

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Pengertian Kualitas

Kualitas memiliki dua definisi, yaitu konvensional dan strategis. Kualitas dalam definisi konvensional adalah pendeskripsian karakteristik langsung dari produk, yang meliputi kinerja produk, keandalan, estetika, dan kemudahan. Sementara dalam definisi strategis, kualitas merujuk pada segala hal yang berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.<sup>11</sup> Menurut Kotler dan Keller, kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.<sup>12</sup> Sejalan dengan itu, kualitas memiliki makna yang berhubungan dengan pemenuhan kepuasan pelanggan dan berupaya untuk mencapai perubahan positif dan berkesinambungan. Kualitas bermula dari adanya keinginan atau kebutuhan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap kepuasan yang didapatkan.<sup>13</sup> Dari pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas yaitu usaha untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan.

---

<sup>11</sup> Achmad Safrizal Yafie, dkk., "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffe Studio Malang), *Jurnal Administrasi Bisnis* 35, no.2 (2016) : 13.

<sup>12</sup> Philip Kotler dan K.L.Keller, *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2, (Jakarta : PT. Indeks, 2016), 143.

<sup>13</sup> Philips Kotler and K.L.Keller, *Marketing Management*, 14th ed. (Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia, 2012).

## B. Pengertian Pelayanan

Definisi pelayanan menurut Atep Adya Barata merupakan daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis sering kali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat pelanggan.<sup>14</sup> Sedangkan pelayanan menurut Kotler ialah setiap kegiatan atau tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.<sup>15</sup> Pelayanan yang berkualitas tercermin dari sikap atau karyawan yang melayani pelanggan secara memuaskan. Dalam mencapai pelayanan yang unggul tidaklah mudah, namun tetap dilakukan dengan baik dan maksimal, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan manfaat terutama dalam kepuasan, loyalitas pelanggan, dan memberikan persepsi yang baik. Demi mencapai hasil yang unggul, setiap karyawan harus memiliki ketrampilan tersebut, diantaranya berpenampilan baik dan ramah, serta memperlihatkan semangat bekerja dan siap melayani keinginan dan kebutuhan konsumen.<sup>16</sup> Menurut Freddy Rangkuti, pelayanan adalah pekerjaan untuk memenuhi asumsi dan perspektif pelanggan yang dapat mendorong perasaan puas.<sup>17</sup> Dalam hal pelayanan yang diperoleh pembeli melampaui asumsi pelanggan, pelayanan tersebut dapat dikatakan sebagai pelayanan yang layak atau

---

<sup>14</sup> Atep Adya Barat, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, (Jakarta: Elex media Komputindo, 2014), 23.

<sup>15</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Millenium, Jilid 2, (Jakarta : PT. Prenhallindo, 2002), 83.

<sup>16</sup> Fandy Tjiptono dan Candra Gregorius, *Service Quality dan Satisfisfaction 4*, (Yogyakarta: Andi, 2016), 199.

<sup>17</sup> Freddy Rangkuti, *Customer service Satisfaction & Call Canter*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), 6.

optimal. Akan tetapi, jika pelayanan yang diperoleh lebih rendah dari asumsi pembeli, pelayanan tersebut dikatakan buruk. Oleh karena itu, baik atau tidaknya pelayanan bergantung pada kemampuan penyedia layanan untuk memenuhi asumsi pembeli.

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah suatu pendekatan untuk melayani, membantu, merencanakan, mengurus, menyelesaikan kebutuhan dan persyaratan konsumen secara perorangan atau dalam kelompok yang memenuhi atau melampaui asumsi konsumen.

### **C. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menurut Fandy Tjiptono yaitu sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.<sup>18</sup> Menurut Kotler dalam Etta Mamang Sangadji menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.<sup>19</sup> Kualitas pelayanan pada dasarnya adalah sikap konsumen atau pelanggan dari pandangan tentang layanan yang nyata diterima oleh mereka dengan harapan yang akan diterimanya. Apabila pelayanan yang diberikan bisa membuat pelanggan puas sesuai harapan mereka maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Fandy Tjiptono, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2017), 180.

<sup>19</sup> Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Andi, 2013), 99.

<sup>20</sup> *Ibid.*, 3.

