

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
KARYAWAN PADA RUMAH MAKAN SELERA BARU DITINJAU
MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**



SKRIPSI SARJANA S1

Diajukan untuk memenuhi syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

Santosa Eko Prasatya

642015048

Jurusan/Program Studi Ekonomi Syariah

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2020

Palembang, Februari 2020

Hal : Pengantar Skripsi

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Palembang

Assalamualaikum Wr, Wb

Setelah kami periksa dan diadakan perbaikan-perbaikan seperlunya, maka skripsi yang berjudul "**Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Ditinjau Menurut Perspektif Islam**" di tulis oleh Saudara Santosa Eko Prasatya telah dapat diajukan sidang Munaqosyah Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang.

Demikian Terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Rijalush Shalihin, S.E., I.M.H.I
NBM/NIDN : 1081397 / 0205068801



Idmar Wijaya, S.Ag., M.Hum
NBM/NIDN : 723799/0215116802

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
KARYAWAN PADA RUMAH MAKAN SELERA BARU DITINJAU
MENURUT PERSPEKTIF ISLAM**

Yang ditulis oleh saudara SANTOSA EKO PRASATYA, NIM 642015048

Telah dimunaqosah dan dipertahankan

didepan panitia penguji skripsi

Pada tanggal 27 Februari 2020

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat

Memperoleh

gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Palembang, 27 Februari 2020

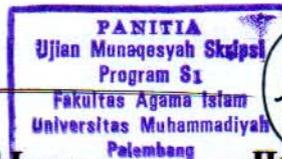
Fakultas Agama Islam

Universitas Muhammadiyah Palembang

Panitia Penguji Skripsi

Ketua

Azwar Hadi S.Ag., M.Pd.I
NBM/NIDN: 995868/0229097101



Sekretaris

Helvadi SH. M. H
NBM/NIDN: 995861/021803681

Penguji I

Drs. Hoirul Amri, M.E.Sy
NBM/NIDN : 1098812/0212056605

Penguji II

M. Jauhari S.E., M.Si
NBM/NIDN : 1096413/0231106903

Mengesahkan

Dekan Fakultas Agama Islam



Dr. Purmansyah Apriadi, S.Ag., M.Hum
NBM/NIDN: 731454/0215126904

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya bertanda tangan dibawah ini.

Nama : Santosa Eko Prasatya

Nim : 642015048

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian merupakan penciplakan karya orang lain. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang 2 april 2020

Peneliti



Santosa Eko Prasatya

642015048

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Bahwa rasulullah SAW datang menemui orang-orang yang menyediakan minuman dan pelayanan”(H.R Bukhari no 1528)

Skripsi Ini Kupersembahkan Kepada :

- ❖ Allah SWT atas berkat rahmat, karunia dan hidayahNya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini
- ❖ Orang Tua ku tercinta, Papa dan mama telah yang selalu memberi ku dukungan, mendo'akan keberhasilanku dan menjadi penyemangat hidupku
- ❖ Kakak-kakakku Sary Hartanti dan, Sari Hartika, pelengkap hidup. Supaya ini menjadi motivasi kalian untuk bisa lanjut ke pendidikan lebih tinggi lagi.
- ❖ Almamater ku tercinta
- ❖ Sahabatku yang selalu kasih support dari group Lebah Squad Rani Rosita, Muhammad Darmawan, Handoyo, dan Tina Luvita Sari
- ❖ Sahabatku yang selalu memotifasi dari grub JKT48 Rahmad Wahyudi, Abdul Alvin Darajat, Rahmad Afandi, Ibnu Bazar, Sodrianto, Adi Putra, Mardiansyah, Riski Andreansyah, Tri Pakoso.
- ❖ Teman-teman dari grub ISKAB yang telah memberikan semangat dan motifasi agar cepat menyelesaikan skripsi.
- ❖ Teman seperantauan Dila Geovani, Anis Niswah, Meyranti Angreani dan Nina Firsagita yang telah memberikan semangat dan motivasi supaya bisa menyelesaikan skripsi tepat waktu.
- ❖ Teman Seperjuangan Posko KKN 156 Jl.kasnariansyah KM.4.5

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah berkat rahmat, taufiq, hidayah dan inayah dari Allah, skripsi yang berjudul: “Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Ditinjau Menurut Perspektif Islam” dapat penulis selesaikan dengan tanpa adanya halangan yang berarti. Dalam penulisan ini penulis mendapat bimbingan dan sasaran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan ini dapat terealisasikan. Dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terimakasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada yang terhormat:

