

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk Allah yang bersifat sosial, saling tergantung satu sama lain dan saling membantu. Manusia mempunyai hubungan vertikal kepada Allah (*hablu min Allah*), dan hubungan horizontal sesama manusia (*habl min al-nas*). Hubungan horizontal dalam istilah fikih disebut dengan *muamalah*. *Muamalah* adalah hubungan dengan manusia dalam usahanya untuk mendapatkan alat-alat keperluan jasmaninya dengan cara yang paling baik. (Rahmad, 2001, hlm. 15)

Setiap orang bebas melakukan aktivitas ekonomi apa saja, selama aktivitas yang dilakukan tidak dilarang dalam kerangka islami. *Muamalah* secara bahasa berarti saling bertindak, saling berbuat, dan saling mengamalkan dalam pengertian secara luas *muamalah* adalah aturan-aturan (hukum) Allah untuk mengatur manusia dalam kaitannya dengan urusan duniawi dalam pergaulan sosial. (Hendi, 2002, hlm. 2) `Setiap muslim diwajibkan bekerja untuk mencari nafkah memenuhi kebutuhan hidupnya guna mengembangkan dan beribadah kepada Tuhan Yang Maha Esa. Mereka hendaknya bekerja dengan hatinya, lisannya dan segenap kemampuannya melalui sarana yang tepat. Sehingga sesuai ajaran Islam, Rasulullah SAW membolehkan orang bekerja apa saja, apapun bentuk pekerjaannya selama itu bukan yang diharamkan oleh Agama.

Islam juga mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal itu tampak dalam Al Quran surat Āli Imrān ayat 159, yang menyatakan bahwa:

فَمِمَّا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ

Artinya: *“Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.”*(Al-Qur’an, 2002, hlm. 57)

Kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan.(Tjiptono, 2005, hlm. 70) Pelanggan merupakan pembeli produk atau jasa, pelanggan dalam pengertian ini juga disebut orang yang menaruh perhatian atau tertarik pada jasa yang ditawarkan atau hanya sekedar ingin tahu. Pelanggan masa kini dibanjiri oleh banyak pilihan berdasarkan persepsi kualitas, pelayanan, dan nilai.(Muhaimin, 2011, hlm. 9) Pada sisi lain perusahaan atau pengelola harus memberikan kualitas yang dapat diterimanya. Jika tidak pelanggan akan beralih ke tempat yang lain, bahkan kualitas dan pelayanan yang hari ini dapat diterima mungkin esok harinya tidak lagi memadai bagi pelanggan, Peranan pelanggan dalam suatu usaha atau bisnis yang dijalankan sangatlah penting karena tanpa adanya pelanggan, bisnis itu bisa saja tidak jalan (bangkrut).

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain Oleh karenanya pelayanan berfungsi sebagai sebuah sistem yang

menyediakan apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Menurut Sinambela istilah publik berasal dari Bahasa Inggris yaitu *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Istilah publik menurut Inu Kencana dalam Sinambela mendefinisikan publik adalah sejumlah manusia yang memiliki kebersamaan berpikir, perasaan, harapan, sikap dan tindakan yang benar dan baik berdasarkan nilai-nilai norma yang merasa memiliki. Publik adalah manusia atau masyarakat yang memiliki kebersamaan dalam pemikiran berdasarkan peraturan-peraturan. (Setyobudi, 2014, hlm. 136)

Dalam konteks ke-Indonesia-an, penggunaan istilah pelayanan publik (*public service*) dianggap memiliki kesamaan arti dengan istilah pelayanan umum atau pelayanan masyarakat. Oleh karenanya ketiga istilah tersebut digunakan secara *interchangeable*, dan dianggap tidak memiliki perbedaan mendasar. Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara (MenegPAN) Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, memberikan pengertian pelayanan publik yaitu segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan maupun pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Kualitas pelayanan umum menurut Wyekof yang dikutip Tjiptono, yaitu “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan

konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk” Menurut Parasuraman dalam (Fandy, 2014, hlm. 157) “Faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*)”.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perseorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Pelayanan publik menyangkut aspek kehidupan yang sangat luas dan merupakan salah satu unsur yang mendorong perubahan kualitas pemerintahan daerah. Dengan demikian, pemerintah daerah dalam menjalankan monopoli pelayanan publik, sebagai regulator (*rule government*) harus mengubah pola pikir dan kerjanya dan menyesuaikannya dengan tujuan pemberian otonomi daerah, yaitu memberikan dan meningkatkan pelayanan yang memuaskan masyarakat. Untuk terwujudnya *good governance*, dalam menjalankan pelayanan publik, pemerintah daerah juga harus memberikan kesempatan luas kepada warga dan masyarakat, untuk mendapatkan akses pelayanan publik, pemerintah daerah juga harus memberikan kesempatan luas kepada warga dan masyarakat, untuk mendapatkan akses pelayanan publik, berdasarkan prinsip kesetaraan, transparansi, akuntabilitas, dan keadilan. (Kadar & Umam, 2012, hlm. 320)

