

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang sempurna, yang mengatur segala aspek kehidupan manusia termasuk di dalamnya tentang hubungan dengan manusia. Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri melalui jalan yang sesuai dengan aturan Islam. Tidak terlepas dari itu, manusia berusaha memenuhi kebutuhan yang bersifat jasmani dan rohani. Ajaran Islam telah mengatur tentang tata cara setiap penyedia barang dan jasa maupun si konsumen dalam memenuhi keperluan hidupnya.

Islam telah memberikan pedoman kepada mukmin agar berlemah lembut kepada sesama manusia dalam setiap perkara termasuk bermuamalah dalam memenuhi hajat hidup mereka. Allah berfirman dalam Q.S. ‘Ali ‘Imrān/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
١٥٩

“Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampunan 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.”¹

¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Mekar Surabaya, 2002), hlm. 159.

Kurangnya perhatian terhadap penelitian konsumen sudah disadari sejak dahulu. Hal ini terlihat dari para pasar yang lebih memfokuskan pada bagaimana caranya memproduksi dan memasarkan produknya saja. Para pemasar kurang memperhatikan bagaimana reaksi dari konsumen yang mengkonsumsi produk tersebut. Sudah banyak lembaga bisnis yang menunjukkan keinginannya untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan terhadap produk yang dikonsumsinya yang berarti berhubungan dengan kepuasan konsumen.² Pada tahun 2003, para konsultan pemasaran mengembangkan survei untuk mengukur sejauh mana sebuah produk dapat memuaskan pelanggan. Di Indonesia, kita mengenal survei *Indonesia Customer Satisfaction Index* (ICSI). Survei ini dilakukan oleh kantor konsultan Frontier, dan bekerjasama dengan majalah bisnis SWA Sembada. Biasanya survei ini dilakukan di enam kota besar di Indonesia, dan responden ditanyakan kepuasannya terhadap beberapa kategori produk. Parameter yang digunakan adalah kepuasan terhadap mutu produk/jasa, kepuasan terhadap harga, kepuasan dan persepsi terhadap “kebaikan” merek.³ Begitu pentingnya kepuasan pelanggan ini, Frontier, dengan tokohnya Handi Irawan, menggagas sebuah ide bahwa perlu ada “Hari Pelanggan Nasional” untuk Indonesia. Hari yang jatuh tanggal 4 September, dan peresmianya dicanangkan oleh Presiden Megawati pada tanggal tersebut di tahun 2003, dianggap dapat

²Nugroho J. Setiadi, *PERILAKU KONSUMEN* (Jakarta: PRENADA MEDIA, 2003), hlm. 23.

³Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 15.

mengingatkan perusahaan-perusahaan untuk selalu memberikan kepuasan pada pelanggannya.⁴

Berkembangnya riset kepuasan pelanggan dan penganugerahan penghargaan terhadap kesuksesan perusahaan dalam meraih skor tertinggi indeks kepuasan pelanggan nasional (*National Customer Satisfaction Index*) juga berkontribusi pada peningkatan kepedulian produsen dan konsumen terhadap pentingnya kepuasan pelanggan.⁵ Kepuasan pelanggan menjadi topik yang penting karena pada dasarnya kepuasan pelanggan inilah yang harus menjadi tujuan setiap pemasaran. Pada dasarnya, kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk yang dirasakan (*perceived*) sesuai dengan apa yang diharapkan. Lembaga harus memahami apa sesungguhnya harapan konsumen atas produknya. Semakin tepat pemasar merumuskan harapan konsumen, semakin mudah pula memberikan kepuasan.⁶ Pelanggan tidak akan merasa puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Kepuasan pelanggan sangat bergantung pada harapannya. Namun demikian, kepuasan pelanggan bisa jadi tidak terpenuhi dengan sendirinya. Hal ini dikarenakan, kepuasan pelanggan tercipta karna beberapa faktor seperti berikut: kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Selain itu juga juga dipengaruhi oleh faktor-faktor pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.⁷

⁴*Ibid.*, hlm. 14.

⁵Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service Quality and Satisfaction* (Yogyakarta: ANDI Yogyakarta, 2016), hlm. 119.

⁶Taufiq Amir, *op. cit.*, hlm. 13-14.

⁷Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 30.

