

SKRIPSI

**PENGARUH *ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PT
IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE**



OLEH :

**NUR RAHMADANI
NIM. 2020203860202046**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

**PENGARUH *ISLAMIC SERVICE QUALITY* DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PT
IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE**



**OLEH
NUR RAHMADANI
2020203860202046**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2025

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya
Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Rahmadani

Nim : 2020203860202046

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Pembimbing : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Nomor.B.296/In.39/FEBI.04/PP.00.9/1/2024

Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama : Dr. An Ras Try Astuti, M.E.
NIP : 19901223 201503 2 004

Pembimbing Pendamping : Arwin, S.E., M.Si.
NIP : 19910203 201903 1 013

(.....)

(.....)

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzaffar Muhammadun, M.Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya
Kota Parepare

Nama Mahasiswa : Nur Rahmadani

Nim : 2020203860202046

Program Studi : Ekonomi Syariah

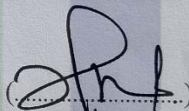
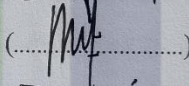
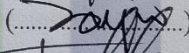
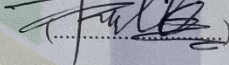
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi

Pembimbing : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Nomor.B.296/In.39/FEBI.04/PP.00.9/1/2024

Tanggal Kelulusan : 24 Juli 2025

Disetujui Oleh Komisi Penguji

Dr. An Ras Try Astuti, M.E.	(Ketua)	
Arwin, S.E., M.Si.	(Sekretaris)	
Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M. Th. I.	(Anggota)	
Besse Faradiba, S.E., M.M.	(Anggota)	

Mengetahui:

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

سَمِ اللّٰهُ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ

الْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلٰى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلٰى
اٰلِهِ وَصَحْبِهِ اَجْمَعِيْنَ اَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini sebagai salah satu syarat kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ayahanda (Alm. Burhanuddin) dan Ibunda (Nursia) yang menjadi alasan paling utama penulis dalam memperjuangkan pendidikan hingga saat ini. Gelar ini kuperjuangkan untuk Alm Ayahanda dan Ibunda.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa bantuan bimbingan yang diberikan oleh Ibu Dr. An Ras Try Astuti, M.E. selaku pembimbing utama dan Bapak Arwin, S.E., M.Si selaku pembimbing pendamping atas bimbingan dan bantuan yang diberikan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Penyusunan skripsi ini juga banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag. sebagai Rektor IAIN Parepare yang telah berusaha menjadikan IAIN Parepare menjadi kampus yang lebih baik dan maju.
2. Ibu Prof. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Bapak Arwin, S.E., M.Si sebagai Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I. selaku dosen penguji I yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan penilaian serta saran demi menyempurnakan penelitian ini.
5. Ibu Besse Faradiba, S.E., M.M. selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan penilaian serta saran demi menyempurnakan penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah meluangkan waktunya untuk mendidik dan memberikan ilmu pengetahuannya selama proses perkuliahan di IAIN Parepare.
7. Bapak Ibu Staff Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan informasi terkait akademik.
8. Kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian baik karyawan SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dan Masyarakat Kota Parepare.
9. Kepada Nur Adha Burhanuddin selaku kakak kandung pertama yang menjadi alasan penting penulis sehingga bisa berkuliah dengan dukungan dan usaha finansial menggantikan Almarhumah Bapak untuk memberikan yang terbaik kepada penulis. terima kasih untuk kasih sayang dan dukungan yang tidak nampak secara langsung kepada penulis.
10. Kepada Nur Mila Burhanuddin dan Nurhalisa Burhanuddin selaku kakak kandung kedua dan ketiga penulis. Terima kasih telah memberikan dukungan, doa dan semangat kepada penulis.
11. Kepada Akbar yang telah memberikan dukungan berupa ide pikiran maupun tindakan hingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini terima kasih atas

support yang diberikan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis.

12. Rafida Mahmud dan Ina Kurnia selaku sahabat penulis. Terima kasih telah meluangkan waktunya untuk menjadi pendengar dan memberikan masukan kepada penulis. Terima kasih telah membantu penulis dalam hal bimbingan dan keliling kampus.
13. Semua teman-teman seperjuangan Prodi Ekonomi Syariah, PPL, KKN Reguler 34 Posko 83 Desa Bolang Kabupaten Enrekang Kecamatan Alla Tahun 2023 yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis.
14. Terakhir, Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri atas ketekunan, kesabaran, dan rasa syukur yang telah dijaga selama proses penyusunan tugas akhir ini. Segala proses yang dilalui baik tantangan maupun pembelajaran menjadi pengalaman berharga yang turut membentuk kedewasaan berfikir dan sikap penulis kedepannya.

Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak yang telah membaca skripsi ini guna memberikan perbaikan-perbaikan dimasa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Akhir kata sebagai penutup, penulis mengucapkan banyak banyak terima kasih semoga bermanfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

Parepare, 13 Februari 2025
14 Syaban 1446 H

Penulis



NUR RAHMADANI
NIM. 2020203860202046

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nur Rahmadani
NIM : 2020203860202046
Tempat/Tgl Lahir : Parepare, 17 November 2002
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare

Menyatakan dengan sungguh sungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri, apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikasi, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 13 Februari 2025
14 Syaban 1446 H

Penulis



NUR RAHMADANI
NIM. 2020203860202046

ABSTRAK

Nur Rahmadani, *Pengaruh Islamic Service Quality dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.*

(Dibimbing oleh Ibu Dr. An Ras Try Astuti, M.E dan bapak Arwin, S.E., M.Si)

SPBU PT Imam Laega Jaya memiliki masalah pelayanan serta fasilitas yang menurunkan kepuasan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk meneliti pengaruh *islamic service quality* dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Islamic Service Quality* dan Fasilitas sebagai variabel *Independent* dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel *Dependent*.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer dimana pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian yakni kuesioner yang disebar kepada masyarakat yang pernah melakukan transaksi di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling*. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 97 responden dengan pengolahan data primer menggunakan teknik *Statistical Packege For Science* (SPSS) Versi 25.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa : Pertama, berdasarkan hasil uji hipotesis untuk uji t (parsial) menunjukkan nilai signifikasi untuk variabel *Islamic service quality* $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,992 > \text{nilai t tabel } 1,986$ sehingga dinyatakan bahwa variabel *Islamic Service Quality* (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Kedua, berdasarkan hasil uji hipotesis untuk uji t (parsial) menunjukkan nilai signifikasi untuk variabel Fasilitas $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,372 > 1,986$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Ketiga, uji hipotesis untuk uji F (Simultan) menunjukkan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $78,978 > 3,09$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel *Islamic Service Quality* (X1) dan Fasilitas (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Hasil penelitian menunjukkan *islamic service quality*, dan fasilitas sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega jaya Kota Parepare yang mampu meningkatkan citra merek dan reputasi perusahaan. Meningkatnya kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dapat memperbaiki reputasi perusahaan dimata masyarakat, yang dapat berdampak positif pada citra merek dan menarik lebih banyak pelanggan baru.