1. Orang Tua ku tercinta, Papa dan mama telah yang selalu memberi ku dukungan, mendo’akan keberhasilanku dan menjadi penyemangat hidupku
2. Bapak, Dr. Abid Djazili, S.E, M.M, Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang, selaku penanggung jawab penuh terhadap berlangsungnya proses belajar mengajar di lingkungan Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Bapak, Dr. Purwansayah Apriadi, S.Ag.,M.Hum., Selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang penanggung
4. Bapak, Dr. Drs. Antoni, M.H.I Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan bimbingannya dari Awal kuliah sampai persetujuan terhadap skripsi ini.
5. Bapak, Rijalus Shalihin, S.E.I., M.H.I Selaku Dosen pembimbing I dan Bapak, Idmar Wijaya, S.Ag., M.Hum Selaku Dosen pembimbing II yang

telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarah dan bimbingandalam penyusunan skripsi ini.

6. Pada dosen, pegawai administrasi, karyawan dan seluruh civitas akademik Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Palembang karena peran dan keberadaan mereka studi ini dapat terselesaikan.
7. Kepada manager dan seluruh karyawan Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang yang telah membantu memberikan fasilitas dan waktunya. Semua itu sangat berharga bagi penulis.
8. Rekan-rekan seperjuangan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi selama menjalankan masa kuliah di Universitas Muhammadiyah Palembang

Kepada mereka semua, penulis ucapkan terima kasih dan hanya untaian ucapan terima kasih dan permohonan maaf, semoga bimbingan dan bantuan yang telah diberikan dapat bermanfaat dan amal saleh mereka di terima serta mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah swt.

Penulis menyadari bahwa karena keterbatasan yang ada pada diri penulis, hasil penulisan ini masih jauh dari sempurna. Kritik dan saran demi untuk lebih sempurnanya penelitian ini sangat penulis hargai dan harapkan.

Palembang, Februari 2020

Penulis,

SANTOSA EKO PRASATYA
NIM : 642015048

ABSTRAK

Santosa Eko Prasatya, 2020. Judul dalam penelitian ini adalah “Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Ditinjau Menurut Perspektif Islam. Skripsi, Jurusan Ekonomi Syari’ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Palembang.

Rumusan masalah penelitian ini adalah (1) Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makan selera baru plaju. (2) Bagaimana perspektif islam terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makanselera baru plaju.

Tujuan penelitian ini adalah (1) Persepsi konsumen rumah makan selera baru plaju terhadap kualitas pelayanan karyawan. (2) Tinjauan hukum islam terhadap kualitas pelayanan karyawan rumah makan selera baru plaju.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian lapangan (*Field research*), dimana data-data yang dipakai adalah data yang diperoleh dari Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang. Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, dan data yang didapatkan penulis dengan menggunakan teknik observasi, interview, dokumentasi dan studi pustaka. Data yang dikumpulkan tersebut bersumber dari data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari proses interview dokumentasi dan kuensioner. Adapun data sekunder yaitu mencakup buku-buku yang mempunyai hubungan dengan masalah yang akan diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang hasilnya sangat baik dan mendekati sangat memuaskan bagi konsumen. Serta kualitas pelayanan karyawan pada Rumah Makan Selera Baru sudah sesuai dengan perspektif Islam sebagai mana di jelaskan pada Q.S Al-Baqarah ayat 267 dan HR. Bukhari No.6015.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PENGANTAR.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Masalah.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Metode Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Penelitian Terdahulu.....	14
B. Landasan Teori.....	16
1. Persepsi.....	16
2. Konsumen	19
3. Kualitas.....	22
4. Pelayanan.....	24
5. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam.....	30
BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Masakan Padang.....	35
B. Tentang Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang.....	36
C. VISI, MISI dan MOTTO Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang.....	36

D. Struktur Organisasi.....	37
E. Jobdesk Rumah Makan Selera Baru Palembang.....	38
F. Ciri Khas Rumah Makan Padang.....	40
G. Lokasi Rumah Makan Selera Baru Plaju	42
H. Eksterior dan Interior.....	43
I. Menu-Menu Rumah Makan Selera Baru.....	43
J. Jam Buka Oprasional.....	44