Definisi di atas, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah bentuk aksi yang diberikan oleh penyedia jasa atau produk bagi pelanggannya, berdasarkan ekspektasi dan persepsi pelanggan atas pelayanan nyata yang akan diterima. Tujuannya agar pelayanan yang diberikan tidak jauh beda dengan harapan konsumen.<sup>21</sup> Kualitas pelayanan merupakan suatu tindakan yang seharusnya dilakukan oleh sebuah perusahaan agar bisa bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan dari pelanggan, dimana dengan kemajuan teknologi sekarang ini yang mengakibatkan persaingan semakin ketat. Demi menciptakan ikatan hubungan yang kuat untuk jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan dibutuhkan suatu dorongan untuk menciptakan sebuah kualitas. Dengan begitu perusahaan dapat menciptakan persepsi yang baik pula pada konsumen.

#### **D. Indikator Kualitas Pelayanan**

Dalam memberikan pelayanan, standart kualitas pelayanan menjadi komponen penting tercapainya kualitas pelayanan yang baik, ditunjukkan oleh Philip Kotler sebagai berikut :<sup>22</sup>

##### **1. Keandalan (*Reliability*)**

Sebuah pelayanan yang diberikan oleh penyedia produk kepada pelanggan yang sesuai dengan yang mereka janjikan merupakan kemampuan. Pelanggan cenderung lebih memilih suatu produk berdasarkan persepsi dan kepastian yang dijanjikan oleh perusahaan

---

<sup>21</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, (Yogyakarta: Andi, 2015), 140.

<sup>22</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, (Jakarta: Erlangga), 284

yang bersangkutan. Maka dari itu, kinerja dan layanan yang diberikan harus sesuai dengan harapan dan kepastian yang diberikan sejak awal, dengan cara memberikan pelayanan dengan tepat waktu dan tidak membeda-bedakan, serta akurasi yang tinggi guna mencapai harapan dan keandalan yang diinginkan.

Kemampuan dalam melaksanakan jasa yang diperjanjikan dengan terpercaya dan akurat, yang mana pelayanan dapat dikatakan baik apabila perjanjian tersebut dapat dicapai secara akurat sehingga dapat menumbuhkan kepercayaan pada pelanggan. Selain itu, karyawan dapat terbuka dalam penyelesaian masalah kepada konsumen. Apabila pelayanan yang diberikan handal, tanggungjawab, jujur, dan karyawan sopan serta ramah maka membuat konsumen merasa sangat dihargai.

## 2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Suatu aksi dalam memberikan pelayanan yang sigap, cepat, dan tepat merupakan sebuah daya tanggap. Informasi yang disampaikan pun juga harus tepat dan jelas. Selain itu, kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan termasuk dalam profesionalitas. Seseorang dikatakan profesional, apabila dirinya dapat bekerja sesuai dengan keahlian dan kemampuan yang dimiliki. Kepercayaan yang akan diberikan kepada konsumen merupakan suatu amanat yang apabila disia-siakan akan berdampak terhadap ketidak stabilan dan kemerosotan sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

### 3. Kepastian dan Jaminan (*Assurance*)

Hal yang harus diperhatikan oleh pekerja untuk meningkatkan kepercayaan konsumen merupakan sebuah kepastian dan jaminan, dapat berupa kesopanan, pengetahuan, dan kemampuan dalam berkomunikasi yang mana dapat menumbuhkan dan meningkatkan kepercayaan. Jika pemberi layanan memberikan sikap tanggap, sopan santun dan kelembahlembutan maka akan meningkatkan persepsi positif bagi konsumen. Perusahaan dalam memberikan pelayanan dituntut untuk memperhatikan etika berkomunikasi, agar tidak melakukan manipulasi dalam menawarkan produk, yang terpenting tidak melanggar dalam hal bermuamalah.

### 4. Empati atau berpihak pada pelanggan (*Empaty*)

Sikap pegawai dalam memberikan perhatian yang tulus secara individu kepada pelanggan disebut juga empati. Tujuannya untuk memberikan rasa peduli dan mampu memahami kritik maupun saran yang disampaikan oleh konsumen. Sikap ini ditumbuhkan guna memperlihatkan bahwa kepentingan konsumen pada posisi tertinggi. Sikap empati ini merupakan wujud perhatian yang membuat konsumen merasa kebutuhannya terpenuhi karena dilayani dengan sangat baik.

