

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi yang semakin berkembang, banyak para pelaku bisnis yang berlomba memasuki pasar untuk mendapatkan bahan produk yang memiliki kualitas terbaik. Persaingan antar perusahaan dan kompetitor lain berkembang semakin pesat. Semakin tinggi tingkat persaingan dalam suatu industri, pelaku usaha harus mampu memenuhi pasar yang terus berubah. Pelaku usaha harus mampu mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang dari target konsumen. Memahami potensi pasar perlu dilakukan untuk mengembangkan peluang usaha yang maksimal. Untuk memastikan kesuksesan produk, perlu memahami mengapa pelanggan menginginkan produk dan fitur yang dibutuhkan.<sup>2</sup>

Semakin meningkatnya angka permintaan, sejumlah besar bisnis muncul untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dengan banyaknya produsen yang memasuki pasar, maka konsumen akan memiliki banyak pilihan untuk kebutuhan mereka. Nilai bisnis dapat ditingkatkan melalui beberapa faktor terkait dengan layanan pelanggan, diferensiasi produk, dan pemasaran. Pemasaran mencakup semua strategi bisnis yang akan menghasilkan, menyebarluaskan, dan mengubah persepsi sasaran pasar.

---

<sup>2</sup> Wulandari, "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Pembelian Produk Kosmetik", *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, Vol 02 No. 03 (2018), hal. 2

Dalam menjalankan bisnis, Islam mengajarkan untuk senantiasa mengikuti teladan yang diajarkan oleh Nabi Muhammad serta mempertimbangkan konsep yang relevan. Seseorang harus mampu membuka bisnis dengan fokus pada integritas, keandalan, keterbukaan, dan keramahan. Kemudian mengintegritaskan moralitas dan empat sifat wajib Rasul (Sidiq, Amanah, Tabligh, Fatanah).<sup>3</sup> Hal ini sejalan dengan prinsip Islam yang menekankan keadilan, kepuasan, dan tanggungjawab dalam berbisnis. Islam mengajarkan bahwa kepuasan konsumen adalah salah satu bentuk implementasi nilai-nilai etika berbisnis, seperti jujur, amanah, dan memenuhi setiap hak konsumen.

Konsumen merupakan orang yang mengonsumsi barang dan jasa. Konsumen akan mengalokasikan anggaran mereka dengan cara mengonsumsi sesuatu yang bermanfaat. Kegiatan konsumsi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia, baik kebutuhan lahir maupun batin. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari pandangan Islam. Keimanan menjadi tolak ukur penting dalam perilaku, gaya hidup, serta sikap kepada sesama manusia. Keimanan mempengaruhi sifat, kuantitas, serta kualitas konsumsi baik dalam material maupun spiritual. Keimanan memberikan saingan moral dalam membelanjakan harta dan memotivasi pemanfaatan sumber daya untuk hal yang positif.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Hardiati, "Etika Bisnis Rasulullah SAW sebagai Pelaku Usaha Sukses dalam Perspektif Maqasid Syariah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 02 No. 03 (Agustus 2021), hal. 153

<sup>4</sup> Suyoto Arief & Yusuf Alfarizy, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Syariah terhadap Kepuasan Konsumen", *Jurnal of Islamic Economics and Philanthropy (JIEP)*, Vol 02 No. 03 (Agustus 2019), hal. 404

Kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan, baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, promosi, harga, lokasi, serta biaya.<sup>5</sup> Pada penelitian ini, fokus penelitian yang akan diambil yaitu kualitas produk, promosi, serta kualitas pelayanan. Dalam persaingan usaha, kepuasan konsumen merupakan hal penting untuk menarik konsumen melakukan pembelian kembali. Untuk menarik konsumen membeli kembali produk, maka dibutuhkan adanya kualitas produk yang bermutu, kualitas pelayanan yang baik, serta promosi yang efektif sehingga mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan dipandang sebagai salah satu komponen yang perlu diwujudkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh mendatangkan pelanggan atau konsumen baru serta dapat mengurangi konsumen lama. Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan dapat diketahui dengan membandingkan persepsi konsumen tentang layanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan secara islami sangat diperlukan serta berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. konsumen akan merasa puas dan senang apabila dilayani secara baik, jujur, dan bertanggung jawab. Islam mengajarkan bahwa untuk menghasilkan hasil bisnis yang

---

<sup>5</sup> Mimi SA & Khairina Natsir, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Apartemen Mediterania Garden Residence di Jakarta barat" *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 2 No. 1 (April, 2018), hal. 171

baik, maka perusahaan harus memberikan kualitas yang baik kepada konsumen.<sup>6</sup>