BAB IV ANALISA DATA

A. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang.....	45
B. Perspektif Islam Terhadap Kualitas Pelayanan Karyawan Pada Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang.....	50

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	55
B. Saran-Saran.....	56

DAFTAR PUSAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Struktur Organisasi Rumah Makan Selera Baru Plaju.....	36
Lokasi Rumah Makan Selera Baru Plaju Palembang.....	41
Eksterior (tampak luar) Rumah Makan Selera Baru.....	42
interior (tampak dalam) Rumah Makan Selera Baru.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan ekonomi telah mengakibatkan tingkat persaingan menjadi semakin tinggi sehingga mengakibatkan perilaku konsumen berubah dalam segi memenuhi kebutuhan dari konsumen sehingga terjadi persaingan bisnis bagi para pengusaha dibidang industri produk ataupun jasa, bisa kita lihat dengan semakin beragamnya macam barang ataupun jasa yang ditawarkan memberi peluang pada kita untuk memilih produk atau jasa yang sesuai dengan keinginan kita, akan tetapi perkembangan yang demikian itu bisa dirasakan sebagai sebuah beban bagi para pelaku bisnis. Mereka tidak bisa lagi menjalankan bisnisnya tanpa perhitungan dan perencanaan yang matang, karena semakin bertambahnya pelaku bisnis dalam industri dapat berarti semakin bertambahnya pesaing dan meningkatkan persaingan.

Saat ini perusahaan jasa berada pada lingkungan bisnis yang semakin sengit dengan adanya globalisasi. Perusahaan yang mempunyai kualitas yang baik akan merubah perilaku konsumen sehingga mempengaruhi kepuasan konsumen karena perusahaan yang memberi produk atau jasa berkualitas dan bermutu, serta dapat memenuhi tingkat kepentingan konsumen akan dapat lebih bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dari pesaingnya, sehingga perusahaan baru yang baru ingin masuk ke lingkungan pasar harus lebih mendalam lagi perilaku konsumen yang terus berkembang.

Salah satu untuk menarik konsumen yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan setelah menggunakan jasa tersebut, karena yang mampu memberikan kepuasan kepada pelangganlah yang akan memperoleh simpati, demikian pula hanya kepada konsumen, mereka telah pandai memilah-milah produk mana yang memberikan keuntungan yang lebih, serta pelayanan yang memuaskan. Sebagian industri sengaja memanjakan konsumen melalui pelayanan yang diberikan. Bahkan konsumen sudah dianggap sebagai raja, dan sebagai bos yang harus dipenuhi kebutuhan dan keinginan seperti dilayani secara cepat, dan akurat. Konsumen dibuat nyaman mungkin dengan keramahan dan sopan santun dari para karyawan rumah makan. Konsumen juga dibuat merasa nyaman dalam ruangan yang tidak membosankan dengan fasilitas ruangan yang menyenangkan.

Untuk menghadapi persaingan antara rumah makan yang semakin ketat sekarang ini telah dikembangkan berbagai konsep pelayanan konsumen dengan tujuan untuk mempertahankan konsumen dan menjangkau konsumen-konsumen potensial. Oleh karena itu industri tidak saja harus memperhatikan kualitas produknya tetapi harus memperhatikan persepsi konsumen melalui jasa layanan yang diberikan. Persepsi merupakan suatu perasaan yang timbul dan dirasakan oleh konsumen sebelum atau sesudah mengonsumsi barang atau jasa, persepsi juga merupakan suatu pengalaman yang dihasilkan melalui panca indra. Baik buruknya persepsi konsumen terhadap suatu jasa sangat tergantung pada kepuasan konsumen atas pelayanan yang telah diterima oleh

konsumen. Persepsi konsumen biasanya ditentukan oleh beberapa kondisi atau dimensi dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan, pilihan atas suatu restoran mungkin didasarkan atas beberapa kombinasi, pelayanan yang baik, menciptakan ruangan yang tidak membosankan konsumen. Karakteristik ini merupakan dari bagian dimensi-dimensi persepsi konsumen terhadap produk maupun jasa layanan diberikan.