### 5. Bukti fisik (*Tangible*)

Bukti fisik merupakan hal yang sangat penting guna mengetahui kualitas pelayanan. Hal ini berupa, kemampuan perusahaan dalam memperlihatkan eksistensinya. Contoh nyatanya berupa sarana dan

prasarana yang disediakan, yakni berupa perlengkapan dan peralatan, serta penampilan pegawainya. Performa dan keahlian, fasilitas serta prasarana fisik yang ditunjukkan sebagai sebuah layanan jasa merupakan bukti terpercaya dari sebuah pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

#### **E. Tujuan Pelayanan**

Dalam menawarkan pelayanan yang layak kepada pelanggan, jelas sebuah organisasi memiliki tujuan untuk menawarkan pelayanan ini. Targetnya adalah sebagai berikut:

1. Menumbuhkan kepercayaan pelanggan kepada produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Menghindari terjadinya keluhan pelanggan.
3. Menciptakan kepuasan dan kepercayaan pelanggan.
4. Menjaga supaya pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
5. Mempertahankan pelanggan.

#### **F. Ciri-ciri Pelayanan Yang Baik**

Berikut ini beberapa pelayanan yang baik yang harus dipenuhi dan diikuti oleh perusahaan antara lain :<sup>23</sup>

1. Memiliki karyawan yang baik, merupakan faktor penentu utama kesuksesan perusahaan selama melayani pelanggan. Mereka dituntut harus cepat tanggap, memiliki kemampuan berkomunikasi, memahami kebutuhan pelanggan, dan memberikan kepercayaan serta

---

<sup>23</sup> Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2011), 308-310

menyenangkan. Hal tersebut dapat memikat dan mengambil hati pelanggan, sehingga pelanggan merasa tertarik.

2. Bertanggung jawab, seorang karyawan yang baik harus memiliki tanggung jawab kepada setiap pelanggan dari awal hingga selesai. Jika karyawan melayani pelanggan dengan tanggung jawab terhadap pelayanan yang diinginkan maka mereka akan merasa puas.
3. Tersedia sarana dan prasarana, hal ini juga harus diperhatikan oleh perusahaan mengenai kelengkapan sarana dan prasarana agar membuat pelanggan betah nah merasa nyaman.
4. Mampu melayani secara cepat dan tepat, seorang karyawan dalam melayani pelanggan dituntut secara tepat dan tepat tanpa membuat kesalahan.
5. Memberikan jaminan kepastian sebagai ukuran kepercayaan pelanggan kepada perusahaan.

#### **G. Kualitas Pelayanan dalam Islam**

Dalam perspektif Islam kualitas pelayanan merupakan usaha memberikan pelayanan terbaik, memuaskan, dan berkualitas. Islam mengajarkan pada umatnya untuk memberikan segala sesuatu yang baik dan terdapat manfaat di dalamnya. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dapat menjalin silaturahmi antar sesama yakni perusahaan dengan pelanggan. Memberikan pelayanan yang terbaik bukan hanya semata-mata untuk melakukan bisnis atau mendapatkan keuntungan diantara perusahaan dengan pelanggan saja, namun menyelaraskan hubungan *hablum minallah*

dalam mencari dan mendapatkan keridhaan Allah dalam melakukan suatu pekerjaan. Sebagaimana firman Allah SWT Pada surat Al-Baqarah ayat 267:

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

Artinya : “Wahai orang-orang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang bail-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji”.<sup>24</sup>

Allah SWT memerintahkan hamba-Nya untuk menginfakkan sebagian dari apa yang mereka dapatkan dalam berniaga, dan sebagian dari apa yang mereka panen dari tanaman seperti biji-bijian maupun buah-buahan. Hal ini mencakup zakat uang maupun semua perdagangan yang akan diperjual belikan. Termasuk dalam ayat di atas, infak yang wajib maupun sunnah. Allah SWT memerintahkan untuk memilih yang terbaik dan tidak memilih yang buruk lagi hina untuk di sedekahkan kepada Allah, seandainya mereka memberikan barang yang demikian kepada orang-orang yang berhak menerima, pasti mereka pun tidak diridhoi kecuali dengan kedongkolan dan