Karenanya perlu diukur sejauh mana tingkat kepuasan yang telah diterima konsumen dengan berdasar pada faktor-faktor tersebut.

Pesatnya perkembangan pemikiran ekonomi Islam di Indonesia dewasa ini yang diiringi dengan menjamurnya lembaga keuangan yang berbasis syariah ikut memberikan ruang bagi institusi pendidikan untuk ikut serta dalam intervensi menyiapkan Sumber Daya Manusia (SDM) yang berkualitas dengan tingkat kepuasan pada institusi yang tinggi. Penelitian tentang kepuasan pelanggan sebagian besar dilakukan pada konsumen dari organisasi bisnis dan jarang dilakukan pada organisasi sektor publik dan non-profit seperti lembaga pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan lembaga non-laba lainnya.

Persaingan perguruan tinggi di Indonesia bahkan di dunia telah berada pada titik yang hebat dimana sangat banyak institusi pendidikan yang menyediakan layanan untuk pemenuhan industri baik barang maupun jasa. Tidak dapat dipungkiri bahwa kualitas dari sebuah institusi pendidikan turut berkontribusi terhadap meluasnya pangsa pasar institusi pendidikan tersebut. Terciptanya kualitas dari institusi pendidikan sebagai penyedia jasa akan memberikan kepuasan kepada setiap elemen didalamnya, baik tenaga pengajar, staf maupun mahasiswa yang secara bertahap membentuk loyalitas dan jangkauan yang lebih luas.

Bagi sebuah institusi pendidikan dalam upaya mengembangkan jangkauannya perlu memiliki inovasi dan diferensiasi dari jasa yang diberikan kepada mahasiswa melalui pengelolaan dan pengaturan strategi pada lingkup faktor internal. Salah satu upaya pemerintah, dalam hal ini Kementerian Agama

dalam mengintervensi lembaga pendidikan Islam yaitu dengan adanya transformasi IAIN menjadi UIN, termasuk IAIN Antasari menjadi UIN Antasari, diharapkan mampu menjadi universitas Islam berkualitas di Indonesia. Secara teoritis, peningkatan kualitas tersebut menuntut adanya upaya dalam meningkatkan kepuasan dan kualitas institusi itu sendiri, terutama pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam sebagai fakultas yang menyiapkan SDM pada bidang ilmu hukum dan sosial ekonomi.

Pengangkatan topik kepuasan pelanggan penting dilakukan khususnya di lingkungan institusi pendidikan yang dibawah pemerintah. Faktor yang mendorong seseorang untuk memasuki perguruan tinggi didasarkan pada pertimbangan yang bersifat sosial ekonomis yaitu harapan mendapatkan status sosial maupun imbalan ekonomis yang memadai ditengah-tengah masyarakat setelah mahasiswa lulus dari pendidikan tinggi.⁸ Pentingnya riset ini dilakukan didasari pada dua hal, yakni: *pertama*, riset terkait kepuasan pelanggan masih belum terlalu sering diangkat pada lembaga pemerintah terutama institusi pendidikan yang berbasis nilai-nilai keislaman. *Kedua*, riset ini penting sebagai upaya untuk mengeksplorasi dan mengetahui pengaruh kualitas jasa dari institusi pendidikan terhadap terciptanya kepuasan pelanggan sebagai upaya peningkatan kualitas pada UIN Antasari, khususnya Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Perbaikan layanan kepada konsumen (mahasiswa) akan menghasilkan alumni

⁸Hardjono Notodiharjo, *Pendidikan Tinggi dan Tenaga Kerja Tingkat Tinggi di Indonesia* (Jakarta: UI Press, 2000), hlm. 53-54.

yang lebih puas, hubungan yang lebih baik dengan komunitas, pelamar yang lebih banyak, dan meningkatnya keterlibatan korporasi.⁹

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian terkait topik tersebut dengan mengambil judul “**Pengaruh Kualitas Jasa terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas jasa pada FSEI UIN Antasari Banjarmasin?
2. Bagaimana kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin?
3. Apakah ada pengaruh secara parsial dari kualitas jasa yang meliputi dimensi kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin?
4. Apakah ada pengaruh secara simultan dari kualitas jasa yang meliputi dimensi kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin?
5. Faktor manakah yang dominan antara kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk:

⁹Gilbert A. Churchill, *Dasar-dasar Riset Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2001), hlm. 506.