Selain kualitas pelayanan, kegiatan promosi juga menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan strategi penjualan. Promosi menjadi sebuah alat perusahaan untuk menjualkan produknya. Promosi dapat diartikan sebagai sebuah upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli. Tujuan utama dari promosi adalah untuk meningkatkan penjualan dengan menginformasikan, membujuk dan memberikan pengaruh untuk membeli suatu produk.<sup>7</sup> Penilaian konsumen terhadap promosi baik secara langsung maupun tidak langsung akan menciptakan image terhadap suatu produk. Suatu promosi dapat mempengaruhi konsumen jika dilaksanakan dengan baik. Promosi dapat memberikan keuntungan kepada konsumen, dimana konsumen dapat mengatur pengeluarannya menjadi lebih baik karena konsumen dapat melihat informasi terkait produk melalui kegiatan promosi. Namun promosi juga dapat memberikan kerugian, seperti konsumen yang dibujuk untuk membeli suatu barang yang belum tentu dibutuhkannya.

Tujuan kegiatan promosi dapat terwujud dengan melakukan pemilihan strategi promosi dengan tepat. Apabila terjadi kesalahan pemilihan

---

<sup>6</sup> Zuhdan Ady Fataron, "Dampak Kualitas Produk dan Kualitas Layanan pada Loyalitas Konsumen (studi Kasus Bandeng Rozal di Desa Bandengan, Kab. Kendal)" *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 1 No. 1 (2019), hal. 103

<sup>7</sup> Kasino Martowinangun, dkk., "Pengaruh Strategi Promosi terhadap Peningkatan Penjualan di CV. Jaya Perkasa Motor Rancaek Kabupaten Bandung", *Jurnal Co Management*, Vol. 1, No. 2, (2019), hal. 141.

strategi, maka dapat mengakibatkan terjadi pemborosan. Kegiatan promosi memiliki beberapa komponen yang dapat dijadikan acuan untuk menjalankan sebuah usaha. Komponen tersebut diantaranya yaitu dapat melalui komunikasi langsung antara penjual dan calon konsumen. Kemudian melalui pendekatan dengan menggunakan media komunikasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak dalam suatu waktu. Promosi juga dapat dilakukan dengan menggunakan sistem yang interaktif dengan memanfaatkan sebuah media untuk menimbulkan respon dari calon konsumen.

Selain promosi dan kualitas pelayanan, kualitas produk juga merupakan bagian penting dari usaha peningkatan penjualan. Kualitas produk menjadi perhatian utama dari perusahaan, karena berkaitan erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas produk menunjukkan ukuran daya tahan dan ketepatan suatu produk. Kualitas produk diartikan sebagai kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, yang termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan penoperasikan dan reparasi serta atribut produk lainnya. Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk merupakan karakteristik dari suatu produk yang menunjang kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen.<sup>8</sup> Kualitas produk yang baik, akan banyak mendatangkan konsumen yang merasa puas dengan produk barang atau jasa yang diterimanya. Begitu sebaliknya, kualitas produk yang rendah dapat

---

<sup>8</sup> Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*, (Makassar : Global Research and Consulting Insitute : 2017), hal. 31.

membawa konsumen beralih untuk membeli di tempat lain, sehingga kepuasan konsumen sulit dicapai.

Allah berfirman dalam Quran Surah Al-Baqarah ayat 168, yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Q.S. Al-Baqarah 168)<sup>9</sup>*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia diperintahkan untuk senantiasa memanfaatkan apa yang ada di muka bumi. Sesuatu di muka bumi hendaklah dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sesuai dengan porsi kebutuhannya. Seperti negara Indonesia yang memiliki hasil bumi yang sangat melimpah, salah satunya yaitu hasil pertanian. Salah satu tanaman yang mudah tumbuh di Indonesia yaitu tanaman hortikultura. Tanaman hortikultura merupakan salah satu tanaman yang memiliki potensi nilai ekonomi yang sangat besar, terutama untuk menggerakkan roda perekonomian. Tanaman di Indonesia sangat beraneka ragam, salah satunya yaitu buah nanas. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Blitar, hasil buah nanas di Kabupaten Blitar pada tahun 2023 mencapai 832.904 kwintal. Jumlah ini mengalami peningkatan

---

<sup>9</sup> Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an Al-Karim, (Jakarta : Departemen Agama, 2020) hal. 25.

dibandingkan tahun sebelumnya pada tahun 2022 yaitu sebesar 650.038 kwintal.<sup>10</sup>