Di era persaingan yang semakin kompetitif ini, setiap perusahaan makin menyadari pentingnya aspek loyalitas konsumen untuk menjamin kelangsungan bisnis mereka. Seorang konsumen yang loyal menjadi asset yang sangat bernilai

bagi perusahaan. Dipertahankannya konsumen yang loyal dapat mengurangi usaha mencari konsumen baru yang berarti memberikan umpan balik positif kepada perusahaan. Perusahaan dapat lebih melakukan penghematan biaya dalam mempertahankan konsumen yang lama daripada mencari konsumen baru.(Kartajaya, 2006, hlm. 22)

Menurut Giddens loyalitas konsumen adalah keadaan yang menunjukkan loyalitas seorang konsumen pada suatu objek tertentu. Objek tersebut dapat berupa merk, produk, atau toko. Dengan demikian loyalitas konsumen adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas konsumen secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan perpelanggan.(Lawrence, 1990, hlm. 68) Loyalitas akan memberikan banyak keuntungan bagi perusahaan, termasuk didalamnya perulangan pembelian dan rekomendasi mengenai merk tersebut kepada teman dan kenalan.(Setyobudi, 2014, hlm. 145)

Kata pizza berasal dari bahasa Italia kuno yaitu “pizzicare” yang berarti “memetik” yang mengacu pada proses pembuatan pizza yang dipetik dengan cepat dari oven. Istilah pizza kemudian diresmikan pertama kali di Gaeta, Italia, pada tahun 997 M. Pizza sendiri telah menjadi makanan sehari-hari di Italia selama berabad-abad, tepatnya sejak zaman batu. Bentuk paling awal dari pizza adalah roti panggang mentah di bawah batu-batu api dan dibumbui dengan berbagai topping yang berbeda.(Schoolpouringrights.com, 2018)

Namun, roti pizza dengan bentuk pipih muncul ketika orang-orang mulai menggunakan tomat sebagai topping, ketika tomat pertama kali dibawa ke Eropa

pada abad ke-16. Warga di kawasan miskin dari daerah sekitar Naples terbiasa membuat pizza dengan tomat. Zaman dulu, Naples masih masuk ke Kerajaan Romawi, sehingga bisa dibilang pizza juga berasal dari Romawi. Untuk rotinya sendiri biasanya dibuat seperti roti pada umumnya namun bisa diberi rasa tambahan dengan mentega, bawang putih, tanaman herbal, atau wijen. Pizza biasanya dimakan selagi panas dan biasanya untuk makan siang dan malam. Akan tetapi ada pula yang disajikan dingin, biasanya dimakan untuk sarapan atau saat piknik, dan juga pizza sangat cocok dinikmati untuk menemani setiap aktifitas kita.

Pada tahun 1738, restoran pizza pertama di dunia dibuka di daerah Naples, Italia dengan nama Antica Pizzeria. Hingga sekarang, kota ini terkenal dengan sebutan ibukotanya pizza. Pizza membuat pamornya dikenal ke Amerika di New York pada tahun 1905 dengan membuka sebuah restoran pizza dengan Gennaro Lombardi. Namun, seperti di Italia, butuh waktu untuk masyarakat untuk beradaptasi dengan makanan baru, mereka tidak akrab dengan pizza. Butuh waktu lama agar mereka bisa mengenal dan menyukai pizza. Hingga kini, pizza tetap menjadi salah jenis satu makanan yang sangat populer di dunia. Pizza juga telah mengalami banyak sekali perkembangan yang mana telah banyak beredar berbagai macam jenis topping yang digunakan untuk menambah cita rasa dari roti yang berbentuk pipih ini. (Schoolpouringrights.com, 2018)

Dengan seiring perkembangan zaman sekarang sedang ramai diperbincangkan sebuah makanan yang berasal dari laur negeri yaitu pizza akan tetapi makanan tersebut divariasikan dan disesuaikan dengan daerah setempat

seperti penamaan untuk pizza dan juga rasa pizza yang lebih banyak rempah rempah, sehingga dinamakan “pizza nya urang banua” yang dikhususkan untuk salah satu tempat rumah makan pizza yaitu: Rumah Makan Pizza Podang’s Banjarmasin menjual berbagai macam produk pizza yang sangat diminati oleh berbagai kalangan masyarakat, seperti; pizza ala podang, pizza podang tuna, pizza podang seafood, pizza bantal istimewa dll.