Disamping itu, pihak industri juga mengharapkan konsumen dapat percaya bahwa rumah makan akan mampu memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal produk maupun jasa pelayanan. Itulah sebabnya saat ini pihak rumah makan berlomba-lomba untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik dan memuaskan bagi setiap kalangan masyarakat yang akan mampu yang telah berhubungan dengan dunia kuliner. Menurut Parasuraman ada dimensi yang relevan untuk menjelaskan kualitas pelayanan yang dikenal yaitu *Reability*, *Responsiveness*, *Empathy*. Dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan kunci utama untuk mengetahui apa persepsi konsumen terhadap rumah makan yang pada akhirnya berujung pada loyalitas konsumen.¹

Adapun konsep Islam mengajarkan dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan meberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 267:

¹ M.Zaki Azhari, *Persepsi Nasabah Terhadap Pelayanan Transaksi Keuangan BMI Syariah Cabang Palembang* (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden fatah palembang, 2015) hal 1-4-5.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

Artinya: *"Hai orang-orang yang beriman nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mataterhadapnya Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (Q.S Al-Baqarah: 267)*

Dimensi reliabel (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyediaan layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Quran surat An-Nahl ayat 91:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ (٩١)

Artinya: *"Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjanjikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat". (Q.S An-Nahl: 91).*

Dimensi responsiveness (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan atau ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Kepercayaan yang diberikan konsumen merupakan suatu amanat. Apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan dan kehancuran lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Untuk itu kepercayaan konsumen sebagai suatu amanat hendaaknya tidak disia-siakan dengan memberikan pelayanan secara profesional melalui pegawai yang bekerja sesuai dengan bidangnya dan mengerjakan pekerjaannya secara cepat dan tepat, sebagaimana yang dinyatakan dalam hadist Rasulullah SAW diriwayatkan oleh Bukhari yang artinya yaitu:

إِذَا ضَيِّعْتَ الْأَمَانَةَ فَانْتَظِرِ السَّاعَةَ قَالَ كَيْفَ إِضَاعَتُهَا يَا رَسُولَ اللَّهِ إِذَا أُسْنِدَ الْأَمْرُ إِلَى
غَيْرِ أَهْلِهِمَا نْتَظِرِ السَّاعَةَ

Artinya: “Apabila amanat disia-siakan maka tunggulah kehancuran, berkata seseorang: bagaimana cara menyia-nyiakan amanat ya Rasulullah? Berkata Nabi: apabila diserahkan suatu pekerjaan kepada yang bukan ahlinya, maka tunggulah kehancuran”. (HR. Bukhari No.6015).

Dimensi empathy (empati) berkenaan dengan kemauan pegawai untuk peduli dan memberi perhatian secara individu kepada konsumen. Kemauan ini yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi, memahami dan perhatian

terhadap kebutuhan serta keluhan konsumen. Perwujudan dari sikap empati ini akan membuat konsumen merasa kebutuhannya terpuaskan karna dirinya dilayani dengan baik. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan dan meningkatkan loyalitas konsumen. Berkenaan dengan empati, dalam Rasulullah SAW yang diriwayatkan oleh Bukhori Muslim, menyatakan:

عَنْ أَبِي حَمْرَةَ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - خَادِمِ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ - عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: " لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّى يُجِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُجِبُّ لِنَفْسِهِ "

رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ وَمُسْلِمٌ

Artinya: *"Abu Muas al-Asy'ary ra. Berkata: bersabda Nabi SAW, "seseorang muslim yang menjadi bendahara (kasir) yang amanat, yang melaksanakan apa-apa yang diperintahkan kepadanya kepada siapa yang diperintahkan memberikannya, maka bendahara itu termasuk salah seorang yang mendapat pahala bersedekah". (HR. Bukhari dan Muslim).²*

Persaingan bisnis makanan pada beberapa tahun ini berkembang semakin pesat, bisnis ini mulai menjamur disetiap daerah rumah makan Selera Baru adalah sebuah rumah makan minang yang ada dikota Palembang terletak di Plaju. Rumah makan Selera Baru ini menyajikan pilihan menu dari berbagai varian bakso, mie ayam, nasi goreng serta menyajikan pula berbagai varian minuman.