Kata Kunci : *Service Quality, Fasilitas, Kepuasan, Pelanggan*

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PROPOSAL SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	8
B. Tinjauan Teori.....	11
C. Kerangka Pikir.....	23
D. Hipotesis	24
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
A. Populasi dan Sampel.....	26
B. Jenis dan Sumber Data	28

C.	Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data	28
D.	Definisi Operasional Variabel.....	30
E.	Instrumen Penelitian.....	31
F.	Teknik Analisis Data.....	32
BAB IV		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		39
A.	Hasil Penelitian.....	39
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	67
BAB V		78
PENUTUP		78
A.	Simpulan.....	78
B.	Saran	79
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83
BIODATA PENULIS		113

DAFTAR TABEL

No Tabel	JUDUL TABEL	HALAMAN
1.1	Data Jumlah Keluhan Konsumen SPBU 74.91154	5
3.1	Defenisi Operasional Variabel	29
3.2	Skala Likert	31
3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	38
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	40
4.4	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X1	42
4.5	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel X2	45
4.6	Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Y	48
4.7	Hasil Uji Validitas Variabel X	49
4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Y	49
4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	50
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	51
4.11	Hasil Uji Normalitas menggunakan One Sample Kolmogrof Smirnov Test	53
4.12	Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
4.13	Hasil Uji Regresi Linea4 Berganda	55
4.14	Hasil Uji Parsial (Uji t)	56
4.15	Hasil Uji F (Simultan)	57
4.16	Hasil Uji R ² (Koefisien Determinasi)	58
4.17	Hasil Uji Sumbangan Efektif	59

DAFTAR GAMBAR

NO. GAMBAR	JUDUL GAMBAR	HALAMAN
1.1	Kerangka Fikir	22
4.1	Hasil Uji Grafik P-Plot	51
4.2	Hasil Uji Histogram	52



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Surat Keputusan Penetapan Pembimbing Skripsi	71
2.	Surat Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian dari Fakultas Konomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare	72
3.	Surat Rekomendasi Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare	73
4.	Surat Keterangan Selesai Meneliti	74
5.	Hasil Turnitin	75
6.	Pedoman Kuesioner	76
7.	Data Responden	80
8.	Deskripsi Jawaban Responden	85
9.	Hasil SPSS	90

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Trnsliterasi

a. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda.

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ya
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El

م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ya

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

a. Vokal

- 1) Vokal tunggal (*monoftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	A
اِ	Kasrah	I	I
اُ	Dammah	U	U

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَـ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وَـ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

حَوْلَ : haula

b. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ/ـَـيْ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
ـِـيْ	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
ـُـوْ	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

c. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha (h)*.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

d. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعَمَّ : *Nu'ima*

عُدُوْ : *'Aduwwun*

Jika huruf ى bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah (i)*.

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

e. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif* (اليف). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasikan seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiah* maupun huruf *qamariah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الْفَلَسَفَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

f. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

g. Kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari pembendaharaan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dar *Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fī ṣilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-lafẓ lā bi khusus al-sabab

h. *Lafẓ al-Jalalah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللهِ *Dīnullah*

بِالله *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafẓ al-jalālāh*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللهِ *Hum fī rahmmatillāh*

i. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*).

Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an

Nasir al-Din al-Tusī

Abū Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abū* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad* (bukan: *Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu*)

Naṣr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi *Abū Zaid, Naṣr Hamīd* (bukan: *Zaid, Naṣr Hamīd Abū*)

1. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subḥānāhu wa ta‘āla</i>
saw.	=	<i>ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam</i>
a.s.	=	<i>‘alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS .../ ...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلی اللہ علیہ وسلم

ط	= طبعة
دن	= بدون ناشر
الخ	= إلى آخرها/إلى آخره
ج	= جزء

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

- ed. : Editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).
- et al. : “Dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari *et alia*). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.
- Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.
- Terj : Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan kata terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya
- Vol. :Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz
- No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sebagai bagian dari persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi saat ini, masalah kualitas sangat penting, dan setiap perusahaan harus sangat memperhatikannya jika mereka ingin bertahan dalam lingkungan bisnis ini. Pada intinya, melihat dari sudut pandang pelanggan sama untuk sektor publik dan sektor bisnis, yaitu mengetahui bagaimana pelanggan melihat organisasi. Perbedaannya terletak pada pelanggannya.

Kualitas layanan yang baik pasti akan membuat pelanggan puas dan pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, seperti membangun hubungan yang harmonis antara penyedia barang dan jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik untuk mencapai kepuasan pelanggan, dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi penyedia layanan.

Sebagai salah satu penyedia utama bahan bakar di Indonesia, perlu terus beradaptasi dan meningkatkan layanannya untuk memenuhi ekspektasi yang semakin tinggi dari pelanggan. Analisis tentang pengaruh *Islamic service quality* dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana aspek-aspek ini berkontribusi dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.¹

¹ Nyoman Sudapet, "Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Kota Surabaya," *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)* 2, no. 1 (2018): 42.

Kualifikasi layanan *Islamic* di SPBU mencakup beberapa faktor penting, seperti keramahan petugas, kecepatan layanan, kemampuan menangani transaksi, dan kemampuan memberikan informasi yang akurat kepada pelanggan. Layanan yang ramah dan efektif membuat pelanggan merasa dihargai dan puas. Kualitas layanan juga mencakup kemampuan karyawan untuk menangani keluhan dan memberikan solusi yang memuaskan bagi pelanggan. Dengan menjaga kualitas layanan yang tinggi, SPBU meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan hubungan yang lebih baik dalam jangka Panjang.

Persepsi pelanggan sangat dipengaruhi oleh fasilitas yang tersedia di SPBU, seperti pencahayaan pada mesin pompa, kebersihan area, kelengkapan toko minimarket, ketersediaan toilet yang bersih, dan kenyamanan ruang tunggu. Fasilitas yang baik dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen saat mengisi bahan bakar. Kehadiran fasilitas yang lengkap dan terawat dengan baik menunjukkan komitmen SPBU untuk memberikan pelayanan terbaik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan karena pelanggan cenderung lebih memilih dan menggunakan layanan SPBU yang menawarkan fasilitas yang memadai dan nyaman.

Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPBU) Pertamina sangat bergantung pada kepuasan pelanggan, yang merupakan bagian penting dari kesuksesan suatu perusahaan dalam jangka panjang. *Islamic Service Quality* dan Fasilitas yang disediakan adalah beberapa faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam industri perminyakan dan gas yang semakin

kompetitif, memprioritaskan kepuasan pelanggan menjadi strategi yang sangat penting. Faktor utama dalam menarik dan mempertahankan pelanggan adalah layanan yang ramah dan efisien serta fasilitas yang lengkap dan berkualitas. Pelanggan sendiri mempunyai arti, yaitu kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul ketika mereka membandingkan kinerja produk (atau hasil) dengan harapan mereka.²

Jika kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan meningkat, SPBU itu sendiri akan mendapatkan keuntungan. Pelanggan yang puas akan terus membeli BBM di SPBU tersebut karena pelayanan yang baik, cepat, teliti, dan akurat dapat membuat pelanggan puas dan setia, sehingga pelanggan akan tetap setia pada SPBU tersebut. Jadi, kualitas layanan adalah strategi dasar bisnis atau spesifikasi untuk membuat barang dan jasa yang membuat pelanggan mudah memenuhi kebutuhannya.

Berikut ini merupakan data banyaknya keluhan pelanggan SPBU 7491154 PT Imam Laega Jaya Kota Parepare di lihat dari *service quality* dan fasilitas yang di berikan.

Tabel 1.1
Data Jumlah Keluhan Konsumen SPBU 74.91154

Tahun	Jumlah pelanggan yang menyampaikan keluhan	
	Jenis keluhan	
	Pelayanan	Fasilitas

² Roy Jordi, Putri Anisha Desvinaty, and Tata Sutabri, "IJM : Indonesian Journal of Multidisciplinary Analisis Pengaruh Fasilitas Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di SPBU Pertamina" 2 (2024): h 29.

2023	13 orang	13,4%	3 orang	7,5%
2024	45 orang	46,39%	18 orang	18,5%

Sumber : SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare, 2025

Penyampaian keluhan pelanggan dilakukan dengan cara menyampaikan langsung kepada pihak kantor di SPBU 7491154. Pada tahun 2024 mengalami kenaikan jumlah keluhan setelah di terapkannya sistem pengaduan secara langsung di kantor SPBU. Keluhan tersebut terbagi menjadi dua yaitu pelayanan dan fasilitas.

Berdasarkan pengamatan penulis, *Islamic Service Quality* dan Fasilitas yang ada di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dirasa masih kurang hal ini terlihat dari keandalan SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat belum memuaskan. Daya tanggap SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare tentang kemampuan operator serta perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat belum didapatkan oleh pelanggan. Jaminan yang ada di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan masih rendah. Empati SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dalam memberikan kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang baik belum terjalin dengan baik.