Di Indonesia tanaman nanas sangat dikenal dan banyak dibudidayakan di tegalan dari dataran rendah sampai dataran tinggi. Varietas nanas yang banyak ditanam masyarakat Indonesia yaitu golongan *Queen*, yang memiliki ukuran tanaman, daun, dan buah yang lebih kecil. Buah nanas yang tumbuh di Indonesia secara umum memiliki ciri daun tepi berduri dengan bobot buah sekitar 0,5 sampai 1 kg. Buah nanas memiliki bentuk buah konikal, mata menonjol, warna kulit kuning, dan memiliki rasa yang manis. Buah nanas merupakan salah satu jenis buah yang mudah rusak dan memiliki umur yang relatif pendek. Buah nanas dapat dipanen saat sudah berumur 12-24 bulan, tergantung dari jenis bibit yang digunakan. Buah nanas memiliki nilai gizi yang tinggi, seperti vitamin A, B, C, protein dan mineral serta mengandung senyawa antioksidan. Nanas merupakan buah yang dapat dikonsumsi dalam bentuk segar maupun dalam bentuk olahan seperti selai, sirup, jus, keripik, manisan, ataupun minuman sari buah nanas. Pengolahan nanas menjadi sebuah produk sangat diperlukan guna dapat menambah nilai jual buah.<sup>11</sup>

PT. Putra Jaya Nanas yang berada di desa Sidorejo Ponggok Blitar merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri pengolahan dan distribusi produksi olahan nanas dalam kemasan. Olahan

---

<sup>10</sup> <https://blitarkab.bps.go.id> diakses pada tanggal 22 Januari 2025

<sup>11</sup> Nurul Solekah, dkk., “Analisis Peramalan Penjualan Minuman Sari Nanas Segarr pada PT. Putra Jaya Nanas di Kabupaten Blitar, Provinsi Jawa Timur”, *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, Vol. 11 No. 1 (Juli 2022), hal. 318.

nanas yang diproduksi yaitu minuman sari buah nanas dengan nama Segarr. PT. Putra Jaya Nanas didirikan pada tahun 2015 oleh Bapak Priadi. PT. Putra Jaya Nanas Segar membuat minuman yang masih belum banyak dipasaran, sehingga kurang adanya kompetisi yang ketat membuat minuman sari buah nanas segarr memiliki peluang yang besar dipasaran. Segementasi pasar dari produk sari nanas adalah semua kalangan masyarakat dan semua usia, untuk persebaran dari pasarnya sendiri adalah menguasai wilayah tempat perusahaan berada yaitu Kabupaten Blitar. PT. Putra Jaya Nanas merupakan perusahaan minuman sari buah nanas pertama yang berdiri di wilayah Blitar dan diberi merk dagang “Segarr”.

PT. Putra Jaya Nanas Segarr memproduksi minuman sari buah nanas berukuran 120 ml dan 150 ml. Pada pertama pendirian sampai saat ini, kualitas produk minuman sari nanas tetap terjaga, meskipun terdapat beberapa kendala seperti kenaikan harga barang tetapi perusahaan tidak merubah takaran bahan-bahan produksi. Produk minuman ini sudah teruji laboratorium dan memiliki keamanan dari dinas kesehatan. PT. Putra Jaya Nanas juga sudah mendapatkan izin untuk menjadi perusahaan perseroan. Strategi penjualan yang digunakan produsen kepada para salesnya dengan penerapan bahwa target penjualan untuk satu minggu adalah 500 dus. PT. Putra Jaya Nanas menjangkau puluhan toko untuk menjual belikan produk minuman tersebut. Sehingga pendistribusian produk ini melebar sampai ke luar daerah dan lebih luas agar dikenal banyak masyarakat. Perusahaan ini berencana untuk menjadikan perusahaan ini sebagai perusahaan tbk.

Berdirinya perusahaan ini berawal dari seorang pemilik lahan nanas yang mengeluhkan banyaknya nanas sotiran yang tidak laku dijual dan hanya terbuang sia-sia. Nanas sotiran tersebut akhirnya dimanfaatkan sebagai peluang usaha dengan cara diolah menjadi minuman sari buah nanas. Berdasarkan informasi, tingkat penjualan minuman sari buah nanas ini terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seperti data dari tabel berikut :

**Tabel 1. 1 Data Penjualan**

| <b>Tahun</b> | <b>Penjualan (dus)</b> |
|--------------|------------------------|
| 2017         | 7.000 dus              |
| 2018         | 171.000 dus            |
| 2019         | 204.080 dus            |
| 2020         | 205.731 dus            |

Sumber : <https://segarr.co.id>

Berdasarkan jumlah terjual tersebut, dapat dilihat bahwa penjualan minuman sari buah nanas mengalami peningkatan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Hal ini tidak terlepas dengan kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, strategi promosi dan kualitas pelayanan yang baik juga menjadi salah satu faktor terus meningkatnya penjualan sari buah nanas ini. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan kualitas produk, namun juga pada strategi promosi dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Menurut perspektif ekonomi Islam, kualitas produk yang baik, promosi, dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah merupakan faktor terpenting dalam mencapai kepuasan konsumen.