Ide bisnis cemerlang ini tampaknya sangat menggiurkan. Tidak lama setelah Rumah makan Selera Baru berdiri, mulai muncul warung-warung dan

²[https://ridwan202.wordpress.com/2013/12/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam\(24-oktober-2018-13:45\)](https://ridwan202.wordpress.com/2013/12/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam(24-oktober-2018-13:45)).

restoran lain yang mengusung konsep nyaris sama dengan rumah makan Selera Baru. Hal ini perlu diperhatikan oleh rumah makan Selera Baru, karena konsumen yang sekarang merupakan konsumen yang sudah tumbuh dan berkembang konsumen dapat mengevaluasi kualitas pelayanan yang diberikan rumah makan Selera Baru setiap harinya. Oleh karena itu. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada rumah makan Selera Baru Plaju dalam bentuk penulisan skripsi dengan judul:

“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN PADA RUMAH MAKAN SELERA BARU DITINJAU MENURUT PERSPEKTIF ISLAM”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makan selera baru plaju?
2. Bagaimana perspektif islam terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makanselera baru plaju?

C. Batasan Masalah

Dalam pembatasan masalah yang akan diteliti, perlu adanya pembatasan masalah dengan tujuan untuk meneliti salah satu masalah yang relevan dari segi waktu, biaya, dan kemampuan lainnya.

Pada skripsi ini penulis akan membatasi masalah dalam penelitian ini, peneliti akan lebih fokus pada variabel kualitas pelayanan (*reliability, responsiveness, dan empathy*).

D. Tujuan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui

1. Persepsi konsumen rumah makan selera baru plaju terhadap kualitas pelayanan karyawan.
2. Tinjauan hukum islam terhadap kualitas pelayanan karyawan rumah makan selera baru plaju.

E. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian tentang persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan di rumah makan Selera Baru Plaju, penulis penulis mengharapkan terdapat manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makan Selera Baru Plaju.

2. Bagi Rumah Makan Selera Baru Plaju

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi informasi dan saran bagi owner, manager, dan juga staf industri tentang persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan di rumah makan Selera Baru Plaju, sehingga dimasa yang akan datang industri dapat penentuan kebijakan dan strategi pemasaran yang lebih menguntungkan sehingga dapat membentuk persepsi yang positif dan dapat meningkatkan jumlah kunjungan setiap tahunnya.

3. Bagi Universitas Muhammadiyah Palembang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka sehingga dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti sejenis.

F. Metode penelitian

Setiap penelitian ilmiah agar dapat mencapai hasil yang baik dan sistematis, maka harus menggunakan metode penelitian.

Adapun metode penelitian dalam skripsi ini adalah:

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field research*) yang bersifat kualitatif, yaitu penelitian lapangan yang datanya diperoleh langsung dari lapangan, baik berupa hasil observasi, interview dan dokumentasi. Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan

prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantitatif (pengukuran).³

2. Sumber Data

Sumber adalah objek dari data dapat diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari objek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung dari subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Adapun sumber data primernya diperoleh dari para konsumen rumah makan selera baru plaju berupa kuensioner.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak langsung dari subjek penelitiannya. Menggunakan data ini sebagai data pendukung yang berhubungan dengan penelitian. Sumber data sekunder yang dipakai oleh penulis adalah beberapa sumber yang relevean dengan penelitian yang dilakukan, antara lain: buku-buku yang berkaitan dengan kegiatan pelayanan dan literatur-literatur lainnya yang mendukung

3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang

³V. Wira Sujarwena, *Metode Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*,: (PUSTAKA Baru Pess Yogyakarta, 2014) hlm. 32

ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Sedangkan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Menurut Suharsin Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil yang akan diteliti.⁵ Dalam penelitian ini, populasinya adalah karyawan rumah makan dan sampel yaitu konsumen rumah makan.

4. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data. Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan:

a. Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan mendapatkan informasi yang diperlukan untuk menyajikan gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu, melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, atau suasana tertentu.⁶ Dalam hal ini penelitian mengadakan pengamatan langsung terhadap karyawan rumah makan selera baru plaju.

b. *Interview*

⁴ibid, hal. 65.

⁵Suharsimi Arikunto, 1989, Op. Cit, hal 21.

⁶ibid, hlm. 32.

Interview adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan percakapan langsung dengan orang sebagai sumber informasi untuk memperoleh suatu penjelasan. Penjelasan dalam hal ini terkait dengan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan rumah makan selera baru plaju.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data berupa sumber data tertulis atau yang berbentuk tulisan. Sumber data tertulis dapat berupa dokumentasi resmi, buku, majalan, arsip, ataupun dokumentasi pribadi dan juga foto. Dokumentasi dalam penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data terkait persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan rumah makan selera baru plaju.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

Bab I Pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan pustaka berisi penelitian terdahulu, landasan teori yang menjelaskan tentang pengertian persepsi, macam-macam persepsi, definisi konsumen, pengertian kualitas dan definisi pelayanan.

