

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Gambaran Umum Rumah Pangan Adi N-Talu

1. Sejarah singkat Rumah Pangan Adi N-Talu

Rumah Pangan Adi N-Talu adalah nama salah satu cabang Toko Adi N-Talu yang berupa rumah toko (Ruko) berlokasi di Jalan kelayan A depan gang Cenderawasih. Pada mulanya Toko Adi N-Talu hanyalah sebuah toko kecil yang mulai didirikan pada tahun 2001 oleh H. Suryani dan istrinya.

Pada tahun 1990 di Kampung halaman tempat tinggal pemilik Toko Adi N-Talu mengalami krisis ekonomi yang mana semua usaha mengalami penurunan, bermodal nekat memperbaiki nasib H. Suryani dan istri merantau ke Kota Banjarmasin untuk mencari usaha. Di Banjarmasin beliau menjadi tukang ojek selama beberapa tahun tapi hanya cukup untuk kebutuhan makan sehari-hari, kemudian disarankan oleh keluarga untuk membuka usaha berjualan di pasar.

Istri H. Suryani, Muthmainah mencoba menjual minyak goreng curah di depan emperan toko di pasar Sentra Antasari. Dibantu oleh H. Suryani yang selalu menyarankan pelanggan ojeknya untuk membeli minyak goreng di tempat beliau sehingga H. Suryani dan istri sudah dikenal oleh para pelanggannya. Dengan bantuan modal usaha yang diberikan oleh keluarga, akhirnya H. Suryani bisa menyewa 2 buah toko berukuran 2x2 m dan menambah bermacam varian sembako seperti telur dan gula.

Tahun 2003 beliau lebih fokus menjual telur karena pada saat itu telur sangat banyak peminatnya. Usaha telur terus meningkat, sampai pada tahun 2007 beliau membuka cabang di tempat yang sama di Pasar Sentra Antasari dengan lokasi yang lebih strategis dipertokoan bagian depan, mulanya hanya mempunyai 2 orang karyawan sampai menjadi lebih dari 5 orang karyawan. Tahun 2010 kembali membuka cabang di daerah Sungai Andai, tetapi tidak ada perkembangan dalam kurun waktu kurang lebih satu tahun sehingga memutuskan untuk pindah lokasi toko ke Jalan Kelayan A yang lebih strategis berada di pinggir jalan raya berupa Rumah toko yang lebih mirip dengan minimarket. Satu tahun berjalan Toko Adi N-Talu kembali membuka cabang di Jalan Kelayan B depan gang Babusallam dengan bentuk yang sama berupa Rumah toko atau Ruko.

Toko Adi N-Talu merupakan usaha keluarga yang didirikan dan dikelola langsung oleh pemiliknya. H. Suryani sendiri telah dikenal dan dipercaya oleh pelanggannya karena memberikan pelayanan yang baik, berkat kepiawaian beliau juga yang selalu menawarkan langganan ojek untuk berbelanja telur dan sembako di tempat beliau sehingga banyak masyarakat yang tertarik untuk belanja di toko beliau. Sekarang toko Adi N-Talu telah diwariskan dan dikelola oleh anak H. Suryani, yakni Husin Al Qadri alias Adi yang menjadi generasi kedua pemilik Toko Adi N-Talu.

Adapun visi dan misi dari pengelola Rumah Pangan Adi N-Talu yaitu “Menjadikan Toko Adi N-Talu sebagai usaha waralaba sehingga memiliki *brand awareness* yang dikenal di seluruh kota Banjarmasin”.

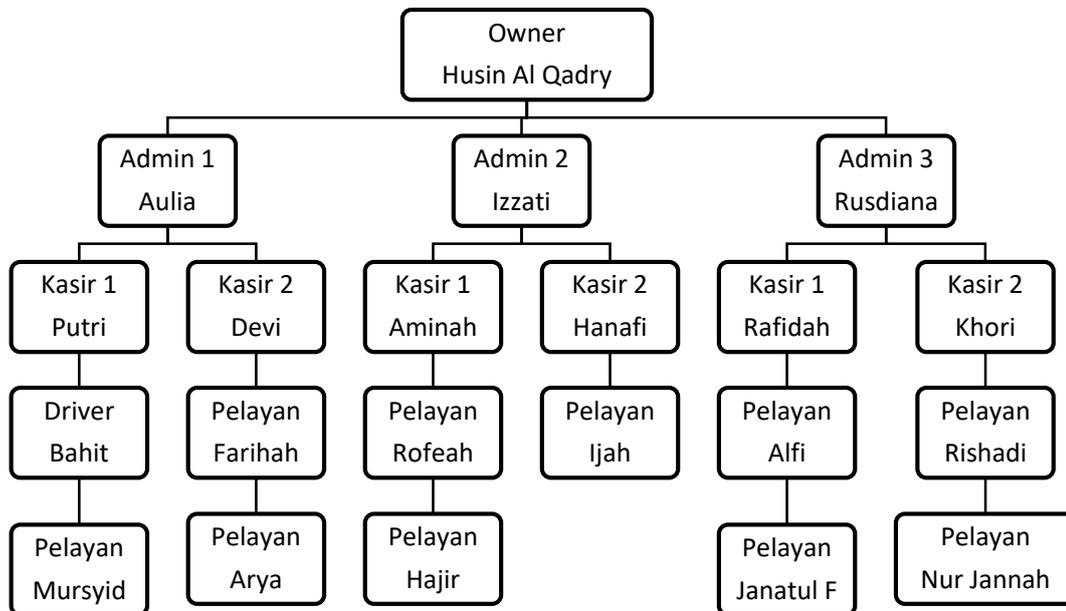
2. Letak Geografis Rumah Pangan Adi N-Talu

Rumah pangan Adi N-Talu terletak di kelurahan Kelayan Dalam di dalam wilayah Kecamatan Banjarmasin Selatan Kota Banjarmasin Provinsi Kalimantan Selatan. Kota Banjarmasin merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Selatan dengan luas wilayah 98,46 km² terdiri dari 5 kecamatan dan 52 kelurahan serta memiliki jumlah penduduk sebanyak 700.869 jiwa. Kelurahan Banjarmasin Selatan sendiri memiliki penduduk sebanyak 163.948 jiwa (Badan Pusat Statistik, 2021).