Pihak SPBU harus dapat menganalisis keluhan-keluhan dari pelanggan dan memperbaiki kekurangan yang ada untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk dapat mempertahankan pelanggan, pihak SPBU harus melakukan evaluasi terhadap keluhan yang di berikan oleh pelanggan,

sehingga ketidakpuasan pelanggan dapat di kurangi. Oleh karena itu penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan di atas, dapat di rumuskan pokok permasalahan yang akan menjadi focus penelitian ini, yaitu :

1. Apakah terdapat pengaruh *islamic service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare?
2. Apakah terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare?
3. Apakah terdapat pengaruh *islamic service quality* dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di tuliskan oleh peneliti maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *islamic service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya kota Parepare.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan manfaat yang dapat diperoleh apa yang telah diteliti ini ialah dapat memberi gambaran pada dua wilayah yang berbeda , di antara sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Diharapkan sebagai sumber referensi mampu menjadi tambahan wawasan ilmu pengetahuan untuk setiap orang yang membaca terutama terkait pelayanan dan fasilitas.
- b. Mampu mengembangkan khasanah ilmu pengetahuan serta teknologi terkhusus dalam kajian teori ekonomi Islam merupakan hal yang diharapkan dari penelitian ini.
- c. Untuk peneliti baru, diharapkan bisa digunakan sebagai bahan mencari informasi dan juga rujukan penelitian topik yang bersangkutan baik bersifat sebagai pelengkap maupun lanjutannya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis mengembangkan ilmu serta pengetahuan yang dimiliki penulis terkait pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, dan juga mencari tahu kesesuaian antar teori dengan praktik yang ada.
- b. Bagi para pelaku usaha diharapkan bisa memberi masukan bagi para pelaku usaha terkait hal yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan fasilitas.
- c. Bagi peneliti selanjutnya mampu digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk di kembangkan lebih lanjut, dan sebagai bahan

rujukan bagi peneliti selanjutnya lebih khusus bagi yang mengambil topik yang sama.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Ringkasan penelitian relevan yang terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, karena penelitian ini juga mengacu pada penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya.

1. Suprianto dengan judul *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14.227.318 PT Panca Hammar Lestari Panyabungan)*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan dan fasilitas untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Objek penelitiannya adalah kualitas pelayanan dan fasilitas yang ada pada SPBU 14.227.318 PT Pancar Hammar Lestari Panyabungan. Data di kumpulkan dengan metode kuantitatif yaitu dengan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 69 responden. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318 Panyabungan, tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318, terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di SPBU 14.227.318.³

³ Suprianto, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Panca Hammar Lestari Panyabungan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. 2021

Adapun perbedaan hasil penelitian ini, dimana penelitian ini dilakukan dalam konteks meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan citra merek guna untuk menarik pelanggan baru serta untuk memperhatikan *islamic service quality* dan fasilitas SPBU PT Imam Laega Jaya yang sesuai dengan nilai-nilai islami dan sesuai dengan ketentuan dalam kategori PASTI PAS.

2. Fahmi Hidayat dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening*. Menggunakan metode penelitian Analisis Path dengan hasil menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen kemudian variabel fasilitas mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas.⁴

Adapun perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu yakni *islamic service quality* sesuai dengan nilai-nilai islami dan ketentuan PASTI PAS berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dipastikan dapat meningkatkan citra merek perusahaan tersebut. Kemudian fasilitas juga berpengaruh terhadap peningkatan kepuasan pelanggan yang juga dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga pelanggan akan terus memilih spbu tersebut.

3. Tuti Alawiyah dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Lebak Jaya Motor, Parung Bogor*

⁴ Fahmi Hidayat, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi: Armajaya Tour and Travel Kota Semarang)*, 2021.

Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif atau penelitian survey dengan pendekatan korelasional. Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan di peroleh hasil bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan (Berpengaruh).⁵

Adapun perbedaan hasil penelitian ini terletak pada objek penelitian dimana peneliti menambahkan fasilitas sebagai variabel independen untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan, juga penelitian ini berfokus mengukur kepuasan pelanggan terhadap SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare sebagai SPBU PASTI PAS!.

4. Duan Ronaldi dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kenyamanan Konsumen di Tinjau dari Perspektif Bisnis Islam*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis data yang digunakan adalah data primer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kenyamanan konsumen, fasilitas berpengaruh positif secara signifikan dengan kenyamanan konsumen. Hasil pengamatan dari perspektif bisnis islam mengenai kualitas pelayanan dan fasilitas telah terlaksanakan dengan baik sesuai dengan nilai-nilai syariah meskipun belum maksimal.⁶

Adapun perbedaan hasil penelitian ini dengan penelitian terdahulu salah satu nya lokasi, kemudian peneliti sebelumnya menggunakan variabel dependen (Y) kenyamanan konsumen sedangkan penelitian ini menggunakan kepuasan pelanggan pada variabel dependen. Fokus

⁵ Tuti Alawiyah, “Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Lebak Jaya Motor , Parung Bogor Jawa Barat,” *Skripsi*, 2021.

⁶ Duan Ronaldi, “ Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kenyamanan Konsumen (Studi Pada Pengunjung Mall Boemi Kedaton),” *Skripsi*, 2022.

penelitian ini terletak pada peningkatan kepuasan pelanggan agar terus memilih SPBU PT Imam Laega Jaya sebagai tempat pengisian bahan bakar yang sesuai dengan nilai-nilai islami dan ketentuan PASTI PAS.

B. Tinjauan Teori

1. *Islamic Service Quality*

Kualitas layanan *Islamic* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan tentang layanan yang mereka peroleh atau terima. Menurut Wyekof, kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dari kedua definisi di atas, kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berfokus pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan tepat sehingga memenuhi harapan pelanggan secara berimbang.⁷

Menurut penelitian oleh An Ras Try Astuti, bahwa etika kerja Islami (*Islamic Work Ethic*) secara signifikan meningkatkan respons karyawan dan kepuasan kerja dalam perbankan syariah Indonesia. Temuan ini relevan dalam konteks SPBU, karena pendekatan layanan yang berdasarkan nilai-nilai Islami seperti profesionalisme, empati, dan

⁷ Wiwik Sulistiyowati, ST., M.T., “ *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*”, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2018.

kejujuran dapat meningkatkan persepsi kualitas layanan dan berkontribusi pada tingkat kepuasan pelanggan.⁸

Dalam dunia bisnis, bukan hanya barang dan jasa yang harus diperhatikan. Karena kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

Islamic service Quality (Kualitas pelayanan) juga dapat diartikan sebagai tolak ukur dalam menilai suatu kualitas dari sebuah barang atau jasa. Kualitas pelayanan merupakan seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan penerima jasa terhadap pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan menjadi salah satu hal yang harus dimaksimalkan dan diperhatikan agar suatu pelayanan mampu bertahan dan tetap menjadi pilihan bagi pengguna layanan.⁹

Pelayanan (*service*) adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan pemberi jasa. Peran pelayanan akan menjadi lebih besar dan akan menentukan apakah kegiatan pelayanan tersebut bersaing untuk merebut pangsa pasar atau pelanggan. Pelayanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan pelanggan adalah salah satu cara untuk meningkatkan penjualan jasa dibandingkan pesaing.

Konsep kualitas pelayanan pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada perspektif yang digunakan untuk menentukan

⁸ An Ras Try Astuti. *Islamic Work Ethics, Employee Response, and Job Satisfaction: An Exploration of Indonesian Islamic Banking Employees.* "Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi" 11, no. 1 (2024): 59–72.