Alasan peneliti memilih objek penelitian ini karena PT. Putra Jaya Nanas merupakan salah satu perusahaan agroindustri lokal yang

berkembang pesat serta memiliki produk yang dikenal luas, baik lokal maupun luar daerah. Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas serta menggunakan bahan baku lokal yang dinilai memiliki kualitas standar yang baik. PT. Putra Jaya Nanas telah menerapkan berbagai strategi promosi, baik konvensional maupun digital. Perusahaan juga melayani langsung pembeli melalui toko serta pemesanan daring. PT. Putra Jaya Nanas berada pada lingkungan yang mayoritas muslim serta menjunjung tinggi nilai-nilai Islam. Hal ini sangat mendukung penelitian yang mengangkat perspektif Islam dalam kepuasan konsumen, khususnya terkait aspek kehalalan, kejujuran promosi, dan pelayanan yang baik. Peneliti memiliki akses yang baik dan telah menjalin komunikasi dengan pihak manajemen perusahaan, sehingga memudahkan peneliti dalam menggali data secara langsung melalui kuesioner maupun wawancara serta data terkait yang relevan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Sopuroh dan Hendri Tanjung pada tahun 2023, menunjukkan bahwa bauran promosi dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.<sup>12</sup> Penelitian yang dilakukan oleh Ulan Sundari, dkk pada tahun 2024 menunjukkan bahwa promosi, kualitas

---

<sup>12</sup> Siti Sopuroh & Hendri Tanjung., “Pengaruh Bauran Promosi dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Bisnis*, Vol. 5 No. 2 (2023), hal. 743.

produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.<sup>13</sup>

Berdasarkan dari pemaparan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi : PT. Putra Jaya Nanas Sidorejo Ponggok Blitar)*”. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penjualan minuman sari buah nanas serta dapat menambah pengetahuan bagi pembaca umumnya, dan bagi peneliti khususnya.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Meningkatnya penjualan minuman sari buah nanas dari tahun ke tahun.
2. Mempertahankan kualitas produk dan kualitas pelayanan untuk kepuasan konsumen.
3. Pentingnya menjaga kepuasan konsumen untuk meningkatkan penjualan produk.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut :

---

<sup>13</sup> Ulan Sundari, dkk., “Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Easy Wadhiah pada Bank Syariah Indonesia KCP Kutacane”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, Vol. 2 No. 1 (Juli 2024), hal. 15.

1. Apakah kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam?
3. Apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam?

#### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam.
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen minuman sari nanas Segarr dalam perspektif Islam

#### **E. Kegunaan Penelitian**

##### **1. Secara Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan khususnya

dalam bidang industri minuman sari buah. Penelitian juga diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan pemasaran produk dan kepuasan konsumen minuman sari buah nanas khususnya dalam perspektif Islam.

## **2. Secara Praktis**

### **a. Bagi Peneliti**

Manfaat bagi peneliti yaitu untuk menambah wawasan dan menambah pengetahuan tentang pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas layanan minuman sari buah nanas dalam perspektif Islam.

### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan bagi PT. Putra Jaya Nanas Sidorejo Ponggok Blitar dalam meningkatkan kualitas produk, promosi, dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam guna meningkatkan pemasaran dan mencapai kepuasan konsumen.

### **c. Bagi Konsumen**

Penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan bagi para konsumen untuk memilih minuman sari buah yang jelas bahan dan proses pengolahannya. Selain itu, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran kepada konsumen untuk lebih berhati-hati dalam memilih produk yang berkualitas.

## **F. Ruang Lingkup dan Keterbatasan Penelitian**

### **1. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah dilakukan kondisional oleh konsumen minuman sari nanas Segarr PT. Pura Jaya Nanas. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu meliputi kualitas produk, promosi, serta kualitas pelayanan. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini yakni kepuasan konsumen.

### **2. Keterbatasan Penelitian**

Agar penelitian dapat lebih terarah dan dapat dikaji lebih mendalam, maka terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, yaitu penelitian ini dibatasi pada orang-orang yang pernah mengonsumsi minuman sari buah nanas Segarr. Dengan tujuan agar informasi yang didapatkan benar-benar akurat sesuai apa yang dirasakan oleh konsumen.