Bab III Berisi gambaran umum objek penelitian yaitu sejarah masakan padang, tentang rumah makan Selera Baru, visi misi dan motto, struktur organisasi, jobdesk rumah makan Selera Baru, ciri khas rumah makan padang, lokasi, eksterior dan interior, menu-menu rumah makan Selera Baru, dan jam oprasional.

Bab IV Membahas tentang hasil penelitian, Pada bab ini akan dijelaskan tentang persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makan selera baru plaju dan perspektif islam terhadap kualitas pelayanan karyawan pada rumah makan selera baru palaju.

Bab V Yaitu penutup yang berisi simpulan dan saran-saran.

DAFTAR PUSTAKA

- Gronroos. *Citra Organisasi Jasa*: PT Selemba Jakarta. 1990.
- Gaspersz, Vincent. *Total Quality Management*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2015.
- Hassanudi. *Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Prehallindo, Jakarta. 2005
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*, Cetakan I, Pustaka Belajar, Yogyakarta 2009.
- Irawan, Maulana. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT. Alex Media Komputindo, Jakarta. 2011.
- Irawan dan Handi. *Pemasaran, Prinsip dan Kasus*. Edisi Kedua, BPFE, Yogyakarta. 2002.
- Kotler dan Keller. *Perilaku Konsumen*, edisi pertama, Graha Ilmu. 2009.
- Kotler dan Armstrong. *Fungsi Ekonomi*, Jakarta. 2000.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 2*. Ahli Bahasa Oleh Damos Sihombing, Erlangga. Jakarta. 2007.
- Kotler dan Armstrong. *Fungsi Ekonomi*, Jakarta. 2000
- Keputusan Menteri Negara Aparatur Negara No.63 Tahun 2003*.
- Kotler, Philip. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 2, Ahli Bahasa Oleh Damos Sihombing. Erlangga. Jakarta. 2007.
- Lina, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi, terhadap Kepuasan Konsumen pada Rumah Makan Istana Hot Plate Medan*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. 2017.
- M.Zaki Azhari, *Persepsi Nasabah Terhadap Pelayanan Transaksi Keuangan BMI Syariah Cabang Palembang* (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, 2015).
- M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor Ghalia Indonesia. 2015.
- Napitupulu, Paimin. *Pelayanan Publik dan Customer Satisfaction*. Bandung: PT. Alumni. 2007.

- Nawawi, Ismail, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2012.
- Purnama, Nursya'bani. *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Yogyakarta: EKONISIA. 2006
- Q.S Albaqarah: 267.
- Suharsimi Arikunto, 1989, Op. Cit.
- Suharman. *Psikologi Kognitif*. Surabaya: Srikandi. 2005.
- Swasta, Basu. *Asas-asas Marketing, Edisis III, Cet II*. Liberty, Yogyakarta. 1996
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, PT. Rosdakarya, Bandung. 2002
- Stephen P. Robbins. *Organizational Behavior*, Prentice Hall Internasional Inc. New Jersey New York. 1998.
- Stanton, F. R. *Manajemen Strategis, Konsep*. Salemba Empat, Jakarta. 2003.
- Sinambela, Lijan Poltak et.al. *Reformasi Pelayanan Publik Teori, Kebijakan, dan Implementasi*. Jakarta: Bumi Aksara. 2006
- Supranto, Johannes, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta, 1997.
- Toha, Mifta. *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: Grafindo Prasad. 2007.
- Utami, *Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express*, Fakultas Teknik Universitas Negeri Yogyakarta. 2014.
- V. Wira Sujarwena, *Metode Penelitian Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*, Yogyakarta: PUSTAKA Baru Pess, 2014.
- Wawancara Dengan Bapak Arif Rahman Di Rumah Makan Selera Baru, Tanggal 10 Januari 2020, Jam 18.44.
- Zeithaml, Parasuraman, Berry (*A Conceptual Model of Service Quality*. *Jurnal of Marketing*, Vol: 49, Fall 1998).

Sumber Internet

[https://ridwan202.wordpress.com/2013/12/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam\(24-oktober-2018-13:45\)](https://ridwan202.wordpress.com/2013/12/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam(24-oktober-2018-13:45)).

<https://media.neliti.com/media/publications/267913-kualitas-pelayanan-dalam-islam>.