Mungkin sebagai contoh singkat kenapa peneliti tertarik mengambil judul Rumah Makan Pizza Podang’s Banjarmasin bukan Pizza yang lain ialah karena peneliti mempunyai teman-teman yang sangat menyukai dan loyal akan pembelian terhadap Pizza Podang’s Banjarmasin, bukan hanya sekedar teman saja tetapi peneliti memantau perkembangan sejak awal berdiri sampai sekarang tempat tersebut banyak sekali dikunjungi oleh masyarakat dan juga peneliti pernah bekerja di tempat Rumah Makan Pizza Podang’s Banjarmasin dengan jangka waktu yang cukup lama.

Walaupun sudah banyaknya saingan Pizza yang ada di Banjarmasin seperti; Panties Pizza, La Pizza, dan Pizza Rukun dll otomatis Pizza Podang’s harus memberikan sesuatu yang berbeda baik itu dari segi pelayanan, kualitas produk dan harga yang tetap terjangkau agar para pelanggan tetap loyal dalam pembelian, karena tanpa diketahui para pesaing pun akan memberikan suguhan yang berbeda setiap harinya agar bisa menarik minat pembeli dan membuat mereka tetap membeli produk mereka. Tapi, seperti yang kita lihat Pizza Podang’s tidak pernah kehilangan pembeli maupun pelanggan, banyaknya loyalitas pelanggan yang ada, terbukti Pizza Podang’s mampu memperbanyak cabang, ada

yang di Banjarmasin dan di luar kota Banjarmasin. Sebenarnya apa yang membuat pelanggan setia membeli produk Pizza Podang's? dan tidak bisa dipungkiri bahwa loyalitas pelanggan lah yang ikut menghantarkan ke suksesan Pizza Podang's dalam mempertahankan produknya.

Pada rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin kelebihanannya dari rumah makan pizza yang lain bukan hanya pizza saja yang berbagai macam varian tetapi ditempat tersebut banyak menu makanan yang lain, dimana menu tersebut ada terdapat menu 24 jam dan menu masakan banjar. Menu 24 jam beberapa diantaranya yaitu: ayam bakar rica rica, ayam tepung lada hitam, bebek rempah, nasi goreng ala podang, mie bancir ala podang dll. Adapun beberapa menu masakan banjar diantaranya yaitu: soto banjar, nasi sop banjar, sayur santan, terong bakar/goreng dll.

Berdasarkan adanya latar belakang di atas, membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam bagaimana pelayanan dirumah makan tersebut apakah dengan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat mengikat konsumen agar menyukai makanan maupun berkunjung kembali ke rumah makan tersebut, juga dapat merekomendasikan ke kerabat lainnya agar mengunjungi ke rumah makan tersebut. Yang kemudian penelitian ini akan dituangkan dalam sebuah karya ilmiah yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN (Studi pada rumah makan "PIZZA PODANG'S BANJARMASIN")."

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka, permasalahan yang dirumuskan adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan di rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ?
2. Apakah kualitas pelayanan yang dijalankan oleh Pizza Podang's Banjarmasin sesuai perspektif Islam terhadap dalam menjaga loyalitas konsumennya?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan peumusan masalah sebelumnya, penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan di rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin berpengaruh terhadap loyalitas konsumen ?
2. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dijalankan oleh Pizza Podang's Banjarmasin sesuai perspektif Islam terhadap loyalitas konsumennya.

D. Signifikansi Penelitian

Peneliti mengharapkan baik sekarang maupun dimasa yang akan datang hasil penelitian ini berguna untuk:

1. Secara teoritis (keilmuan), hasil penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan mengenai hal yang memengaruhi loyalitas konsumen terhadap rumah

makan Pizza Podang's Banjarmasin. Khususnya berkenaan dengan kualitas pelayanan.

