahaan sebagai suatu masukan dan bahan pertimbangan dalam Kualitas Produk terhadap kepuasan konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap masalah penelitian yang sebenarnya masih harus diuji secara empiris.¹⁵ Hipotesis

¹⁵ Sumadi Sukrabat, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 69

tersebut akan ditolak jika ternyata salah dan akan diterima jika fakta-fakta benar, oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 = Tidak ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Zoya Store Cabang Kediri.
2. H_a = Ada pengaruh antara variabel kualitas produk (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) di Zoya Store Cabang Kediri.

F. Telaah Pustaka

1. Penelitian oleh Adhianti LarasPratiwi. Hasil penelitian tersebut menunjukkan pengaruh gaya hidup, citra merk dan atribut produk dengan keputusan pembelian melalui uji regresi linier berganda

$$Y = -11,208 + 0,050 X_1 + 0,379 X_2 + 0,0943 X_3 + e$$

Variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian adalah variabel atribut produk dibandingkan dengan ketiga variabel lainnya.

Hal ini karena atribut peoduk memiliki nilai t-hitung paling besar positif 9,089. Dan gaya hidup adalah variabel yang cenderung paling tidak dominan.

Dalam penelitian ini persamaannya terletak pada metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Untuk perbedaan terletak pada objek penelitian. Objek

penelitian ini dilakukan pada konsumen Zoya di Jakarta Selatan. Sedangkan peneliti yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu pada Zoya Cabang Kediri.¹⁶

2. Penelitian oleh Dedi Nurdiansyah yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung”. Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X_1 (Kualitas Produk) dan variabel X_2 (Harga) mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) dengan persentase pengaruh sebesar 57,5%.

Dalam penelitian ini persamaan terletak pada variabel X_1 yaitu kualitas produk. Untuk perbedaan terletak pada objek penelitian. Objek penelitian ini dilakukan pada pembelian produk sepatu olahraga merek Adidas di Bandar Lampung. Sedangkan peneliti yang akan dilakukan pada pembelian hijab Zoya di Zoya Cabang Kediri.¹⁷

3. Penelitian oleh Miftachul Amilin, dalam skripsinya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri”, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X (Kualitas Pelayanan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Kepuasan Anggota Koperasi) dengan persentase sebesar 16,5% dan sisanya 83,5% di pengaruhi oleh variabel kualitas produk, harga dan promosi.

¹⁶ Adhianti Laras Pratiwi, “ *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merk dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Zoya di Jakarta Selatan*”, (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2017), Skripsi

¹⁷ Dedi Nurdiansyah, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung*, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2016).

Dalam penelitian ini persamaan terletak pada variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Untuk perbedaan terletak pada objek penelitian. objek penelitian ini di lakukan di Koperasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri. Sedangkan peneliti yang akan dilakukan pada Zoya Store Cabang Kediri.¹⁸

¹⁸ Miftachul Amilin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koprasi Syariah Serba Usaha Harum Dhaha Kediri*, Program Studi Ekonomi Stariah Jurusan Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, (Kediri: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri, 2015).