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi menggambarkan kerangka dan susunan hubungan antara fungsi, bagian atau posisi, juga menunjukkan hierarki dalam suatu organisasi. Struktur sebagai wadah untuk menjalankan wewenang, tanggung jawab dan sistem pelaporan terhadap atasan dan pada akhirnya memberikan stabilitas dan kontinuitas yang memungkinkan organisasi tetap hidup walaupun orang datang dan pergi serta pengkoordinasian hubungan dengan lingkungan.

Struktur Organisasi
Toko Pangan Adi N-Talu



Gambar III Struktur Organisasi

Sumber: Data Diolah, 2021

B. Penyajian Data

1. Karakteristik Responden dan Deskripsi Variabel

a. Karakteristik Responden

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

1) Berdasarkan Jenis Kelamin

Keragaman responden berdasarkan jenis kelamin dapat ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel IV Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Laki-laki	11	22 %
Perempuan	39	78 %
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil olah data, pada tabel 4.1 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin pelanggan yang diambil sebagai responden penelitian. Jenis kelamin yang paling banyak yaitu jenis kelamin perempuan yakni sebanyak 39 orang atau 78% dan laki-laki sebanyak 11 orang atau 22%. Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan adalah perempuan.

2) Berdasarkan Usia

Data mengenai usia responden, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu < 20 tahun, 21 – 34 tahun, 35 – 49 tahun, dan > 50 tahun. Keragaman responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel V Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur (tahun)	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
< 20 tahun	5	10 %
21 - 34 tahun	15	30 %
35 - 49 tahun	22	44 %
> 50 tahun	8	16 %
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil olah data, pada tabel 4.2 diatas dapat diketahui tentang usia pelanggan yang diambil sebagai responden penelitian. Sebanyak 5 orang responden berusia < 20 tahun atau 10% dari jumlah sampel. Sebanyak 15 responden berusia diantara 21 – 34 tahun atau 30% dari jumlah sampel. Kebanyakan responden berusia 35-49 tahun yakni sebanyak 22 orang atau 44% dari jumlah sampel. Sedangkan sisanya rentang usia > 50 tahun sebanyak 8 responden atau 16% dari jumlah sampel.

3) Berdasarkan Pekerjaan

Keragaman responden berdasarkan pekerjaan dapat ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel VI Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Swasta	4	8 %
Pedagang	16	32 %
Ibu Rumah Tangga	20	40 %
Mahasiswa	2	4 %
Pelajar	4	8 %
Guru Honorer	1	2 %
Online Shop	1	2 %
Karyawan Swasta	1	2 %
Helper	1	2 %
Total	50	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil olah data, pada tabel 4.3 diatas dapat diketahui tentang jenis pekerjaan responden. Jenis pekerjaan yang paling banyak yaitu ibu rumah tangga yakni sebanyak 20 orang atau

40% dari jumlah sampel dan terbanyak kedua yakni pedagang sebanyak 16 orang atau 32% dari jumlah sampel. Sisanya adalah jenis pekerjaan swasta dan pelajar sebanyak 4 responden atau 8% dari jumlah sampel. Mahasiswa 2 responden atau 4% dari jumlah sampel. Guru honorer, karyawan swasta, bisnis online, dan helper masing-masing berjumlah 1 responden atau 2% dari jumlah sampel.

b. Deskripsi Variabel

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada Rumah Pangan Adi N-Talu, maka dalam hal ini peneliti akan menyajikan beberapa data primer yang dibuat dalam bentuk tabel sebagai wujud interpretasi dan penyederhanaan data dari hasil kuesioner yang telah disebarakan.

1) Etika Pelayanan dalam Perspektif Islam (X)

a) Shiddiq (X1)

Tabel VII Tanggapan Responden Terhadap Etika Pelayanan Perspektif Islam (Shiddiq X1)

No	Pertanyaan	Tingkat Jawaban Responden					Total (%)
		SS	S	N	TS	STS	
1	Menurut saya, pelaku usaha dan karyawan berlaku jujur ketika menakar dan mengukur timbangan di setiap transaksi.	20	27	3	0	0	50 (100 %)
2	Menurut saya, pelaku usaha dan karyawan berlaku tidak jujur ketika menakar dan mengukur timbangan di setiap transaksi.	0	0	4	29	17	50 (100 %)
3	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan menyampaikan harga secara transparan dalam setiap transaksi.	11	34	4	1	0	50 (100 %)

4	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan menyampaikan harga secara tidak transparan dalam setiap transaksi.	0	1	6	35	8	50 (100 %)
5	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan cermat dan teliti dalam melayani.	11	34	5	0	0	50 (100 %)
6	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan tidak cermat dan teliti dalam melayani.	0	1	2	38	9	50 (100 %)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan jawaban responden bahwa:

1. Pernyataan pertama yaitu pelaku usaha dan karyawan berlaku jujur ketika menakar dan mengukur timbangan di setiap transaksi, sebanyak 20 responden atau 40% yang menjawab sangat setuju, 27 responden atau 54% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% menjawab netral dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
2. Pernyataan kedua yaitu pelaku usaha dan karyawan berlaku tidak jujur ketika menakar dan mengukur timbangan di setiap transaksi, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju dan setuju, sebesar 4 responden atau 8% yang menjawab netral, 29 responden atau 58% yang menjawab tidak setuju, dan sisanya 17 responden atau 34% yang menjawab sangat tidak setuju.
3. Pernyataan ketiga pelaku usaha dan karyawan menyampaikana harga secara transparan dalam setiap transaksi, sebesar 11