1. Mengukur tingkat kualitas jasa pada FSEI UIN Antasari Banjarmasin
2. Mengukur tingkat kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin
3. Mengetahui pengaruh secara parsial dari kualitas jasa yang meliputi dimensi kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin
4. Mengetahui pengaruh secara simultan dari kualitas jasa yang meliputi dimensi kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin
5. Mengetahui Faktor manakah yang dominan antara kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa FSEI UIN Antasari Banjarmasin.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini akan memberikan kontribusi terkait dalam pengembangan keilmuan dalam hal peningkatan kualitas dan pengukuran kepuasan konsumen terkhusus pada lingkup lembaga jasa non-profit yang berbasis pada pemasaran.

2. Secara Praktis

- a. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan kontribusi sebagai bahan rujukan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan regulasi bagi institusi terkait untuk melakukan perbaikan dan peningkatan mutu pendidikan pada aspek yang diteliti terkhusus bagi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

- b. Secara berkesinambungan memberikan ruang yang besar dan kesempatan bagi masyarakat untuk memiliki sarana pendidikan berbasis keislaman yang berkualitas dan memiliki daya saing melalui perbaikan institusi pendidikan yang relevan.
- c. Menjadi wadah bagi mahasiswa dalam menyampaikan penilaian terhadap institusi terkait.
- d. Sebagai alat bantu dalam mengevaluasi terkait pelaksanaan pelayanan jasa kepada mahasiswa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

E. Definisi Operasional

1. Kualitas Jasa

Kualitas merupakan tingkat baik buruknya sesuatu,¹⁰ sedangkan jasa merupakan perbuatan yang memberikan segala sesuatu yang diperlukan orang lain; pelayanan; servis.¹¹ dalam penelitian ini mengarah pada kualitas jasa pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan berkedudukan sebagai variabel independen (X). Kualitas jasa diukur dengan mengarah pada penelitian yang dilakukan oleh Hampton pada tahun 1993 terhadap topik yang sama pada sebuah universitas di Amerika Serikat. Pengukuran dilakukan dengan menggunakan 4 dimensi sebagai variabel X yang meliputi; kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa. Terkait dengan penelitian ini, maka kualitas jasa merupakan nilai tambah yang dihasilkan oleh bagian dari institusi

¹⁰Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1994), hlm. 533.

¹¹*Ibid.*, hlm. 403.

pendidikan yaitu Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, baik produk, maupun pelayanan. Kualitas jasa diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

2. Kepuasan Mahasiswa

Kepuasan merupakan perihal (yang bersifat) puas; kesenangan.¹² Dalam penelitian ini, kepuasan merupakan respon yang terfokus pada kualitas institusi dalam waktu tertentu pada mahasiswa angkatan 2013 semester 8 FSEI UIN Antasari Banjarmasin yang diukur dengan cara mengajukan pernyataan secara langsung tingkat kepuasan yang dirasakan (*Directly Reported Satisfaction*). Dengan model yang diajukan oleh Soderlund yaitu memilih teknik *Current Costumer Satisfaction* (CCS) dengan 3 item pernyataan.¹³ Kepuasan mahasiswa yang diukur dengan menggunakan skala Likert yaitu 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju).

F. Kerangka Pemikiran

Dalam melakukan pengukuran terhadap kualitas jasa di gunakan empat dimensi relevan yaitu: kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa. Ini didasarkan pada rujukan penelitian yang dilakukan oleh Hampton pada universitas di Amerika Serikat yang menggunakan 7 dimensi pengukuran. Dengan pertimbangan relevansinya dengan penelitian yang dilakukan, maka peneliti hanya menggunakan 4 dimensi pengukuran. Pokok permasalahan merujuk pada bagaimana pengaruh kualitas jasa dari Fakultas