⁹ "Nova Nur Kirana, "Program Studi Administrasi Publik," 2023.

karakteristik spesifikasi. Pada dasarnya, terdapat tiga orientasi kualitas pelayanan, yang seharusnya konsisten satu sama lain: persepsi pelanggan.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan seseorang kepada pihak lain melalui penyajian produk atau jasa sesuai dengan selera, harapan, dan kebutuhan pelanggan. Jika perusahaan dapat memberikan pelayanan yang sesuai dengan keinginan pelanggan, maka kualitas pelayanannya baik, dan pelanggan akan terus membeli produk dari perusahaan tersebut.¹⁰

Digitalisasi dan literasi syariah memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas layanan. Umaina dan Aefih Al-Kharaj menegaskan bahwa edukasi dan literasi keuangan syariah melalui platform layanan Lembaga dapat memperkuat persepsi kualitas layanan. Hal ini sejalan dengan temuan empiris lainnya yang menunjukkan bahwa *Islamic Service Quality* yang mencakup dimensi seperti keandalan, responsivitas, dan assurance secara langsung memengaruhi kepuasan pengguna layanan.¹¹

Kualitas pelayanan berarti menakar dalam memberikan suatu layanan atau bantuan kepada orang yang memerlukan. Dalam Tindakan tersebut tercermin perilaku terpuji. Meskipun setiap agama mendorong munculnya sikap melayani disetiap orang, agama Islam memberi penekanan khusus tentang sikap ini. Dalam Islam, pilar sikap melayani

¹⁰ S Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2020.

¹¹ Umaina dan Aefih Al-Kharaj, “Edukasi dan Literasi Lembaga Keuangan Syariah pada Ibu Rumah Tangga di Desa Padaelo Parepare,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram* 4, no. 2 (2023): 201–206.

adalah berbuat ihsan kepada orang lain. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah Swt telah berbuat baik kepada manusia. Dalam surah Al-Qashash ayat 77 Allah berfirman :

وَأَتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۚ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۚ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya :

“ Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”¹²

Ibn Katsir dalam Tafsir al-qur'an al-Adzim.¹³ Menafsirkan ayat diatas agar kita selalu menggunakan harta dan nikmat sebagai bekal bentuk ketaatan dan untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan mengerjakan berbagai macam kebaikan agar mendapat pahala di dunia dan kebaikan di akhirat. Maka penuhilah kewajiban tersebut, serta berbuat baiklah kepada sesama makhluk sebagaimana Allah berbuat baik kepadamu.

Janganlah engkau berkeinginan untuk berbuat kerusakan dimuka bumi dan jangan pula berbuat jahat kepada ciptan-Nya. Dalam ilmu tafsir kontemporer, Quraish Shihab menekankan keseimbangan antara orientasi *duniawi* dan *ukhrawi*.¹⁴ Sikap ihsan yang menjiwai setiap aktifitas

¹² Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 2019. Q.S.Al-Qhashash : 77.

¹³ Al-Hafidz Ibnu Katsir, Juz II, (Bairut: Darul Kutub Ilmiah), 2006, h 223.

¹⁴ Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 10, (Jakarta : Lentera Hati, 2002) h 408.

pelayanan harus dilandasi dengan ilmu kualitas pelayanan yang benar, tanpa pengetahuan kualitas pelayanan, sikap ihsan kita tidak akan tepat sasaran. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang benar tentang bagaimana cara mempraktikkan pelayanan yang baik.

Ayat di atas sangat terkait dengan penelitian yang akan penulis lakukan, yaitu tentang pelayanan. Dengan kata lain, dalam memberikan pelayanan dari bisnis yang dijalankan pihak Perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik sesuai dengan syariat islam.

2. Indikator *Islamic Service Quality*

Pasti ada indikator, atau komponen, dalam kualitas layanan, yang berfungsi sebagai tolak ukur untuk kualitas layanan yang diberikan. Dalam buku Anugrah, A. Parasuraman menciptakan konsep Servqual untuk mengukur hubungan antara harapan pelanggan dan ekspektasi pelayanan yang diterima. Adapun indikator yang dimaksudkan adalah sebagai berikut

- a) *Reliability*, kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dapat diandalkan dan akurat.
- b) *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat.
- c) *Assurances*, pengetahuan dan kesopanan karyawan dan kemampuan mereka untuk menjamin mutu sehingga konsumen yakin dan percaya.
- d) *Emphaty*, perhatian individu terhadap konsumen

- e) *Tangibles*, penampilsan fasilitas fisik, peralatan, sarana dan prasarana.¹⁵

Studi oleh Addury & Pangestu pada perbankan syariah di parepare menemukan bahwa interaksi pemasaran yang efektif dan hubungan pelanggan yang baik tidak secara langsung meningkatkan loyalitas, tetapi justru bekerja melalui kepuasan pelanggan sebagai mediator utama. Temuan ini sejalan dengan dimensi assurance dan responsiveness dalam kerangka Islamic service quality yang menekankan pentingnya keandalan layanan dan interaksi yang responsive terhadap kebutuhan pelanggan sebagai kepuasan dan loyalitas pelanggan.¹⁶

3. Fasilitas

Fasilitas membantu pelaksanaan fungsi. Artinya, fasilitas adalah segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan usaha, baik berupa benda maupun uang. Fasilitas adalah komponen individual dari penawaran yang dapat ditambahkan atau dikurangi tanpa mengubah kualitas dan modal jasa. Fasilitas juga berfungsi sebagai alat untuk membedakan program yang satu dengan yang lain.¹⁷

Menurut Tjiptono, fasilitas adalah sumber daya fisik yang harus ada sebelum jasa ditawarkan kepada pelanggan. Oleh karena itu, kondisi fasilitas yang ada, kelengkapan desain interior dan eksterior, serta kebersihan fasilitas harus diperhatikan, terutama karena apa yang

¹⁵ Krishna Anugrah and I Wayan Sudarmayasa, "Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi," *Ideas Publishing*, 2020.

¹⁶ M. M. Addury & D. R. Pangestu, "Interactive marketing and relationship quality in Islamic banking: A Parepare case study," *Asian Journal of Islamic Management* 5, no. 1 (2023): 83–95.

¹⁷ Ernawati Waridah, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Bmedia, 2017), h. 81

dirasakan secara langsung oleh pelanggan adalah yang paling penting dalam bisnis jasa.¹⁸

Kotler mengartikan fasilitas sebagai salah sesuatu yang telah disediakan oleh perusahaan untuk konsumen yang dapat memberikan kenyamanan, keamanan, kemudahan dan kepuasan.¹⁹

Fasilitas dapat didefinisikan sebagai segala bentuk barang dan jasa yang menyertai pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, baik itu perusahaan jasa, dagang, atau industri. Fasilitas juga dapat didefinisikan sebagai sarana dan prasarana yang tersedia baik di lingkungan maupun di dalam kantor perusahaan dengan tujuan memberikan pelayanan terbaik yang mungkin agar pelanggan atau pelanggan merasa nyaman dan puas. Faktor utama yang mendukung kinerja suatu produk adalah fasilitasnya.²⁰

Alat pendukung yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam proses atau aktivitasnya diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Bentuk, jenis, dan keuntungan dari fasilitas yang digunakan oleh setiap perusahaan beragam, dan semakin banyak aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan, semakin lengkap pula sarana pendukung dan fasilitas yang tersedia untuk mencapai tujuan perusahaan.²¹

Fasilitas layanan yang memadai dalam institusi berbasis islam menjadi salah satu indikator penting dalam kualitas layanan Islami. Ahdar, Usman, dan Sukma menegaskan bahwa keberadaan perpustakaan sebagai

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2002).

¹⁹ Philip Khotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2009).

²⁰ Sudono Sukino, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Edisi 3, Terbitan Rajawali, 2015.