- responden atau 22% yang menjawab sangat setuju, 34 responden atau 68% menjawab setuju, 4 responden atau 8% yang menjawab netral, 1 responden atau 2% menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
4. Pernyataan keempat pelaku usaha dan karyawan menyampaikan harga secara tidak transparan dalam setiap transaksi, tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju, sebanyak 1 responden atau 2% menjawab setuju, 6 responden atau 12% yang menjawab netral, 35 responden atau 70% yang menjawab tidak setuju, dan 8 responden atau 16% yang menjawab sangat tidak setuju.
 5. Pernyataan kelima pelaku usaha dan karyawan cermat dan teliti dalam melayani, sebanyak 11 responden atau 22% yang menjawab sangat setuju, 34 responden atau 68% yang menjawab setuju, 5 responden atau 10% yang menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
 6. Pernyataan keenam pelaku usaha dan karyawan tidak cermat dan teliti dalam melayani, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 1 responden atau 2% yang menjawab setuju, 4% yang menjawab netral, 38 responden atau 76% yang menjawab tidak setuju, dan 9 responden atau 18% yang menjawab sangat tidak setuju.

b) Amanah (X2)

Tabel VIII Tanggapan Responden Terhadap Etika Pelayanan Perspektif Islam (Amanah X2)

No	Pertanyaan	Tingkat Jawaban Responden					Total (%)
		SS	S	N	TS	STS	
1	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan bertanggung jawab dan selalu konsisten dengan jam buka operasional toko.	14	29	7	0	0	50 (100 %)
2	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan tidak bertanggung jawab dan selalu konsisten dengan jam buka operasional toko.	1	0	5	34	10	50 (100 %)
3	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan secara optimal kepada anda.	13	29	8	0	0	50 (100 %)
4	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan tidak optimal kepada anda.	0	1	5	34	10	50 (100 %)
5	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan.	13	30	6	1	0	50 (100 %)
6	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan dengan lambat kepada pelanggan.	0	3	2	35	10	50 (100 %)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan jawaban responden

bahwa:

1. Pernyataan pertama pelaku usaha dan karyawan bertanggung jawab dan selalu konsisten dengan jam buka operasional toko, sebanyak 14 responden atau 28% responden yang menjawab sangat setuju, 29 responden atau 58% yang menjawab setuju, 7 responden atau 14% yang menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
2. Pernyataan kedua pelaku usaha dan karyawan tidak bertanggung jawab dan tidak konsisten dengan jam buka operasional toko, sebanyak 1 responden atau 2% yang menjawab sangat setuju, tidak ada responden yang menjawab setuju, 5 responden atau 10% responden yang menjawab netral, 34 responden atau 68% yang menjawab tidak setuju, dan 10 responden atau 20% yang menjawab sangat tidak setuju.
3. Pernyataan ketiga pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan secara optimal, 13 responden atau sebanyak 26% responden yang menjawab sangat setuju, 29 responden atau 58% yang menjawab setuju, 8 responden atau 16% yang menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
4. Pernyataan keempat pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan secara tidak optimal, tidak ada yang menjawab sangat setuju, sebanyak 1 responden atau 2% yang menjawab setuju, 5 responden atau 10% yang menjawab netral, 34 responden atau

68% yang menjawab tidak setuju, dan 10 responden atau 20% yang menjawab sangat tidak setuju.

5. Pernyataan kelima pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat kepada pelanggan, sebanyak 13 responden atau 26% yang menjawab sangat setuju, 30 responden atau 60% yang menjawab setuju, 6 responden atau 12% yang menjawab netral, 1 responden atau 2% yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju.
6. Pernyataan keenam pelaku usaha dan karyawan memberikan pelayanan dengan lambat kepada pelanggan, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 3 responden atau 6% yang menjawab setuju, 2 responden atau 4% yang menjawab netral, 35 responden atau 70% yang menjawab tidak setuju, 10 responden atau 20% yang menjawab sangat tidak setuju.

c) Tabligh (X3)

Tabel IX Tanggapan Responden Terhadap Etika Pelayanan Perspektif Islam (Tabligh X3)

No	Pertanyaan	Tingkat Jawaban Responden					Total (%)
		SS	S	N	TS	STS	
1	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan jelas dalam memberikan informasi kepada anda.	13	33	3	1	0	50 (100 %)
2	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan tidak jelas dalam memberikan informasi kepada anda.	0	2	3	33	12	50 (100 %)

3	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan berlaku ramah dan lemah lembut ketika memberikan pelayanan.	17	30	3	0	0	50 (100 %)
4	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan berlaku angkuh dan kasar ketika memberikan pelayanan.	0	3	2	30	15	50 (100 %)
5	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan memahami dan tanggap terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan.	11	26	12	1	0	50 (100 %)
6	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan tidak memahami dan tidak tanggap terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan.	1	2	9	29	9	50 (100 %)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan jawaban responden bahwa:

1. Pernyataan pertama pelaku usaha dan karyawan jelas dalam memberikan informasi, sebanyak 13 responden atau 26% yang menjawab sangat setuju, 33 responden atau 66% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% yang menjawab netral, 1 responden atau 2% yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
2. Pernyataan kedua pelaku usaha dan karyawan tidak jelas dalam memberikan informasi, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 2 responden atau 4% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% yang menjawab netral, 33 responden atau

- 66% yang menjawab tidak setuju, dan 12 responden atau 24% yang menjawab sangat tidak setuju.
3. Pernyataan ketiga pelaku usaha dan karyawan berlaku ramah dan lembut ketika memberikan pelayanan, sebanyak 17 responden atau 34% yang menjawab sangat setuju, 30 responden atau 60% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% yang menjawab netral, tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
 4. Pernyataan keempat pelaku usaha dan karyawan berlaku angkuh dan kasar ketika memberikan pelayanan, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 3 responden atau 6% responden yang menjawab setuju, 2 responden atau 4% yang menjawab netral, 30 responden atau 60% yang menjawab tidak setuju, dan 15 responden atau 30% yang menjawab sangat tidak setuju.
 5. Pernyataan kelima pelaku usaha dan karyawan memahami dan tanggap terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan, sebanyak 11 responden atau 22% responden menjawab sangat setuju, 26 responden atau 52% yang menjawab setuju, 12 responden atau 24% yang menjawab netral, 1 responden atau 2% yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
 6. Pernyataan keenam pelaku usaha dan karyawan tidak memahami dan tidak tanggap terhadap keluhan dan permasalahan pelanggan, sebanyak 1 responden atau 2% menjawab sangat setuju, 2

responden atau 4% yang menjawab setuju, 9 responden atau 18% yang menjawab netral, 29 responden atau 58% yang menjawab tidak setuju, dan 9 responden atau 18% yang menjawab sangat tidak setuju.