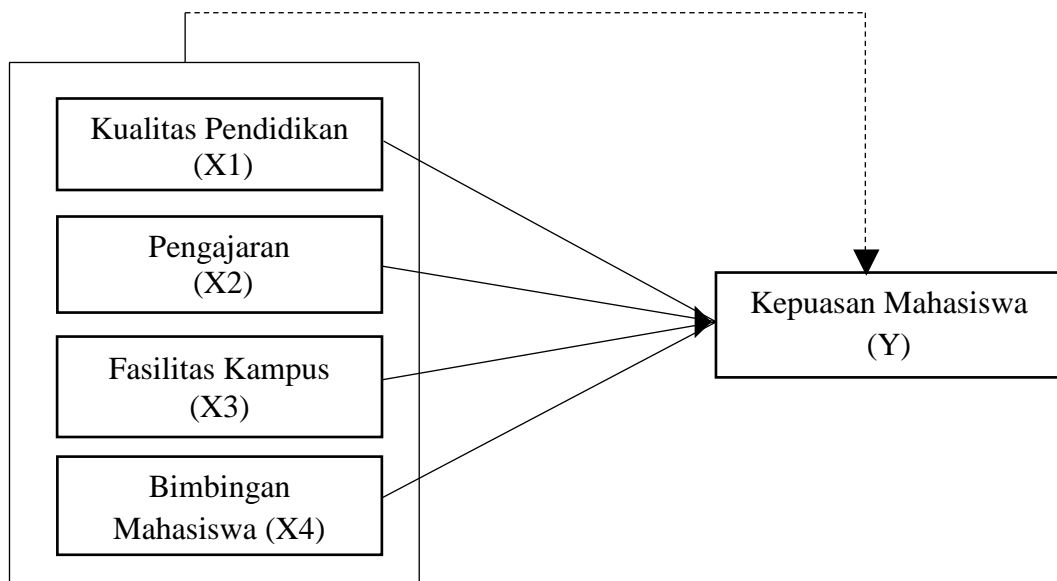
¹²*Ibid.*, hlm. 793.

¹³Gilbert A. Churchill, *op. cit.*, hlm. 204.

Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan oleh mahasiswa selama menjalani masa perkuliahan dan kegiatan akademik dalam rentang waktu 1 hingga 8 semester.

Peneliti melalui kerangka pemikiran menggambarkan hubungan secara sistematis antara kualitas jasa yang terdiri dari kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa sebagai variabel X dan kepuasan mahasiswa sebagai variabel Y sebagai penjelasan sementara terhadap gejala yang ada pada objek permasalahan yang dapat digunakan untuk merumuskan hipotesis.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Sumber: Hampton, 1993

Keterangan: ————— = Parsial
 - - - - - = Simultan

G. Hipotesis Penelitian

1. Menentukan Variabel yang akan di uji:

X1 = Kualitas pendidikan

X2 = Pengajaran

X3 = Fasilitas kampus

X4 = Bimbingan mahasiswa

Y = Kepuasan mahasiswa

2. Merumuskan hipotesis alternatif (Ha) dan Hipotesis nol (Ho):

Hipotesis Pertama:

H_{01} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa

H_{a1} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pendidikan terhadap kepuasan mahasiswa

Hipotesis kedua:

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa

H_{a2} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara pengajaran terhadap kepuasan mahasiswa

Hipotesis ketiga:

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas kampus terhadap kepuasan mahasiswa

H_{a3} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara fasilitas kampus terhadap kepuasan mahasiswa

Hipotesis keempat:

H_{04} = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

H_{a4} = Terdapat pengaruh yang signifikan antara bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

Hipotesis kelima

H_{05} = Tidak terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

H_{a5} = Terdapat pengaruh simultan antara kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa terhadap kepuasan mahasiswa

H. Kajian Pustaka

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian ini yaitu:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin yang terdiri dari; Haris Faulidi Asnawi, Rohana Faridah, dan Restu Khaliq. Penelitian ini berjudul “*Analisis Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Mahasiswa terhadap Jurusan Ekonomi Syariah dengan Keinginan untuk Melakukan Word of Mounth Communication*”. Dari penelitian tersebut menggunakan variabel X berupa kepuasan mahasiswa yang terdiri atas empat dimensi pengukuran, variabel Y yaitu kepercayaan mahasiswa, dan variabel Z yaitu keinginan untuk melakukan *word of mounth communication*. Dengan menggunakan analisis jalur (*path analysis*), maka peroleh hasil bahwa kepuasan mahasiswa terkait dengan kinerja dosen dan staf administrasi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa. Sedangkan pada

proses perkuliahan dan bukti fisik/sarana perkuliahan memiliki pengaruh terhadap kepercayaan mahasiswa. Kemudian variabel kepercayaan mahasiswa terhadap keinginan untuk melakukan *word of mounth communication* ternyata tidak memiliki pengaruh signifikan.