²¹ Ayu Kartika, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pelabuhan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bongkar Muat Pada PT . Pelabuhan Indonesia I (Persero) Cabang Belawan," 2017, 15–35.

fasilitas utama di IAIN Parepare tidak hanya berperan sebagai pusat literasi, tetapi juga turut menunjang kepuasan pengguna layanan, khususnya mahasiswa dalam mengakses informasi dan membangun kultur akademik Islami.²² Begitupula dengan fasilitas yang ada pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare yang juga dapat menunjang kepuasan pelanggan.

4. Indikator Fasilitas

Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas pelayanan tersebut di mata pelanggan. Menurut Mudie dan Cottam dalam Tjiptono indikator fasilitas ada enam, yaitu :

a) Pertimbangan/perencanaan spasial

Berkaitan dengan unsur jarak, lokasi, bentuk, dan ukuran. Hal ini sangat berkaitan dengan pemanfaatan waktu.

b) Perencanaan ruangan

Factor yang meliputi perencanaan interior dan arsitektur seperti penempatan perabotan, dan perlengkapan dalam ruangan.

c) Perlengkapan/perabotan

Sebagai instrument pelengkap yang dapat mempersembahkan kenyamanan, sebagai dekorasi atau infrastruktur pendukung didalam penggunaan barang/jasa para pelanggan.

d) Tata Cahaya dan warna

²² Ahdar, U., Usman, & Sukma. (2022). *Urgensi Perpustakaan IAIN Pare-Pare dalam Meningkatkan Literasi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan, 1(1), 112–120.

Pengaturan pada Cahaya dan warna ruangan yang sesuai aktivitas yang dilakukan serta suasana yang ingin dibangun dalam ruangan tersebut.

e) Pengambilan Keputusan

Penampilan visual, penempatan, penentuan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk perwajahan yang ingin digunakan untuk maksud tertentu.²³

5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Ini didefinisikan sebagai evaluasi pembelian di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil yang sama atau melampaui harapan pelanggan.²⁴

Kepuasan, menurut Sabariah, adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang disebabkan oleh perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapan yang dia miliki. Apabila perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka dapat memenuhi kebutuhan pelanggannya, mereka akan dapat memperoleh lebih banyak pelanggan. Ketika pelanggan merasa puas, akan terbentuk hubungan positif antara produsen dan konsumen, yang akan mendorong pembelian ulang dan menghasilkan rekomendasi dari mulut ke mulut yang dapat membantu perusahaan.

Namun, pelanggan adalah aset yang sangat penting yang harus diingat dan dihargai untuk keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu,

²³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa Edisi 1*, Cetakan Pertama, h. 150.

²⁴ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor:Ghalia Indonesia, 2004), h. 104.

terlepas dari sikap dan tingkah laku pelanggan, layanilah mereka dengan baik dan selalu optimis, apapun permintaan mereka. Meningkatkan kualitas atau standar pelayanan sangat penting bagi bisnis karena akan meningkatkan efisiensi operasional. Ini akan meningkatkan penjualan produk, jumlah produksi, dan jaringan pemasaran.²⁵

Kepuasan pelanggan adalah resistensi dari sikap konsumen yang ditunjukkan melalui rasa puas akan suatu produk untuk pemenuhan kebutuhannya, kunci bagi resistensi konsumen adalah kepuasan konsumen. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Namun bila kinerja diatas harapan, maka pelanggan akan merasa puas.²⁶

Menurut Imam Muhyiddin an-nawawi dalam bukunya "Syarh Shahih Muslim", kata "sanna sunnah hasanah" berarti memulai perbuatan baik di depan masyarakat, dan kemudian masyarakat mengikuti perbuatan baiknya. "Sanna sunnah sayyi'ah" berarti memulai perbuatan buruk di depan masyarakat.

Layanan berkualitas tinggi tidak hanya diperlukan dalam bidang ekonomi dan bisnis, tetapi juga dalam bidang keagamaan dan interaksi sosial. Masyarakat berhak dan membutuhkan layanan berkualitas tinggi

²⁵ Sabariah, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN(PERSERO)Rayon Samarinda Ulu, (*E-Journal Ilmu Administrasi Negara*, 2015)

²⁶ Besse Faradiba, "Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID-19," *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora* Vol. 4, no. 1 (2021): 21–28

untuk mendapatkan informasi yang jelas tentang ajaran agama mereka dan interaksi sosial yang baik antara umat beragama.²⁷

Pelanggan akan merasa puas jika harapannya dipenuhi atau akan sangat puas jika harapannya dilebihi. Dalam buku Irawan, Kotler menyatakan bahwa ada lima aspek utama kepuasan pelanggan, yaitu :

a) *Price* (Harga)

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah biasanya merupakan sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi. Bagi pelanggan yang tidak sensitive terhadap harga, aspek harga ini relatif tidak penting.

b) *Service Quality* (Kualitas Layanan)

Sistem, teknologi, dan manusia menentukan kualitas layanan. Karena pembentukan sikap dan tindakan yang sesuai dengan keinginan perusahaan bukanlah hal yang mudah, kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Proses rekrutmen, pelatihan, dan budaya kerja harus dibentuk.

c) *Product Quality* (Kualitas Produk)

Pelanggan merasa puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut apabila kualitas produk yang baik.

d) *Emotional Factor*

Ditunjukkan oleh pengguna tentang tingkat kepuasan yang mereka peroleh saat menggunakan suatu jasa atau produk yang menimbulkan rasa bangga dan rasa percaya diri.

²⁷ Yahya bin Syaraf Al-Nawawi, Shahih Muslim Bi-Syarh Al-Nawawi (Kairo: al-Mathba'ah al-Mishriyah, 1929).

e) *Efficiency* (Kemudahan)

Pelanggan akan lebih puas jika mendapatkan produk atau jasa tersebut relatif mudah, nyaman, dan efisien. Ini dapat terjadi karena pembayaran yang mudah dan proses pembelian yang mudah.²⁸

6. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono dan Candra di dalam Nel Arianty, terdapat indikator kepuasan pelanggan yang dapat dirincikan sebagai berikut :

1) Keandalan

Kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, akurat, konsisten, dan memuaskan.

2) Kereponsifan

Kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap.

3) Keyakinan

Kualitas yang berhubungan dengan kemampuan Perusahaan dan perilaku karyawan dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada konsumen.

4) Empati

Kesediaan karyawan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan pemahaman atas kebutuhan individual konsumen.

5) Berwujud

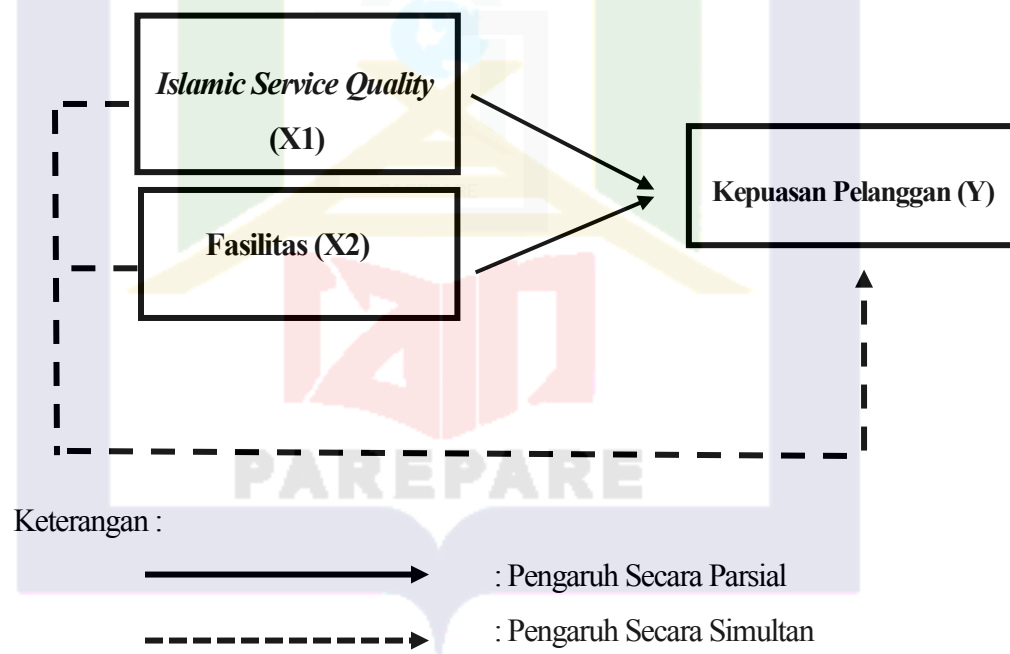
28 Irawan, Pengantar Ekonomi Perusahaan (Yogyakarta: BPFE-UGM,2004), 37.

Penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi yang terlihat yang dapat dinilai baik.²⁹

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir, yang biasanya dipresentasikan dalam bentuk skema atau diagram, merupakan gambaran yang utuh tentang pola hubungan antar konsep dan atau variabel yang merupakan fokus penelitian. Sesuai dengan judul proposal, "Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare"

Gambar 1.1 Kerangka Pikir



Berdasarkan pada gambar 1.3 variabel independen (*Islamic Service Quality*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan),

²⁹ Tjiptono dan Candra, Jurnal Nel Arianty (2015)

kemudian variabel independent (Fasilitas) memiliki pengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

D. Hipotesis

Hipotesis atau anggapan dasar adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih bersifat praduga karena masih harus dibuktikan kebenarannya. Dengan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan di uji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Berdasarkan penjelasan dari kerangka pemikiran, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H_0 : *Islamic service quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

H_1 : *Islamic service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

H_0 : Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

H_2 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

H_0 : *Islamic service quality* dan fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

H_3 : *Islamic service quality* dan fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deksriptif. Penelitian kuantitatif dengan format deksriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dari masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi.³⁰ Pendekatan kuantitatif deskriptif dalam penelitian dimaksudkan agar penulis dapat mengetahui dan memberikan gambaran secara detail mengenai “Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare”.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan berjudul Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Lokasi penelitian ini dilakukan di jl. H. A. Muh Arsyad Soreang Kota Parepare. Penelitian ini dimulai pada tanggal 10 Maret 2025 hingga 30 April 2025 dengan membagikan kuesioner yang nantinya akan menjadi acuan untuk mendukung hasil penelitian.

³⁰ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial lainnya, Jakarta : Prenda Media grup, 2005, h. 36.

A. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah konsumen yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.³¹ Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare yang terdiri dari pengendara sepeda motor, mobil, dan kendaraan umum.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak diketahui pasti jumlah pengunjung setiap tahunnya mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.³²

Didalam penelitian ini penentuan sampel menggunakan Rumus Roa Purba dikarenakan pada penelitian ini tidak diketahui pasti jumlah populasi konsumen setiap tahunnya karena setiap tahun jumlah konsumen berubah-ubah dan tidak terhingga, Dimana menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Rumus Roa Purba digunakan apabila populasi dalam penelitian merupakan populasi yang tak terhingga. Menurut Roa Purba tidak ada aturan yang pasti untuk menentukan presentasi yang dianggap tepat dalam menentukan sampel. Margin of eror maximum atau kesalahan maksimal yang bisa diterima

³¹ Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta, 2009, h.118

³² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2009, h.195

ditetapkan dalam rumus ini sebesar 0,10 atau 10% dan dengan taraf kepercayaan 95% atau dengan nilai $z = 1,96$. Dengan menggunakan rumus berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan penentuan sampel 95% atau 1,96

Moe = Tingkat kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%

Berdasarkan rumus Roa Purba makanya besarnya sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

$$n = \frac{1,96^2}{4(10\%)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{4(0,01)}$$

$$n = \frac{3,8416}{4(0,04)}$$

$$n = 96,04.$$

Jadi, jumlah sampel di dalam penelitian ini adalah 97 responden yang pernah berkunjung di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numerik/angka.

2. Sumber data

Sumber Data dalam penelitian ini digolongkan menjadi dua bagian yaitu:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh peneliti dan dari orang yang bersangkutan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Dalam hal ini data yang dimaksudkan adalah data yang bersumber dari pengelola beserta operator SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dan hasil penelitian yang diperoleh dari kuesioner yang telah diisi oleh responden yakni responden yang pernah melakukan pembelian di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Dalam penelitian ini data sekunder berasal dari jurnal, artikel, buku-buku yang relevan dan sumber lainnya yang berkaitan dengan variabel-variabel yang diteliti yang dalam hal ini Pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

C. Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling utama dalam suatu penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data. Tanpa mengetahui teknik

pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang sesuai standar yang ditetapkan. Dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan sebagai berikut :

- a) **Kuisisioner**, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk dijawab oleh responden.³³
- b) **Dokumentasi**, dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan mencatat dan dokumen lainnya mengenai data sekunder yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

2. Teknik Pengolahan Data

Kegiatan mengolah data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap yaitu:

1. Proses Editing

Mengedit adalah memeriksa daftar pernyataan telah diserahkan oleh para pengumpul data. Pada prinsipnya proses editing bertujuan agar data pernyataan yang nanti akan dianalisis telah akurat dan lengkap.

2. Proses Coding

Coding adalah mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari para responden kedalam kategori-kategori. Klasifikasi bisa dilakukan dengan cara memberi tanda atau kode berbentuk angka pada masing- masing jawaban.

3. Proses Tabulasi

Tabulasi adalah pekerjaan membuat tabel. Jawaban-jawaban yang sudah diberi kode kategori jawaban kemudian dimasukkan kedalam tabel.

³³ Rully Indrawan et al, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung : PT Refika Aditama, 2014, h. 230

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yaitu konsep yang mempunyai nilai dan dapat diukur. Kidder menyatakan bahwa variabel penelitian adalah suatu kualitas dimana peneliti mempelajari dan menarik kesimpulan darinya. Dari pengertian tersebut bisa disimpulkan bahwa variabel adalah Penilaian terhadap orang maupun objek, atau kegiatan yang memiliki variasi yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.³⁴ Variabel dalam penelitian ini dibedakan dalam kategori utama yaitu Variabel bebas (*Independent Variable*) dan variabel terikat (*dependent Variable*).

Variabel bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi.³⁵ Pada penelitian ini Variabel bebasnya yaitu *Islamic Service Quality* (X1), Fasilitas (X2).

Variabel terikat (*dependent variable*) adalah variabel yang memberikan reaksi/respons jika dihubungkan dengan variabel bebas. Variabel terikat adalah variabel yang variabelnya diamati dan diukur untuk menentukan pengaruh yang disebabkan oleh variabel bebas.³⁶ Pada penelitian ini Variabel terikatnya yaitu Kepuasan Pelanggan (Y) Pelanggan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator
1.	<i>Islamic Service Quality</i> (X1)	Segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan	1. Reliability 2. Responsiviness

³⁴ Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013, h. 109.

³⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012, h. 12

³⁶ Sarwono, *Metode...*, h. 12

	(An Ras Try Astuti)	dan keinginan yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikan.	3. Asuransi 4. Empati 5. Penampilan
2.	Fasilitas (X2)	Sarana pendukung untuk melancarkan pelaksanaan fungsi.	1. Pertimbangan 2. Perencanaan ruangan 3. Perlengkapan 4. Tata Cahaya dan warna 5. Pengambilan Keputusan
3.	Kepuasan Pelanggan(Y)	Perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi produk.	1. Keandalan 2. Kereponsifan 3. Keyakinan 4. Empati 5. Berwujud

E. Instrumen Penelitian

Menguji dan membuktikan hipotesis diperlukan data yang mendukung, untuk memperoleh data lengkap yang diperlukan suatu metode pengumpulan data yang sesuai masalah yang diteliti, karena hal ini dapat menentukan keberhasilan atau penelitian. Berkaitan dengan hal tersebut maka dalam penelitian ini menggunakan metode Angket/ Kuesioner.

Kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab oleh responden. Dalam angket berisi pertanyaan-pertanyaan yang

berhubungan dengan penelitian dan dijawab sesuai karakteristik responden itu sendiri. Metode Penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang berbentuk skala likert dengan Setiap jawaban dari responden dihubungkan dengan pertanyaan responden yang dijabarkan melalui indikator-indikator dari setiap variabel.³⁷

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel dalam penelitian dengan menggunakan skala Likert 5 poin.

Tabel 3.2. Skala Likert

Pernyataan	Keterangan	Skor
Sangat setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat tidak setuju	STS	1

Sumber : *Metode Penelitian Kuantitatif, Sugiyono, 2014*

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah suatu metode yang digunakan untuk mengelola hasil penelitian guna memperoleh suatu kesimpulan.

1. Analisis Deskriptif

Digunakan untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti.

2. Metode Analisis Data

a. Uji Validitas

Menurut arikunto validitas adalah derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh penelitian. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan

³⁷ Rully Indrawan et al, *Metode.*, h.168.

oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Uji validitas menyatakan bahwa instrumen yang digunakan untuk mendapatkan data dalam penelitian dapat digunakan atau tidak. Uji validitas instrumen dalam penelitian ini menggunakan Content Validity yang dapat menggambarkan kesesuaian sebuah pengukur data dengan apa yang diukur dengan menggunakan program SPSS versi 25. Adapun kriteria penilaian uji validitas sebagai berikut :

- a) Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

Dinyatakan valid Apabila $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada taraf signifikan 5% (0.05).³⁸ Dengan demikian, penting untuk melakukan uji validitas agar data yang diperoleh dari penelitian dapat dipercaya dan mencerminkan kondisi yang sebenarnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran yang sama pula. Pengukuran reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan alat analisis SPSS versi 25, yakni dengan uji statistik Cronbach Alpa. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpa $r_{(hitung)} > 0,6$.³⁹

Uji reliabilitas yang dilakukan memberikan keyakinan bahwa hasil penelitian yang diperoleh dari instrument tersebut dapat diandalkan dan mencerminkan kondisi sebenarnya secara konsisten.

³⁸ Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) , h.

³⁹ Sofyan Siregar, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014) , h.

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi tersebut secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Uji normalitas peneliti menggunakan metode grafik *Plot* yaitu melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *Plot*. Bila titik-titik menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap, maka disebut homoskedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda, maka disebut heteroskedastisitas.

3. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen = 0. Salah satu cara untuk mendeteksi kolonier dilakukan dengan mengkolerasikan antar variabel bebas & apabila korelasinya signifikan antar variabel bebas tersebut, maka terjadi multikolonieritas.

4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah regresi dimana variabel terikat (Y) dihubungkan lebih dari satu variabel yang merupakan pengembangan dari analisis regresi sederhana, dan juga digunakan untuk alat ukur mengenai hubungan yang terjadi antara variabel terikat (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas. Dengan menganalisis pengaruh harga dan kepercayaan pelayanan sebagai variabel independen (bebas) dan loyalitas pelanggan sebagai variabel dependen (terikat) maka persamaan regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Menggambarkan hubungan antara variabel dependen (Y) dengan dua variabel independen yaitu X_1 dan X_2 . Dalam konteks penelitian ini :

Y merupakan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan

X_1 adalah variabel bebas pertama yaitu Islamic Service Quality

X_2 adalah variabel bebas kedua yaitu Fasilitas

a adalah konstanta, yang menunjukkan nilai kepuasan pelanggan saat *Islamic service quality* dan fasilitas bernilai nol

β_1 adalah koefisien regresi *Islamic service quality* yang menunjukkan seberapa besar perubahan kepuasan pelanggan untuk setiap peningkatan satu satuan pada variabel Islamic service quality dengan asumsi kepercayaan pelayanan yang tetap.

β_2 adalah koefisien regresi fasilitas yang menunjukkan perubahan kepuasan pelanggan untuk setiap peningkatan satu satuan pada variabel fasilitas dengan asumsi fasilitas tetap dan lengkap.

Dengan menggunakan model ini, peneliti dapat mengetahui dan mengukur seberapa besar pengaruh variabel Islamic service quality dan fasilitas secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan.

5. Uji Hipotesis

1. Uji Statistik t (Parsial)

Uji ini dilakukan terhadap data original untuk menguji korelasi antar variabel yang dianalisis, dan untuk mengetahui pengaruh variabel X (Kualitas Pelayanan dan Fasilitas) secara parsial terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut:

- a. $H_0: \mu = 0$; tidak ada pengaruh positif antara variabel independen (Kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.
- b. $H_a: \mu > 0$; ada pengaruh positif antara variabel independen (Kualitas pelayanan dan fasilitas) terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan.. Taraf nyata (α) yang digunakan adalah 5%, di mana hasil pengujian:
 - a. $Sig < (0,05)$, maka H_0 ditolak Artinya: (1) variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikat (2) tidak ada pengaruh di antara variabel yang diuji.
 - b. $Sig > (0,05)$, maka H_a diterima Artinya: (1) variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat (2) ada pengaruh di antara variabel yang diuji.

2. Uji Statistik F (Simultan)

Pengujian ini dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

- a. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig } F > 0,05$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.
- b. H_0 diterima dan H_a ditolak apabila $\text{sig } F < 0,05$. Artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat.

3. Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya bertujuan untuk mengukur besarnya kontribusi variasi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai R^2 mempunyai interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).⁴⁰ Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variasi variabel dependen.⁴¹

⁴⁰ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 97.

⁴¹ Iman Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi 3, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), h. 98.

Berikut tabel pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.⁴²

Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 2014

Tabel 3.3 menunjukkan pedoman untuk menginterpretasikan besarnya nilai korelasi antara dua variabel. Nilai koefisien korelasi berada dalam rentang 0 hingga 1, yang menggambarkan tingkat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Apabila nilai koefisien berada pada interval 0,00 – 0,199, maka hubungan antar variabel tergolong sangat rendah. Nilai 0,20 – 0,399 menunjukkan hubungan yang rendah. Jika berada pada interval 0,40 – 0,599, maka hubungan dikategorikan sedang. Sementara itu, nilai 0,60 – 0,799 menunjukkan hubungan yang kuat, dan nilai 0,80 – 1,000 menunjukkan hubungan yang sangat kuat. Semakin mendekati angka 1, maka hubungan antar variabel semakin erat.

⁴²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung:Alfabeta, 2014), h. 242.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Dekriptif Responden Berdasarkan Karakteristik

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 97 orang. Profil responden terdiri dari Jenis kelamin, Usia, Pendidikan, dan Pendapatan. Adapun hasilnya dapat dilihat dibawah ini.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Wanita	39	39%
Pria	58	58%
Total	97	97%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa 97 orang menjadi sampel dalam penelitian. Responden dengan jenis kelamin wanita sebanyak 39 responden dengan persentase sebesar 39% dan responden dengan jenis kelamin pria sebanyak 58 responden dengan persentase 58%. Jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin pria.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Persentase
<22 Tahun	49	49%

22-32 Tahun	31	31%
33-43 Tahun	14	14%
44-54 Tahun	3	3%
54-60 Tahun	0	0%
Total	97	97%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat bahwa 97 orang menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 49 responden dengan persentase 49% berusia <22 tahun, 31 responden dengan persentase 31% berusia antara 22-32 tahun, 14 responden dengan persentase 14% berusia antara 33-43 tahun, 3 responden dengan persentase 3% berusia antara 44-54 tahun. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia <22 tahun.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	4	4%
SMP	2	2%
SMA/SEDERAJAT	55	55%
D3	3	3%
S1	32	32%
S2	1	1%
S3	0	0%
Total	97	97%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa 97 responden menjadi sampel dalam penelitian. 4 responden dengan persentase 4% berpendidikan SD, 2 responden dengan persentase 2% berpendidikan SMP, 55 responden dengan persentase 55% berpendidikan SMA/SEDERAJAT, 3 responden dengan persentase 3% berpendidikan D3, 32 responden dengan persentase 32% berpendidikan S1, 1 responden dengan persentase 1% berpendidikan S2. Dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang berpendidikan SMA/SEDERAJAT.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	38	38%
Sopir	8	8%
Wiraswasta	16	16%
Salesman	1	1%
Karyawan Swasta	23	23%
Ibu Rumah Tangga	6	6%
PNS	5	5%
Total	97	97%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat bahwa 97 responden menjadi sampel dalam penelitian. 38 responden dengan persentase 38% berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa, 8 responden dengan persentase 8% berprofesi sebagai sopir, 16 responden dengan persentase 16% berprofesi sebagai wiraswasta, 1 responden dengan persentase 1% berprofesi sebagai salesman,

