

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Penerapan Kualitas Pelayanan Berbasis Etika Bisnis Islam dan Atribut Produk Syariah dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen (Studi pada Restoran Ayam Geprek Sa’i Beji Kabupaten Tulungagung)” ini ditulis oleh Siti Zaimah , NIM. 12402193067, pembimbing Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pertumbuhan industri yang meningkat, dimana pada kenyataannya tidak sedikit perusahaan yang merasa bingung untuk membuat kepuasan konsumen. Untuk itu, diperlukan strategi agar kepuasan konsumen tercipta sehingga dapat bersaing dengan perusahaan sejenis. Adapun strategi yang dapat digunakan yaitu dengan penerapan kualitas pelayanan yang berbasis etika bisnis Islam dan atribut produk syariah, dengan begitu kepuasan konsumen dapat meningkat dan tujuan perusahaan dapat tercapai.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: 1. Bagaimana Penerapan Kualitas Pelayanan Berbasis Etika Bisnis Islam Pada Restoran Ayam Geprek Sa’i Beji Kabupaten Tulungagung? 2. Bagaimana Penerapan Atribut Produk Syariah Pada Restoran Ayam Geprek Sa’i Beji Kabupaten Tulungagung? 3. Bagaimana Peningkatan Kepuasan Konsumen Atas Penerapan Kualitas Pelayanan Berbasis Etika Bisnis Islam Dan Atribut Produk Syariah Pada Restoran Ayam Geprek Sa’i Beji Kabupaten Tulungagung?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Sumber data diperoleh dari data primer. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan *Credibility, Transferability, Dependability, Confirmability*.

Hasil penelitian ini menunjukkan 1. Penerapan kualitas pelayanan berbasis etika bisnis Islam di Restoran Ayam Geprek Sa’i Beji Kabupaten Tulungagung ditunjukkan dengan pemilihan lokasi yang strategis, kebersihan yang terjaga, pelayanan yang berkisar 30 detik- 5 menit, penampilan karyawan yang rapi sopan dan menutup aurat serta tetap mengutamakan ibadah ditengah kesibukan pekerjaannya. 2. Penerapan atribut produk syariah diwujudkan dengan pemilihan bahan-bahan yang berkualitas dan sudah bersertifikat MUI, menawarkan aneka produk dan paket promo yang menarik, penentuan desain, kemasan dan label yang sudah ditentukan oleh pusat dan memiliki merek dagang yang sudah terdaftar dalam Pangkalan Data Kekayaan Intelektual (PDKI). 3. Peningkatan kepuasan konsumen yang ditunjukkan dengan peningkatan penjualan setiap bulannya yang dibuktikan kesesuaian harapan konsumen, minat berkunjung kembali dan ketersediaan merekomendasikan ke orang terdekat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Etika Bisnis Islam, Atribut Produk Syariah, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

This thesis entitled Application of Service Quality Based on Islamic Business Ethics and Sharia Product Attributes in Increasing Consumer Satisfaction (Study at Geprek Sai Beji Chicken Restaurant, Tulungagung Regency) was written by Siti Zaimah, NIM. 12402193067, supervised Dr. Binti Nur Asiyah, M.Si.

This research is motivated by the increasing industrial growth, where in fact not a few companies feel confused to make customer satisfaction. For this reason, a strategy is needed so that customer satisfaction is created so that it can compete with similar companies. The strategy that can be used is the implementation of service quality based on Islamic business ethics and sharia product attributes, so that customer satisfaction can increase and company goals can be achieved.

The formulation of the problem in this study is: 1. How is the Implementation of Service Quality Based on Islamic Business Ethics at the Geprek Sai Beji Chicken Restaurant, Tulungagung Regency? 2. How is the application of Islamic product attributes in the Sai Beji Geprek Chicken Restaurant, Tulungagung Regency? 3. How to Increase Consumer Satisfaction with the Implementation of Service Quality Based on Islamic Business Ethics and Sharia Product Attributes at the Geprek Sai Beji Chicken Restaurant, Tulungagung Regency?

This study uses a qualitative approach with a case study type of research. Source of data obtained from primary data. Data collection techniques were carried out by interviews, observation, and documentation. Test the validity of the data using Credibility, Transferability, Dependability, Confirmability.

The results of this study indicate 1. the application of service quality based on Islamic business ethics at the Ayam Geprek Sa'i Beji Restaurant, Tulungagung Regency, indicated by the selection of strategic locations, maintained cleanliness, service ranging from 30 seconds to 5 minutes, appearance of employees who are neat, polite and cover their genitals and still prioritize worship in the midst of busy work. 2. The application of sharia product attributes is realized by selecting quality ingredients and having been certified by the MUI, offering a variety of attractive products and promo packages, determining designs, packaging and labels that have been determined by the center and have trademarks that have been registered in the Intellectual Property Database (Intellectual Property Database). PDKI). 3. Increased consumer satisfaction as indicated by an increase in sales each month as evidenced by conformity to consumer expectations, interest in revisiting and availability to recommend to those closest to them.

Keywords: Service Quality, Islamic Business Ethics, Sharia Product Attributes, Consumer Satisfaction