Apabila dibandingkan dengan penelitian ini, maka dapat diketahui letak perbedaannya dimana variabel yang digunakan dan ruang lingkup terdapat perbedaan. Dalam penelitian ini, peneliti mengkhususkan mengukur variabel kualitas jasa yang terdiri dari kualitas pendidikan, pengajaran, fasilitas kampus, dan bimbingan mahasiswa. Dari sudut pandang ruang lingkup, penelitian ini lebih luas yaitu pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, sedangkan penelitian yang dijadikan rujukan di atas hanya pada lingkup jurusan Ekonomi Syariah.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Dwi Aryani dan Febriani Rosinta pada tahun 2010 yang dimuat dalam Jurnal Ilmu Administrasi dan Bisnis yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan*" dengan responden yaitu mahasiswa sarjana reguler dan diploma FISIP UI. Dalam penelitian ini diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Letak perbedaan jika dibandingkan dengan penelitian ini adalah pada penggunaan variabel yang diteliti. Penelitian yang menjadi rujukan diatas memasukkan variabel loyalitas, sedangkan penelitian yang dilakukan ini tidak menggunakan variabel yang sama. Selain itu, responden serta lokasi penelitian juga berbeda.

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Eliyanora. Dkk yang berjudul “*Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa terhadap Pelayanan Pendidikan di Politeknik Negeri Padang*”. Dalam penelitian tersebut diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelayanan pendidikan yang dirasakan oleh mahasiswa PNP belum sesuai dengan apa yang diharapkan. Secara keseluruhan, mutu pelayanan di PNP adalah “B” dengan kinerja pelayanan “Baik”.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka bisa diketahui perbedaannya dengan penelitian yang dilakukan. Dari sudut pandang lokasi, perbedaan terletak pada institusi yang diteliti, dimana peneliti melakukan penelitian di Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam UIN Antasari Banjarmasin. Selain itu, perbedaan mendasar yaitu pada teknik pengukuran. Penelitian yang menjadi rujukan di atas mengukur tingkat kepuasan terhadap mutu pelayanan pendidikan dengan membandingkan nilai selisih (*gap*) antara harapan dan kinerja. Berbeda dengan yang dilakukan peneliti, dimana pengukuran dilakukan dengan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan antar variabel dependen dan independen.

I. Sistematika Penulisan

Untuk terarahnya penulisan skripsi ini, maka penulis membagi lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, merupakan bab yang berisikan latar belakang masalah yang menguraikan mengenai permasalahan yang diteliti serta alasan penulis untuk melakukan penelitian pada topik tersebut. Permasalahan yang sudah diuraikan

sebelumnya, kemudian dibuat rumusan masalahnya dan dilanjutkan dengan penetapan tujuan dilakukannya penelitian yang diharapkan oleh penulis serta kegunaan (signifikansi) dari penelitian tersebut. Definisi operasional memuat penjelasan mengenai variabel dimaksud dalam penelitian ini yang merupakan inti permasalahan dan cara pengukuran variabel tersebut. Kemudian dilanjutkan dengan kajian pustaka sebagai rujukan penulis dan bahan acuan penulis dalam melaksanakan penelitian yang berisi penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Sedangkan sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan Teori, merupakan bab yang berisikan teori-teori yang relevan yang digunakan untuk menjelaskan tentang variabel yang akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan, dan penyusunan instrument penelitian. Bab ini berisikan tentang teori terkait kualitas jasa dan kepuasan konsumen

Bab III Metode Penelitian. Bab ini merupakan alat atau metode yang digunakan untuk menggali data yang diperlukan. Dalam bab ini memuat jenis dan lokasi penelitian, subjek, objek, data, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, dan analisis serta tahapan penelitian.

Bab IV Laporan Hasil Penelitian, berisikan laporan hasil penelitian yang dilakukan peneliti mengenai permasalahan yang diambil, mencakup gambaran umum penyajian data, analisis data dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, pada bab ini merupakan kesimpulan dari pembahasan dan saran-saran terhadap hasil analisis dan pembahasan.