## **G. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi Konseptual**

#### **a. Kualitas Produk**

Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan konsumen baik dari segi fungsi, daya tahan, keindahan, maupun nilai tambah lainnya. Dalam perspektif Islam, kualitas produk mencakup kesesuaian dengan prinsip halal dan thoyyib (baik). Maksud dari halal dan baik tersebut yakni produk

yang tidak hanya bermanfaat, tetapi juga diproduksi secara etis sesuai dengan syariat Islam.

b. Promosi

Promosi merupakan serangkaian kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan guna menarik perhatian dan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Dalam perspektif Islam, promosi harus dilakukan dengan jujur, transparan, dan tidak mengandung unsur penipuan (gharar), serta tidak melanggar prinsip etika bisnis Islam.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang memuaskan kepada konsumen melalui sikap profesionalisme, kecepatan, ketepatan, dan keramahan. Dalam perspektif Islam, kualitas pelayanan mencakup adab pelayanan yang baik dengan memperlakukan konsumen dengan hormat, ikhlas, dan adil.

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen setelah menggunakan atau mengonsumsi suatu produk atau layanan, yang dapat dilihat dari terpenuhinya harapan dan kebutuhan konsumen. Dalam perspektif Islam, kepuasan konsumen tidak hanya mencakup duniawi, tetapi juga spiritual, dimana

konsumen merasa dihargai, diperlakukan adil, dan tidak dirugikan dalam transaksi pembelian produk.

## **2. Definisi Operasional**

Secara operasional yang dimaksud dalam penelitian “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam” merupakan penelitian ilmiah yang ingin menguji seberapa besar pengaruh variabel X yang mempengaruhi variabel Y. Dalam penelitian ini peneliti mengambil 3 variabel X dan 1 variabel Y. Variabel X dalam penelitian ini yaitu kualitas produk ( $X_1$ ), promosi ( $X_2$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_3$ ). Sedangkan variabel Y dalam penelitian ini yaitu kepuasan konsumen. Dilihat dari variabel-variabel tersebut, dimaksudkan apakah terdapat pengaruh kualitas produk, promosi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen PT. Putra Jaya Nanas.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Tujuan sistematika penulisan adalah untuk memudahkan serta memahami dan mempelajari isi skripsi. Adapun sistematika penulisan skripsi ini akan dirinci oleh peneliti sebagai berikut :

BAB I berisi tentang pendahuluan. BAB ini meliputi latar belakang masalah, untuk mengemukakan penjelasan mengapa penelitian perlu dilakukan dan apa yang melatarbelakanginya. Kemudian terdapat identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan kegunaan penelitian. Selanjutnya terdapat penegasan istilah, agar tidak terjadi

kesalahpahaman dalam penafsiran. Dan terakhir adalah sistematika penulisan, untuk menjelaskan runtutan yang akan dibahas dalam laporan penelitian ini.

BAB II, berisi tentang landasan teori, untuk mendeskripsikan secara teoritis tentang obyek yang diteliti. Kemudian terdapat penelitian terdahulu, untuk membandingkan antara penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya. Selanjutnya kerangka konseptual dan hipotesis penelitian. Hipotesis penelitian guna menunjukkan perkiraan sementara dalam penelitian ini.

BAB III, berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian. Kemudian terdapat populasi, sampling dan sampel penelitian. Selanjutnya terdapat sumber data, variabel dan skala pengukuran. Terakhir terdapat teknik pengumpulan data dan instrumen yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV, berisi tentang hasil penelitian yang berisi deskripsi karakteristik pada masing-masing variabel dan uraian tentang hasil pengujian hipotesis.

BAB V, merupakan inti dari penelitian yaitu berisi tentang pembahasan mengenai masalah yang diteliti “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen dalam Perspektif Islam (Studi PT. Putra Jaya Nanas Sidorejo Ponggok Blitar)”

BAB VI, yaitu penutup. Pada BAB ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian. Saran-saran tentang hasil penelitian juga disampaikan dalam BAB ini.

Bagian akhir terdapat daftar rujukan yang digunakan dalam penelitian ini. Terdapat lampiran-lampiran penting yang harus dilampirkan. Selanjutnya terdapat surat keaslian skripsi, untuk menghindari adanya tindak plagiasi. Terakhir yaitu daftar riwayat hidup dari peneliti, untuk mengetahui bahwa laporan ini benar-benar disusun oleh peneliti.