d) Fathanah (X4)

**Tabel X Tanggapan Responden Terhadap Etika Pelayanan Perspektif Islam
(Fathanah X4)**

No	Pertanyaan	Tingkat Jawaban Responden					Total (%)
		SS	S	N	TS	STS	
1	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan selalu berpenampilan rapi dan menarik ketika memberikan pelayanan.	16	26	7	0	1	50 (100 %)
2	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan selalu berpenampilan tidak rapi dan tidak menarik ketika memberikan pelayanan.	0	1	6	32	11	50 (100 %)
3	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan selalu bersikap profesional ketika memberikan pelayanan, serta lebih mendahulukan kepentingan pelanggan daripada kepentingan pribadi.	15	32	3	0	0	50 (100 %)
4	Menurut saya pelaku usaha dan karyawan selalu bersikap tidak profesional ketika memberikan pelayanan, serta lebih mendahulukan kepentingan pribadi daripada kepentingan pelanggan.	0	2	3	36	9	50 (100 %)
5	Pelaku usaha dan karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam	14	35	0	1	0	50 (100 %)

	menggunakan alat bantu (seperti mesin kasir, dll).						
6	Pelaku usaha dan karyawan tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat bantu (seperti mesin kasir, dll).	2	0	3	33	12	50 (100 %)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan jawaban responden

bahwa:

1. Pernyataan pertama pelaku usaha dan karyawan selalu berpenampilan rapi dan menarik ketika memberikan pelayanan, sebanyak 16 responden atau 32 % responden menjawab sangat setuju, 26 responden atau 52% yang menjawab setuju, 7 responden atau 14% menjawab netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju, dan 2% yang menjawab sangat tidak setuju.
2. Pernyataan kedua pelaku usaha dan karyawan selalu berpenampilan rapi dan tidak menarik ketika memberikan pelayanan, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju, 1 responden atau 2% menjawab setuju, 6 responden atau 12% yang menjawab netral, 32 responden atau 64% responden menjawab tidak setuju, dan 11 responden atau 22% yang menjawab sangat tidak setuju.
3. Pernyataan ketiga pelaku usaha dan karyawan selalu bersikap profesional ketika memberikan pelayanan, serta lebih mendahulukan kepentingan pelanggan daripada kepentingan

- pribadi, sebanyak 15 responden atau 30% menjawab sangat setuju, 32 responden atau 62% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% menjawab netral, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
4. Pernyataan keempat pelaku usaha dan karyawan selalu bersikap tidak profesional ketika memberikan pelayanan, serta lebih mendahulukan kepentingan pribadi daripada kepentingan pelanggan, tidak ada responden menjawab sangat setuju, sebanyak 4 responden atau 2% yang menjawab setuju, 3 responden atau 6% yang menjawab netral, 36 responden atau 72% responden menjawab tidak setuju, dan ada sebanyak 9 responden atau 18% yang menjawab sangat tidak setuju.
 5. Pernyataan kelima Pelaku usaha dan karyawan memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat bantu (seperti mesin kasir, dll), sebanyak 14 responden atau 28% menjawab sangat setuju, 35 responden atau 70% yang menjawab setuju, tidak ada yang menjawab netral, 1 responden atau 2% yang menjawab tidak setuju, dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju.
 6. Pernyataan keenam Pelaku usaha dan karyawan tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat bantu (seperti mesin kasir, dll), sebanyak 2 responden atau 4% yang menjawab sangat setuju, tidak ada yang menjawab setuju, 3

responden atau 6% yang menjawab netral, 33 responden atau 66% yang menjawab tidak setuju, dan sebanyak 12 responden atau 24% responden yang menjawab sangat tidak setuju.

2) Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel XI Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

No	Pertanyaan	Tingkat Jawaban Responden					Total (%)
		SS	S	N	TS	STS	
1	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Pangan Adi N-Talu karena sesuai dengan harapan saya.	22	26	2	0	0	50 (100 %)
2	Saya merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Pangan Adi N-Talu karena tidak sesuai dengan harapan saya.	0	0	4	33	13	50 (100 %)
3	Saya berminat untuk berkunjung dan berbelanja kembali di Rumah Pangan Adi N-Talu.	18	32	0	0	0	50 (100 %)
4	Saya tidak berminat untuk berkunjung dan berbelanja kembali di Rumah Pangan Adi N-Talu.	0	0	7	29	14	50 (100 %)
5	Saya bersedia merekomendasikan Rumah Pangan Adi N-Talu kepada kerabat dan orang terdekat untuk berbelanja disana.	16	24	10	0	0	50 (100 %)
6	Saya tidak bersedia merekomendasikan Rumah Pangan Adi N-Talu kepada kerabat dan orang terdekat untuk berbelanja disana.	3	1	9	23	14	50 (100 %)

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat diuraikan jawaban responden

bahwa:

1. Pernyataan pertama yaitu saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Pangan Adi N-Talu karena sesuai dengan harapan saya, sebanyak 22 responden atau 44% menjawab sangat setuju, 26 responden atau 52% yang menjawab setuju, 2 responden atau 4% yang menjawab netral, dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
2. Pernyataan kedua yaitu saya merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Rumah Pangan Adi N-Talu karena tidak sesuai dengan harapan saya, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju dan setuju, sebanyak 4 responden atau 8% yang menjawab netral, 33 responden atau 66% yang menjawab tidak setuju, dan 13 responden atau 26% yang menjawab sangat tidak setuju.
3. Pernyataan ketiga yaitu saya berminat untuk berkunjung dan berbelanja kembali di Rumah Pangan Adi N-Talu, sebanyak 18 responden atau 36% responden yang menjawab sangat setuju, 32 responden atau 64% yang menjawab setuju, tidak ada responden yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.
4. Pernyataan keempat saya tidak berminat untuk berkunjung dan berbelanja kembali di Rumah Pangan Adi N-Talu, tidak ada responden yang menjawab sangat setuju dan setuju, sebanyak 7

responden atau 12% yang menjawab netral, 29 responden atau 58% yang menjawab tidak setuju, dan 14 responden atau 28% yang menjawab sangat tidak setuju.