<sup>24</sup> Q.S Al-Baqarah ayat 267. <https://tafsirweb.com/1033-surat-al-baqarah-ayat-267.html>

memicingkan mata. Dari penjelasan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa penting memberikan barang dan jasa yang berkualitas, karena akan berdampak baik pula bagi pelanggan dan juga perusahaan. Selain itu juga dijelaskan bahwa suatu perusahaan tidak boleh melakukan manipulasi terhadap produk maupun jasa yang dipasarkan agar tercipta transaksi bermuamalah yang transparan.

Pelayanan dalam sebuah bisnis Islam tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan keterampilan yang bagus. Terdapat nilai-nilai Islam dalam memberikan sebuah pelayanan yang sesuai dengan konsep Islam diantaranya sebagai berikut :<sup>25</sup>

1. *Shidiq* (Jujur)

Yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan mempermainkan kualitas, karena hal itu akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Dalam suatu pelayanan harus memiliki sifat jujur pada pelanggan. Selain itu kreatif, berani, dan percaya diri juga mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru. Kejujuran sebagai

---

<sup>25</sup> Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Syari'ah Dalam Praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2008), 56.

dasar dari apa yang diucapkan, keyakinan dan perbuatan yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>26</sup>

Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ  
عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحْلِيِّ الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.”<sup>27</sup>

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia harus memenuhi aqad atau perjanjian menjadi hamba yang setia terhadap Allah. Hal ini juga sependapat bila seseorang melakukan aqad atau perjanjian dalam memberikan pelayanan, harus memberikan sesuai dengan peraturan dalam memberikan pelayanan. Dalam Islam sendiri bersikap jujur disemua hal sangat perlu dan penting di lakukan. Termasuk dalam memberikan pelayanan harus bersikap jujur terhadap pelanggan atau konsumen, hal ini sesuai dengan sifat Rasulullah yang tidak pernah berbohong (al-kadzib) dalam segala aspek. Hal tersebut dapat dijadikan pedoman dan akan fatal akibatnya jika tidak bersikap jujur dalam memberikan pelayanan, akan membuat pelanggan atau konsumen tidak

<sup>26</sup> M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Jakarta : Alfabeta, 2010), 25.

<sup>27</sup> Q.S Al-Maidah ayat 1 . <https://tafsirq.com/5-al-maidah/ayat-1>

percaya kembali dengan pelayanan yang diberikan dan membuatnya kecewa.

## 2. *Fathonah* (Profesional)

Profesional adalah sikap bekerja keras, tekun, dan maksimal juga bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaan tersebut. Sikap profesionalisme dalam bekerja selaras dalam Al-Qur'an surat Al-Isra' ayat 84 :

فُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya : Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.<sup>28</sup>

Dalam ayat di atas menjelaskan bahwa, manusia harus menjalankan dan melakukan pekerja sesuai dengan kemampuan dan profesinya agar dapat menghasilkan sebuah hasil yang maksimal dan berkualitas. Sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang menguasai bidang tersebut agar meminimalisir terdapat permasalahan di kemudian hari dan juga dapat memberikan rasa percaya dan aman. Disamping itu juga untuk memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas dalam melakukan bisnis atau pekerjaan tersebut juga harus menyeimbangkan dengan tetap menjalankan apa yang sudah ditentukan oleh agama Islam.

---

<sup>28</sup> Q.S Al-Isra' ayat 84 . <https://tafsirq.com/17-al-isra/ayat-84>

### 3. *Tabligh* (Kesopanan dan keramahan)

*Tabligh* disini mempunyai arti yakni mudah menjalin komunikasi (komunikatif) dan argumentatif. Memberikan kesan sopan dan ramah terhadap pelanggan atau konsumen dan memberikan nilai lebih atas pelayanan yang diberikan.