2. Secara praktis (guna laksana), bagi pihak pemilik rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin, diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi dan masukan, sehingga dapat memperhatikan hal yang memengaruhi kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

3. Secara umum, sebagai bahan kajian dan informasi bagi pihak-pihak yang bermaksud melakukan penelitian berikutnya dari aspek berbeda dari penelitian ini, serta sebagai sumbangan pemikiran dalam rangka menambah khazanah ilmu pengetahuan, baik bagi pihak perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin maupun perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

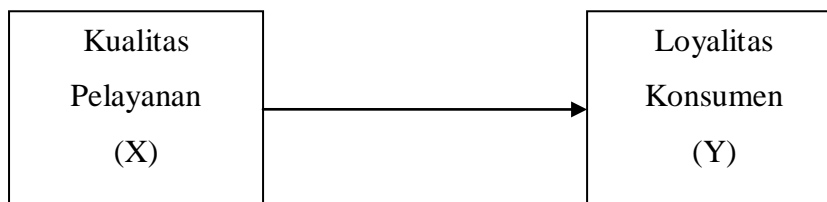
E. Kerangka Pemikiran

Menurut Tjiptono Fandy, pelanggan yang merasa puas merupakan suatu modal bagi perusahaan untuk kelangsungan hidup suatu perusahaan. (Fandy, 2014, hlm. 167) Terciptanya kepuasan konsumen mempunyai manfaat seperti memberikan dasar yang baik untuk pembelian ulang oleh pelanggan, terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebelum perusahaan mencapai tahap kepuasan dan loyalitas konsumen. Kualitas pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas konsumen.

Oleh karena itu, perlu dibandingkan terlebih dahulu kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan lain. Dengan kata lain, perusahaan harus selalu

memonitor pelayanan oleh para pesaing, agar perusahaan tersebut lebih memberikan pelayanan yang lebih baik lagi sehingga dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap pertanyaan yang dikemukakan dalam perumusan masalah. Dari penjabaran tentang kualitas pelayanan, loyalitas konsumen di atas maka hipotesis pada penelitian ini terdapat dua jenis hipotesis yaitu hipotesis alternatif (H1) dan hipotesis nol (H0). Hipotesis alternatif (H1) adalah hipotesis yang akan diuji nyatakan dalam kalimat positif, sedangkan hipotesis nol (H0) dinyatakan dalam kalimat negatif.

Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

H1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

H0: Tidak terdapat pengaruh pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen.

Hipotesis yang diajukan selanjutnya akan diuji kebenarannya dengan bantuan statistik melalui data-data yang terkumpul.

G. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kesalahan dan kekeliruan dalam menginterpretasikan judul serta permasalahan yang akan diteliti, maka dalam hal ini penulis perlu mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

1. Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Menurut W.J.S. Poewadarminta, dalam kamus umum bahasa Indonesia, definisi pengaruh adalah suatu daya yang ada dalam sesuatu yang sifatnya dapat memberi perubahan kepada yang lain.(Poerwadinata, 2012, hlm. 271) Pengaruh yang dimaksud di dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan, terhadap loyalitas konsumen..

2. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dalam hal ini produsen memberikan toleransi tertentu yang di spesifikasi untuk dimensi–dimensi kritis dari tiap bagian yang dihasilkan. Adapun dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai, yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan suatu tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen.

3. Pelayanan menurut Kotler adalah aktivitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat

mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain. (Kotler, 2003, hlm. 83) Pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Pelayanan disini adalah dari karyawan yang berada dirumah makan pizza podang's Banjarmasin.

4. Loyalitas didefinisikan Oliver yaitu sebagai komitmen yang tinggi untuk membeli kembali suatu produk atau jasa yang disukai dimasa mendatang, disamping pengaruh situasi dan usaha pemasar dalam merubah perilaku. Dengan kata lain konsumen akan setia untuk melakukan pembelian ulang secara terus-menerus. Loyalitas disini merujuk ke konsumen rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin.

H. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini penulis menjadikan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya menjadi acuan pustaka di antaranya yaitu:

1. Skripsi Nur Zahrah(2017) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Online Shop Tokopedia". Penelitian ini berlatar belakang karena perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat menjadikan banyaknya marketplace di Indonesia, salah satunya Tokopedia. Faktor yang mempengaruhi konsumen dalam mengakses dan melakukan pembelian pada website Tokopedia adalah keamanan, kemudahan dalam bertransaksi, dan beragam produk yang dijual dengan harga yang bervariasi. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variable kualitas pelayanan yang meliputi reliability, responsiveness, assurance, empathy,

dan tangibles sebagai variabel independen terhadap variabel kepuasan konsumen sebagai variabel dependen. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability(X1), responsiveness(X2), assurance(X3), empathy(X4), tangibles(X5) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada online shop Tokopedia. Sedangkan secara parsial hanya variabel assurance(X3) dan tangibles(X5) yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada online shop Tokopedia. Persamaan penelitian Nur Zahrah dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah tentang kualitas pelayanannya.

2. Skripsi Annisa Mahfuzah(2015) mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin, yang berjudul “Pengaruh Inovasi dan Citra Produk Telepon Seluler Merek Samsung terhadap Loyalitas Konsumen di Kalangan Mahasiswa IAIN Antasari Banjarmasin”. Penelitian ini berlatar belakang karena adanya peningkatan penjualan telepon seluler merek Samsung di Indonesia yang mampu menggeser market leader dari telepon seluler merek Nokia. Peningkatan ini menunjukkan adanya peningkatan tingkat loyalitas konsumen di tengah persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh variabel inovasi(X1) dan variabel citra produk(X2) sebagai variabel independen, terhadap loyalitas konsumen(Y) sebagai variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa variabel inovasi dan citra produk telepon seluler merek Samsung berpengaruh sebesar 0,676 terhadap loyalitas konsumen berarti tingkat signifikansi pengaruh dikategorikan memiliki pengaruh yang kuat. Jika dilihat dari pandangan ekonomi Islam terlihat bahwa inovasi dan usaha membangun citra produk serta loyalitas konsumen pada produk telepon seluler merek Samsung

telah sesuai dengan konsep Ekonomi Islam. Persamaan penelitian Annisa Mahfuzah dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada loyalitas konsumen, hanya saja peneliti yang akan datang konsumennya merujuk kepada pembeli yang berkunjung ke rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin.

I. Sistematika Penulisan

Penelitian harus memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Penyusunan skripsi ini terdiri dari 5 BAB dengan sistematika penulisan, adapun sistematika penulisan tersebut adalah sebagai berikut :

Bab I merupakan pendahuluan dari penelitian, terdiri atas : latar belakang diangkatnya penelitian ini mengenai permasalahan dan fakta yang terjadi mengenai kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen yang berkunjung ke rumah makan Pizza Podang's Banjarmasin. Agar penelitian menjadi terarah maka dibuatlah rumusan masalah dan tujuan penelitian agar terhindar dari kesalahpahaman terhadap penelitian penulis, maka dibuatlah definisi operasional untuk dapat diketahui manfaat dari penelitian yang dilakukan maka rumuskan ke dalam penelitian terdahulu diperlukan untuk menghindari permasalahan yang sama dengan penelitian sebelumnya. Adapun sistematika penulisan merupakan susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II berisikan tentang landasan teori yang diharapkan dapat menunjang bobot penelitian. Pada bab ini disajikan mengenai pengertian kualitas pelayanan dan loyalitas konsumen.

Bab III merupakan metode penelitian yaitu bab yang difokuskan pada pembahasan teknis metode penelitian, yang menguraikan secara lebih singkat mengenai objek penelitian dan metode yang digunakan penulis dalam melakukan penelitian ini, seperti sifat, jenis dan lokasi penelitian, objek penelitian, data dan sumber data, teknis pengumpulan data, teknik pengelolaan data dan tahapan penelitian.

Bab IV merupakan laporan hasil penelitian yang berisi gambaran umum lokasi penelitian, deskriptif data, penyajian data dan analisis data terhadap beberapa permasalahan yang disesuaikan dengan metode penelitian pada Bab III, sehingga dapat memberikan perbandingan hasil penelitian dengan kriteria yang ada dan pembuktian dari hipotesis serta jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah disebutkan dalam rumusan masalah.

Bab V merupakan penutup dari penelitian yang dilakukan. Bab ini berisi simpulan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang telah dinyatakan dalam Bab I. Simpulan bukan merupakan ringkasan dari uraian sebelumnya, melainkan sebagai hasil pemecahan terhadap apa yang dipermasalahkan dalam skripsi. Selanjutnya akan dikemukakan beberapa saran yang dirasa perlu dan hendaknya saran yang diajukan bersumber pada temuan penelitian, pembahasan, dan simpulan hasil penelitian.