5. Pernyataan kelima saya bersedia merekomendasikan Rumah Pangan Adi N-Talu kepada kerabat dan orang terdekat untuk berbelanja disana, sebanyak 16 responden atau 32 % menjawab sangat setuju, 24 responden atau 48% yang menjawab setuju, 10 responden atau 20% yang menjawab netral, dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju.
6. Pernyataan keenam saya tidak bersedia merekomendasikan Rumah Pangan Adi N-Talu kepada kerabat dan orang terdekat untuk berbelanja disana, sebanyak 3 responden atau 6% responden menjawab sangat setuju, 1 responden atau 2% menjawab setuju, 9 responden atau 18% yang menjawab netral, 23 responden atau 46% menjawab tidak setuju, dan ada 14 responden atau 28% yang menjawab sangat tidak setuju.

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Analisis Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Hasil r

hitung kita bandingkan dengan r tabel, dengan sig 5%. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila r hitung > r tabel = valid.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Pengujian dilakukan dengan membandingkan r hitung dan r tabel. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel, dengan sig 5%. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila r hitung > r tabel = valid. Pengujian alat pengukuran dilakukan kepada 50 responden. Hasil pengujian menggunakan SPSS versi 22 yang dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

1) Variabel Etika Pelayanan Perspektif Islam (Shiddiq X1)

Tabel XII Hasil Uji Validitas Variabel Shiddiq

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Shiddiq X1	X1.1	0,494	0,279	Valid
	X1.2	0,687	0,279	Valid
	X1.3	0,73	0,279	Valid
	X1.4	0,846	0,279	Valid
	X1.5	0,73	0,279	Valid
	X1.6	0,792	0,279	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel diatas, hasil analisis item instrumen variabel shiddiq berjumlah 6 item dinyatakan valid. Hasil dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

2) Variabel Etika Pelayanan Perspektif Islam (Amanah X2)

Tabel XIII Hasil Uji Validitas Variabel Amanah

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Amanah X2	X2.1	0,551	0,279	Valid
	X2.2	0,713	0,279	Valid
	X2.3	0,649	0,279	Valid
	X2.4	0,75	0,279	Valid
	X2.5	0,655	0,279	Valid
	X2.6	0,749	0,279	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel diatas, hasil analisis item instrumen variabel shiddiq berjumlah 6 item dinyatakan valid. Hasil dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

3) Variabel Etika Pelayanan Perspektif Islam (Tabligh X3)

Tabel XIV Hasil Uji Validitas Variabel Tabligh

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Tabligh X3	X3.1	0,666	0,279	Valid
	X3.2	0,821	0,279	Valid
	X3.3	0,645	0,279	Valid
	X3.4	0,745	0,279	Valid
	X3.5	0,739	0,279	Valid
	X3.6	0,53	0,279	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel diatas, hasil analisis item instrumen variabel shiddiq berjumlah 6 item dinyatakan valid. Hasil dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

4) Variabel Etika Pelayanan Perspektif Islam (Fathanah X4)

Tabel XV Hasil Uji Validitas Variabel Fathanah

Sumber: Data primer diolah, 2021

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Fathanah X4	X4.1	0,58	0,279	Valid
	X4.2	0,747	0,279	Valid
	X4.3	0,686	0,279	Valid
	X4.4	0,744	0,279	Valid
	X4.5	0,655	0,279	Valid
	X4.6	0,611	0,279	Valid

Pada tabel diatas, hasil analisis item instrumen variabel fathanah berjumlah 6 item dinyatakan valid. Hasil dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

5) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel XVI Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel	Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,554	0,279	Valid
	Y2	0,67	0,279	Valid
	Y3	0,559	0,279	Valid
	Y4	0,626	0,279	Valid
	Y5	0,545	0,279	Valid
	Y6	0,308	0,279	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Pada tabel diatas, hasil analisis item instrumen variabel kepuasan pelanggan berjumlah 6 item dinyatakan valid. Hasil dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Berdasarkan tabel-tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel dalam penelitian Pengaruh Etika Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu dikatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Adapun pengambilan keputusan untuk pengujian reliabilitas yaitu suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach alpha* > 0,70.

Jika nilai *alpha* > 0,70 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika nilai *alpha* > 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat, atau ada pula yang memaknainya sebagai berikut:

Jika *alpha* > 0,90 maka reliabilitas sempurna. Jika *alpha* antara 0,70 – 0,90 maka reliabilitas tinggi. Jika *alpha* 0,50 – 0,70 maka reliabilitas moderat. Jika *alpha* < 0,50 maka reliabilitas rendah. Jika *alpha* rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Berikut adalah hasil output SPSS Uji Reliabilitas sebagai berikut:

Tabel XVII Hasil Uji Reliabilitas Variabel Shiddiq (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,864	6

Sumber: Olah data SPSS 2021

Output hasil data memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,864 dengan jumlah item pertanyaan sebesar 6 dengan kriteria reliabilitas tinggi.

Tabel XVIII Hasil Uji Reliabilitas Variabel Amanah (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,856	6

Sumber: Olah data SPSS, 2021

Output hasil data memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,852 dengan jumlah item pertanyaan sebesar 6 dengan kriteria reliabilitas tinggi.

Tabel XIX Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tabligh (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,872	6

Sumber: Olah data SPSS, 2021

Output hasil data memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,872 dengan jumlah item pertanyaan sebesar 6 dengan kriteria reliabilitas tinggi.

Tabel XX Hasil Uji Reliabilitas Variabel Fathanah (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

Sumber: Olah data SPSS, 2021

Output hasil data memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,819 dengan jumlah item pertanyaan sebesar 6 dengan kriteria reliabilitas tinggi.

Tabel XXI Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,814	6

Sumber: Olah data SPSS, 2021

Output hasil data memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,814 dengan jumlah item pertanyaan sebesar 6 dengan kriteria reliabilitas tinggi.