Dalam Al-Qur'an Allah berfirman surat Thaha ayat 44 :

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْسَ لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ

Artinya : “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut.”<sup>29</sup>

Penjelasan dari ayat di atas bahwa dalam berkata kepada siapapun seharusnya berbicara dengan lemah lembut dan sopan. Dalam hal ini, setiap karyawan harus mempunyai sikap komunikatif terhadap pelanggan atau konsumen agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik. Bersikap sopan santun, lemah lembut dan penuh rasa tanggung jawab terhadap pekerjaannya merupakan suatu hal yang penting dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dan dapat memenuhi harapan dari pelanggan atau konsumen tersebut.

### 4. *Amanah* (Dapat dipercaya)

Yakni suatu sikap tanggung jawab dan dapat dipercaya dalam setiap pekerjaan yang dilakukannya. Dalam hal ini *amanah* adalah menepati janji dengan keterbukaan kejujuran, pelayanan yang maksimal,

---

<sup>29</sup> Q.S Thaha ayat 44 . <https://tafsirq.com/20-ta-ha/ayat-44>

berkualitas dan yang terbaik. Sifat ini penting dimiliki oleh setiap orang, terlebih lagi mereka yang pekerjaannya berhubungan dengan memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen. Di dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa jika seorang mendapatkan amanah harus menyampaikan amanah tersebut dengan jujur, hal ini sesuai dengan ayat Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 58 :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۗ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mendengar lagi Maha Melihat”<sup>30</sup>

Ayat di atas menjelaskan tentang bahwa setiap manusia harus bersikap amanah dalam menyampaikan pesan. Dalam Islam anjuran bersikap amanah penting dilakukan tidak hanya dalam menyampaikan pesan atau dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen.

Dari keseluruhan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dalam sebuah bisnis Islami dilandasi beberapa sifat Allah

<sup>30</sup> Q.S An-Nisa' ayat 58 . <https://tafsirq.com/4-an-nisa/ayat-58>

SWT yang meliputi *Shidiq* (Jujur), *Fathonah* (Profesional), *Tabligh* (Kesopanan dan keramahan), *Amanah* (Dapat dipercaya). Sebuah perusahaan harus menanamkan sifat jujur kepada seluruh personal yang terlibat dalam perusahaan tersebut. Dengan demikian untuk memberikan pelayanan berkualitas dalam bisnis, penting untuk mematuhi hal tersebut. Sebagai pedoman bagi pengusaha untuk berbuat baik kepada diri sendiri, rekan-rekan mereka, lingkungan dan tidak pernah lalai untuk beribadah kepada Allah.

#### **H. Loyalitas Pelanggan**

Kata ‘loyal’ dari loyalitas berarti setia atau patuh. Loyalitas dapat diartikan sebagai kepatuhan atau kesetiaan.<sup>31</sup> Loyalitas lebih merujuk pada suatu perilaku dalam melakukan pembelian secara berulang yang didasarkan pada pengambilan keputusan.<sup>32</sup> Loyalitas menurut Lovelock dan John dalam Thunagasal & Siagian merupakan suatu keputusan yang diambil seorang konsumen untuk tetap berlangganan pada suatu produk maupun jasa dalam waktu tertentu, yang mana dapat dilihat dari berapa sering ia melakukan pembelian ulang dan merekomendasikannya kepada orang lain.<sup>33</sup>

---

<sup>31</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi Kelima, (Jakarta: Kemendikbud, 2017), 809.

<sup>32</sup> Ratih Hurriyati, Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Cetakan ke-4, (Bandung: CV. Alfabeta, 2015), 128.

<sup>33</sup> Amina Sukma Dewi and Enny Anggraeni, “Analisis Harga, Kepuasan Konsumen, dan Loyalitas Konsumen Produk Fashion”, *Jurnal Fokus Manajerial* 13, no.2 (2015): 113.

Menurut pendapat Griffin, loyalitas pelanggan merupakan pelanggan yang sangat puas dengan dengan produk atau jasa sehingga memiliki antusias untuk memperkenalkannya kepada orang yang dikenal.<sup>34</sup> Loyalitas pelanggan juga diartikan bahwa dimana keadaan para pelanggan yang memiliki persepsi positif pada produk maupun jasa yang ditawarkan dengan ciri khas yang dimilikinya.<sup>35</sup>

Menurut Dick & Basu dalam Kotler, ada empat jenis loyalitas pelanggan antara lain :