Tabel XXII Rekapitulasi Uji Reabilitas Instrumen

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Shiddiq (X1)	6	0,864	Reliabilitas Tinggi
Amanah (X2)	6	0,856	Reliabilitas Tinggi
Tabligh (X3)	6	0,872	Reliabilitas Tinggi
Fathanah (X4)	6	0,819	Reliabilitas Tinggi
Kepuasan Pelanggan (Y)	6	0,814	Reliabilitas Tinggi

Sumber: Olah data SPSS, 2021

Dari hasil rekapitulasi uji reliabilitas diatas, terlihat bahwa nilai *cronbach alpha* semua variabel lebih besar dari 0,80, sehingga dapat disimpulkan indikator atau kuesioner yang digunakan variabel etika pelayanan dalam perspektif islam berupa shiddiq, amanah, tabligh, fathanah, dan kepuasan pelanggan semua dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel, sehingga data penelitian dianggap

cukup baik dan reliabel untuk digunakan sebagai input dalam proses penganalisaan data guna menguji hipotesis penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji normalitas, multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Berikut ini adalah uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Pengambilan keputusan uji normalitas terjadi jika nilai sig > 0,05 maka data tersebut berdistribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal Kolmogorov-Smirnov.

Tabel XXIII Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,30815632
Most Extreme Differences	Absolute	,098
	Positive	,079
	Negative	-,098
Test Statistic		,098
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data SPSS diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 hasil uji normalitas dengan cara uji *Kolmogorov-Smirnov*, diketahui bahwa nilai sig 0,200 lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat diperoleh kesimpulan hasil uji tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menguji ada atau tidak adanya gejala multikolinearitas maka dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan nilai VIF kurang dari 10 atau lebih dari 0,10. Hasil output uji multikolinearitas adalah sebagai berikut:

Tabel XXIV Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8,238	3,232		2,549	,014		
	Shiddiq	,801	,249	,726	3,216	,002	,259	3,864
	Amanah	-,393	,231	-,399	-1,699	,096	,239	4,177

Tabligh	,057	,177	,063	,323	,748	,346	2,891
Fathanah	,206	,227	,204	,909	,368	,263	3,809

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data olah SPSS, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, dapat dilihat bahwa:

Variabel X1 nilai *tolerance* yaitu $0,259 > 0,10$ dan nilai VIF $3,864 < 10$

Variabel X2 nilai *tolerance* yaitu $0,239 > 0,10$ dan nilai VIF $4,177 < 10$

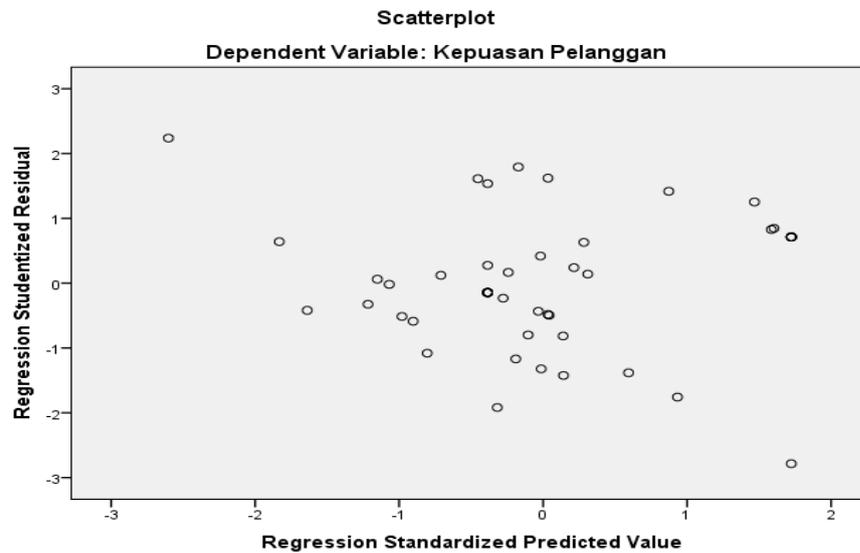
Variabel X3 nilai *tolerance* yaitu $0,346 > 0,10$ dan nilai VIF $2,891 < 10$

Variabel X4 nilai *tolerance* yaitu $0,263 > 0,10$ dan nilai VIF $3,809 < 10$

Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian yang dilakukan ini tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan yang lain. Jika varians dari residual dari suatu pengamatan-pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika varians berbeda, disebut heteroskedastisitas. Hasil pengujian disajikan pada dalam gambar 4.2 berikut ini:



Gambar XXV Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2021

Grafik scatterplot tersebut, terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan berdasarkan variabel-variabel independennya.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Pengaruh variabel *shiddiq* (X1), *amanah* (X2), *tabligh* (X3), *fathanah* (X4) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) dilakukan dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

$Y =$ Kepuasan Pelanggan

$X_1 =$ *Shiddiq*

$X_2 =$ *Amanah*

$X_3 =$ *Tabligh*

$X_4 =$ *Fathanah*

β = koefisien perubahan yang akan diestimasi

e = Tingkat kesalahan

Tabel XXVI Hasil Uji Regresi Linear Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178,628	4	44,657	7,698	,000 ^b
	Residual	261,052	45	5,801		
	Total	439,680	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fathanah, Tabligh, Shiddiq, Amanah

Sumber: Data SPSS diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas nilai sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Sebelum melihat hasil pengujian terhadap hipotesis, maka perlu diketahui bahwa yang menjadi hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan sebagai hasil dari seberapa besar pengaruh yang digunakan untuk mengetahui variabel independen yang digunakan pada penelitian ini terhadap variabel dependen secara parsial. Pengambilan keputusan melalui uji t yaitu:

H_0 diterima jika t hitung $< t$ tabel pada $\alpha = 5\%$

H_a diterima jika t hitung $> t$ tabel pada $\alpha = 5\%$

Hasil pengolahan uji tersebut menggunakan *SPSS 21* sebagai berikut:

Tabel XXVII Hasil Uji Parsial (Uji t)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
61	(Constant)	k,238	3,232		2,549	,014
	Shiddiq	,801	,249	,726	3,216	,002
	Amanah	-,393	,231	-,399	-1,699	,096
	Tabligh	,057	,177	,063	,323	,748
	Fathanah	,206	,227	,204	,909	,368

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data SPSS diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai uji t yang bertujuan untuk mencari pengaruh variabel independen, yaitu shiddiq, amanah, tabligh, fathanah. Diperoleh nilai t tabel sebesar 1,676. Berdasarkan hasil uji t diatas, maka ditarik kesimpulan:

1) Pengujian hipotesis *Shiddiq/kejujuran (X1)*

Hipotesis yang diajukan

- a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *shiddiq* (kejujuran) terhadap kepuasan pelanggan.
- b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *shiddiq* (kejujuran) terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji tersebut diperoleh t hitung sebesar $3,216 > 1,676$. Maka berdasarkan uji tersebut variabel *shiddiq* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan demikian H_1 diterima.

2) Pengujian hipotesis *Amanah*/bertanggung jawab (X2)

Hipotesis yang diajukan

- a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *amanah* (bertanggung jawab) terhadap kepuasan pelanggan.
- b. H_a : terdapat pengaruh signifikan *amanah* (bertanggung jawab) terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji tersebut diperoleh t hitung sebesar $1,699 > 1,676$. Maka berdasarkan uji tersebut variabel *amanah* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan demikian H_2 diterima.

3) Pengujian hipotesis *tabligh*/komunikatif (X3)

Hipotesis yang diajukan

- a) H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *tabligh* (komunikatif) terhadap kepuasan pelanggan.
- b) H_a : terdapat pengaruh signifikan *tabligh* (komunikatif) terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji tersebut diperoleh t hitung sebesar $0,323 < 1,676$. Maka berdasarkan uji tersebut variabel *tabligh* tidak

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan demikian H_3 ditolak.

4) Pengujian hipotesis *fathanah*/cerdas (X_4)

a) H_0 : tidak ada pengaruh signifikan *fathanah* (cerdas) terhadap kepuasan pelanggan.

b) H_a : terdapat pengaruh signifikan *fathanah* (cerdas) terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji tersebut diperoleh t hitung sebesar $0,909 < 1,676$. Maka berdasarkan uji tersebut variabel *fathanah* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Jadi dengan demikian H_4 ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen. Pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari uji F, adapun syarat dari uji F adalah:

H_0 diterima jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel pada } \alpha = 5 \%$

H_a diterima jika $F \text{ hitung} > F \text{ tabel pada } \alpha = 5 \%$

Hasil pengolahan uji tersebut menggunakan *SPSS 21* sebagai berikut:

Tabel XXVIII Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	178,628	4	44,657	7,698	,000 ^b
	Residual	261,052	45	5,801		
	Total	439,680	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fathanah, Tabligh, Shiddiq, Amanah

Sumber: Data SPSS diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 7,698 dan pada distribusi nilai F tabel diperoleh nilai F tabel sebesar 2,58. Maka berdasarkan hasil uji F tersebut nilai F hitung $7,698 > 2,58$ dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah 0 dan 1. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Adapun hasil uji determinasi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

Tabel XXIX Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,637 ^a	,406	,353	2,409

a. Predictors: (Constant), Fathanah, Tabligh, Shiddiq, Amanah

Sumber: Data SPSS diolah, 2021

Dari tabel diatas uji koefisien determinasi dipengaruhi nilai R square (R^2) sebesar 0,406 atau 40,6%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,6%. Sedangkan sisanya sebesar 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

5. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh etika pelayanan dalam perspektif islam yang meliputi variabel *shiddiq* (X1) *amanah* (X2) *tabligh* (X3) *fathanah* (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) Rumah Pangan Adi N-Talu. Maka data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden. Peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan SPSS versi 22.

a. Pengaruh *shiddiq* terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas seluruh item *shiddiq* dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel. Output hasil data pada uji reliabilitas memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,864 yang berarti memiliki kriteria reliabilitas tinggi. Hasil

statistik uji t diperoleh t hitung sebesar 3,216 lebih besar daripada nilai t tabel 1,676 ($3,216 > 1,676$). Koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,726, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *shiddiq* terhadap variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain H_1 diterima.

Dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 42 item dan yang menjawab setuju sebanyak 95 item tentang kejujuran seperti berlaku jujur ketika menakar dan mengukur timbangan, menyampaikan harga dengan transparan, dan juga bersikap cermat dan teliti dalam melayani pelanggan. pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam QS. Al-Muthaffifin/83: 1-3.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا كَتَبُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾ وَإِذَا كَالُوهُمْ
أَوْزَنُوا لَهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

“Celakalah bagi orang-orang yang curang (1) Yaitu orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan (2) dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain) mereka mengurangi” (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm. 587)

Dari ayat diatas ditegaskan bahwa hendaknya seorang pelaku usaha ataupun karyawan harus selalu bersikap jujur dan jangan pernah untuk berlaku curang. Rasulullah Saw adalah contoh pelaku ekonomi yang mengajarkan kita untuk bersikap jujur dan benar. Prinsip inilah yang mengantarkan beliau mencapai kesuksesan dalam mengemban amanah dari Allah. Dalam ekonomi, prinsip ini pada gilirannya akan melahirkan sikap yang efektif dan efisien. Dengan kata lain, prinsip ini akan

melahirkan pelaku ekonomi yang dapat mencapai tujuan yang diinginkan secara tepat dan benar (Rokan, 2013, hlm. 54)

b. Pengaruh *amanah* terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas seluruh item *amanah* dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Output hasil data pada uji reliabilitas memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,852 yang berarti memiliki kriteria reliabilitas tinggi. Hasil statistik uji *t* diperoleh *t* hitung sebesar 1,699 lebih besar daripada nilai *t* tabel 1,676 ($1,699 > 1,676$). Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel *amanah* terhadap variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain H_2 diterima.

Dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 40 item dan yang menjawab setuju sebanyak 88 item tentang bertanggung jawab seperti konsisten dengan jam operasional toko, memberikan pelayanan yang optimal serta memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat. pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam QS. An-Nisa/4: 58.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا أَلْمَانَتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ

تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ﴿٥٨﴾

“*Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum diantara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat*” (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm 87).

Dari dalil diatas sangat jelas disebutkan bahwa hendaknya sebagai seorang pelaku usaha dan karyawan harus bisa bertanggung jawab atas pekerjaan yang dikerjakannya. Apalagi seorang karyawan harus bertanggung jawab atas amanah yang diberikan oleh atasan. Perjuangan ekonomi islam semata-mata bukanlah untuk tujuan *business to business an sich*, tetapi perjuangan ekonomi islam adalah untuk mewujudkan tujuan dan visi misi mulia, yakni menciptakan sistem ekonomi yang berkeadilan dan mensejahterakan (Rokan, 2013, hlm. 32). Jadi, seorang karyawan atau pelaku usaha yang memiliki sifat *amanah* maka akan menunaikan pekerjaannya dengan penuh tanggung jawab dan akan menempatkan segala sesuatu pada tempatnya.

c. Pengaruh *tabligh* terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas seluruh item *tabligh* dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Output hasil data pada uji reliabilitas memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,872 yang berarti memiliki kriteria reliabilitas tinggi. Hasil statistik uji *t* diperoleh *t* hitung sebesar $0,323 < 1,676$ *t* tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan

secara parsial antara variabel *tabligh* terhadap variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain H_3 ditolak.

Dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 41 item dan yang menjawab setuju sebanyak 89 item tentang komunikatif seperti kejelasan dalam menyampaikan informasi, berlaku ramah dan lemah lembut ketika memberikan pelayanan, serta memahami dan tanggap terhadap keluhan pelanggan. pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam QS. Al-Ahzab/33: 70-71.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ۖ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ
وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ ۗ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ، فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا ۖ

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm. 427).

Sikap *tabligh* (komunikatif) atau menyampaikan sesuatu dengan benar adalah salah satu tindakan pelayanan yang harus diberikan oleh pelaku usaha kepada pelanggan dalam rangka meyakinkan, mempengaruhi atau memberikan jaminan kepada pelanggan sehingga mereka tertarik untuk membeli barang yang kita tawarkan. Demikian pula apabila pelaku usaha berlaku ramah dan lemah lembut maka pelanggan akan merasa puas sehingga tidak akan berpaling ke perusahaan lain.

d. Pengaruh *fathanah* terhadap kepuasan pelanggan Rumah Pangan Adi N-Talu

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas seluruh item *tabligh* dinyatakan valid karena nilai *r* hitung lebih besar daripada nilai *r* tabel. Output hasil data pada uji reliabilitas memperoleh nilai *cronbach alpha* sebesar 0,819 yang berarti memiliki kriteria reliabilitas tinggi. Hasil statistik uji *t* diperoleh *t* hitung sebesar $0,909 < 1,676$ *t* tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa tidak *fathanah* terhadap variabel kepuasan pelanggan atau dengan kata lain H_4 ditolak.

Dari jawaban responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 45 item dan yang menjawab setuju sebanyak 93 item tentang cerdas atau profesional dalam bekerja seperti berupaya untuk berpenampilan rapi dan menarik ketika bekerja, bersikap profesional, serta memiliki pengetahuan dan keterampilan menggunakan alat bantu. pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Hadits Nabi Muhammad Saw

عَنْ عَائِشَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهَا قَالَتْ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يُحِبُّ إِذَا عَمِلَ أَحَدُكُمْ عَمَلًا أَنْ يُتَّقَنَهُ (رواه الطبرني)

“Dari Aisyah r.a berkata: Rasulullah Saw bersabda: ‘Sesungguhnya Allah Swt mencintai jika seseorang melakukan sesuatu pekerjaan yang dilakukannya dengan itqan (profesional)’. (HR. At-Thabrani dalam al-Mu’jam al-Awsat, No.897)

Dalam agama islam diajarkan pentingnya sikap profesionalisme, segala sesuatu harus dilakukan dengan rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus diikuti dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan.

Hasil pengujian asumsi klasik penelitian pengaruh etika pelayanan dalam perspektif islam terhadap kepuasan pelanggan, yaitu dengan menguji normalitas Kolmogrov-Smirnov diketahui nilai sig 0,200 lebih besar daripada 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji normalitas berdistribusi normal. Uji multikolinearitas mempunyai nilai toleransi diatas 0,1 dan nilai VIF dibawah 10, artinya model regresi yang dilakukan tidak terjadi multikolinearitas. Pada hasil pengujian regresi linear berganda, dengan melihat nilai sig pada tabel anova sebesar $0,000 < 0,05$ artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X dan variabel Y.

Selanjutnya pada uji simultan atau uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 7,698 yang mana nilai tersebut lebih besar daripada nilai F tabel 2,58, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *shiddiq*, *amanah*, *tabligh*, dan *fathanah* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Terakhir, dilakukan uji koefisien determinasi didapatkan nilai R square (R^2) sebesar 0,406 atau 40,6% yang artinya pengaruh variabel terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,6%. Sedangkan sisanya sebesar 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan seperti menunjukkan kesopanan, keramahan dan kelembutan maka akan menjadi jaminan rasa aman bagi pelanggan sehingga pelanggan memperoleh rasa kepuasan dari pelayanan yang didapatkan, dan pada akhirnya akan berdampak pada kesuksesan tempat usaha atau perusahaan. Berknaan dengan hal ini, dijelaskan dalam QS. Ali-Imran/3: 159.

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ
 حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ
 عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sungguh Allah mencintai orang yang bertawakal” (Kementerian Agama RI, Al-Qur’an dan Terjemah, 2012, hlm. 71).

Selain dari kualitas pelayanan yang baik, pelanggan dalam hal melakukan transaksi juga berdasarkan rasa suka sama suka dengan penjual atau saling dilandasi keikhlasan. Artinya tidak oleh ada kezaliman, penipuan, tidak boleh dalam keadaan terpaksa, dan hal-hal lain yang dapat merugikan salah satu atau kedua belah pihak.