1. *No Loyalty*, Pelanggan tipe ini adalah pelanggan yang jarang sekali kembali untuk belanja di tempat yang sama untuk kedua kalinya.
2. *Spurious Loyalty*, Pelanggan tipe ini biasanya membeli sesuatu karena suatu kebiasaan
3. *Latent Loyalty*, Pelanggan tipe ini memiliki minat beli yang rendah terhadap suatu barang/jasa.
4. *Loyalty*, Pelanggan tipe ini cenderung bangga dengan apa yang telah dibeli dan digunakan, bahkan tidak sedikit mereka merekomendasikan barang tersebut kepada orang terdekatnya.<sup>36</sup>

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa loyalitas pelanggan ialah dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya,

---

<sup>34</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty: How To Learn It, How To Keep It*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 31.

<sup>35</sup> Silviana Melda Kolo and Gede Sri Darma, "Faktor-Faktor Terpenting Yang Mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pengguna Jaringan 4G di Denpasar", *Jurnal Manajemen Bisnis* 17, no.1 (January 22, 2020).

<sup>36</sup> Mashuri, Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Juni 2020 Vol.9 No.1 : 54-64, 56.

khususnya yang membeli secara berulang-ulang, dan memiliki komitmen serta sikap positif pada perusahaan yang menawarkan produk dan jasa.

### **I. Indikator Loyalitas Pelanggan**

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari indikator yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :<sup>37</sup>

1. Melakukan pembelian produk atau jasa secara teratur atau berulang
2. Melakukan pembelian produk lain yang ditawarkan oleh tempat yang sama
3. Merekomendasikan produk yang dibeli kepada orang lain yang dikenal
4. memperlihatkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing

### **J. Loyalitas Pelanggan dalam Perspektif Islam**

Dalam Islam loyalitas disebut al-wala'. Secara etimologi istilah al-wala' bermakna menolong, mencintai, mengikuti, dan mendekatkan pada sesuatu. Terjadinya loyalitas pelanggan mengacu pada ajaran Islam, yaitu aktivitas muamalah yang bermanfaat saling menguntungkan seluruh pihak. Karena terpenuhinya hak dan kewajiban merupakan penerapan nilai-nilai Islam. Menurut Islam, produk konsumen adalah berdaya guna yang berarti dapat dikonsumsi, bermanfaat, dan bernilai guna. Produk konsumen tersebut meliputi kualitas, keistimewaan, desain, gaya, keanekaragaman, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, dan jaminan. Seorang pelanggan loyal jika mendapatkan produk yang sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan

---

<sup>37</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2010), 130.

melebihi harapannya maka pelanggan tersebut akan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Pelanggan yang puas terhadap produk yang dikonsumsi akan memicu sikap untuk merekomendasikannya kepada orang lain yang mereka kenal, sehingga akan berlangganan dalam jangka panjang.<sup>38</sup> Al-Qur'an memberi petunjuk dalam berbisnis agar tercipta hubungan yang harmonis dan saling ridha. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS.An-Nisa' ayat 29:<sup>39</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۖ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh Allah Maha Penyayang kepadamu”.

Ayat di atas menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Nabi Muhammad SAW pun senantiasa menunjukkan rasa tanggungjawab yang besar dan integritas tinggi dalam berbisnis. Beliau melakukan prinsip manajemen bisnis modern, yaitu kepuasan pelanggan, pelayanan yang unggul, efisiensi, transparansi, persaingan yang sehat dan

<sup>38</sup> M. Suyanto, *Muhammad Business Strategy and Ethics*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2011), 266.

<sup>39</sup> Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 185

kompetitif. Dalam menjalankan bisnis, beliau selalu menerapkan prinsip kejujuran dengan cara menjelaskan keunggulan dan kelebihan produk yang dijualnya.<sup>40</sup> Dari ayat di atas, dijelaskan bahwa pentingnya berperilaku jujur dan tidak melakukan kecurangan dalam jual beli. Sebagai konsumen seorang muslim, lebih baik mendahulukan bertransaksi bersama orang muslim. Dan melakukan transaksi jual beli terbuka akan membuat konsumen merasa puas dan perusahaan akan mendapatkan pelanggan yang loyal sehingga menambah keuntungan yang diperoleh.

---

<sup>40</sup> Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2016), 306.