23 responden dengan persentase 23% berprofesi sebagai karyawan swasta, 6 responden dengan persentase 6% berprofesi sebagai ibu rumah tangga, 5 responden dengan persentase 6% berprofesi sebagai PNS. Dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden yang berprofesi sebagai Pelajar/Mahasiswa.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp. 2.000.000	63	63%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	19	19%
Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000	8	8%
Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000	5	5%
>Rp. 8.000.000	2	2%
Total	97	97%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa 97 responden menjadi sampel dalam penelitian. Sebanyak 63 responden dengan persentase sebesar 63% memiliki pendapatan < Rp. 2.000.000, 19 responden dengan persentase 19% memiliki pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000, 8 responden dengan persentase 8% memiliki pendapatan Rp. 4.000.000 – Rp. 5.000.000, 5 responden dengan persentase 5% memiliki pendapatan Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000, 2 responden dengan persentase 2% memiliki pendapatan >Rp. 8.000.000. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden dari penelitian ini didominasi oleh responden dengan pendapatan <Rp. 2.000.000.

2. Hasil Pengujian Data Instrumen

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Untuk Variabel Islamic Service Quality (X1)

No.	Islamic Service Quality(X1)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasa layanan yang saya terima di SPBU ini selalu konsisten dan dapat diandalkan.	15 15.5%	51 52.6%	25 25.8%	5 5%	1 1.0%	365 100.0%
2.	Saya merasa puas dengan cara SPBU ini menangani keluhan atau masalah yang saya hadapi.	11 11.3%	49 50.5%	29 29.9%	7 7.2%	1 1.0%	353 100.0%
3.	Saya merasa bahwa SPBU PT Imam Laega Jaya menawarkan						

	perlindungan yang memadai terhadap kemungkinan risiko saat mengisi bahan bakar.	13 10.3%	45 46.4%	32 33.0%	7 7.2%	0 0%	355 100.0%
4.	Petugas SPBU PT Imam Laega Jaya memahami dengan baik perasaan dan memperlakukan saya dengan hormat.	10 10.3%	48 49.5%	33 34.0%	6 6.2%	0 0%	353 100.0%
5.	Penampilan petugas SPBU PT Imam Laega Jaya membuat saya merasa lebih nyaman dan percaya dengan layanan yang diberikan	13 13.4%	50 51.5%	27 27.8%	6 6.2%	1 1.0%	359 100.0%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.6 distribusi jawaban responden untuk variabel Islamic Service Quality (X1) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 97 responden. Berikut rinciannya :

- a. Pada pernyataan pertama terdapat 15 responden yang menjawab “Sangat Setuju”, 51 responden menjawab “Setuju”, 25 responden menjawab “Netral”, 5 responden menjawab “ Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 365, dimana didominasi dengan jawaban “Setuju” artinya banyak responden yang setuju dengan ketepatan waktu pelayanan yang diberikan oleh petugas SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.
- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 11 responden menjawab “Sangat Setuju”, 49 responden menjawab “Setuju”, 29 responden menjawab “Netral”, 7 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah 353, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa petugas SPBU PT Imam Laega Jaya selalu siap sedia untuk memberikan pelayanan dengan cepat.
- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 13 responden menjawab “Sangat Setuju”, 45 responden menjawab “Setuju”, 32 responden menjawab “Netral”, dan 7 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 355, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa SPBU PT Imam Laega Jaya menawarkan

perlindungan yang memadai terhadap kemungkinan risiko saat mengisi bahan bakar.

- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 10 responden menjawab “Sangat Setuju”, 48 responden menjawab “Setuju”, 33 responden menjawab “Netral”, dan 6 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 353, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa Petugas SPBU PT Imam Laega Jaya memahami dengan baik perasaan dan memperlakukan responden dengan hormat.
- e. Pada pernyataan kelima, terdapat 13 responden menjawab “Sangat Setuju”, 50 responden menjawab “Setuju”, 27 responden menjawab “Netral”, 6 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pernyataan kelima adalah 359, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa Penampilan petugas SPBU PT Imam Laega Jaya membuat pelanggan merasa lebih nyaman dan percaya dengan layanan yang diberikan.

Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Fasilitas (X2)

No.	Fasilitas(X2)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1.	Fasilitas yang memadai di SPBU PT Imam	11 11.3%	46 47.4%	31 32.0%	8 8.2%	1 1.0%	349 100.0%

	Laega Jaya meningkatkan kenyamanan saya saat mengisi bahan bakar.						
2.	Saya merasa lebih puas dan loyal kepada SPBU PT Imam Laega Jaya berkat tata letak fasilitas yang memudahkan saya.	14 14.4%	44 45.4%	34 35.1%	4 4.1%	1 1.0%	357 100.0%
3.	Perlengkapan yang tersedia di SPBU PT Imam Laega Jaya membuat saya lebih memilih	13 13.4%	35 36.1%	43 44.3%	6 6.2%	0 0	346 100.0%

	SPBU PT Imam Laega Jaya dibandingkan SPBU lain.						
4.	Saya merasa nyaman dan aman saat mengisi bahan bakar pada malam hari karena pencahayaan di SPBU PT Imam Laega Jaya cukup terang.	15 15.5%	41 42.3%	36 37.1%	3 3.1%	2 2.1%	355 100.0%
5.	Saya lebih memilih SPBU PT Imam Laega Jaya ini dibandingkan SPBU lain						

karena	11	38	41	4	3	341
Keputusan yang diambil pengelola dalam menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman.	11.3	39.2%	42.3	4.1%	3.1%	100.0%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25,2025

Berdasarkan tabel 4.7 distribusi jawaban responden untuk variabel Fasilitas (X2) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 97 responden. Berikut rinciannya :

- a. Pada pernyataan pertama, terdapat 11 responden menjawab “ Sangat Setuju”, 46 responden menjawab “Setuju”, 31 responden menjawab “Netral”, 8 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 349, dimana didominasi pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa fasilitas di SPBU PT Imam Laega Jaya meningkatkan kenyamanan.
- b. Pada pernyataan kedua, terdapat 14 responden menjawab “Sangat setuju”, 44 responden menjawab “Setuju”, 34 responden menjawab “Netral”, 4 responden menjawab “Tidak Setuju”. Dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua

adalah 357, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa tata letak fasilitas yang memudahkan.

- c. Pada pernyataan ketiga, terdapat 13 responden menjawab “Sangat Setuju”, 35 Responden menjawab “Setuju”, 43 responden menjawab “Netral”, dan 6 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 346, dimana didominasi dengan pernyataan “Netral” artinya responden tidak merasa setuju dan tidak setuju bahwa Perlengkapan yang tersedia di SPBU PT Imam Laega Jaya membuat pelanggan lebih memilih SPBU PT Imam Laega Jaya dibandingkan SPBU lain.
- d. Pada pernyataan keempat, terdapat 15 responden menjawab “Sangat Setuju”, 41 responden menjawab “Setuju”, 36 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 355, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya responden setuju bahwa pencahayaan di SPBU PT Imam Laega Jaya Cukup terang.
- e. Pada pernyataan kelima, terdapat 11 responden menjawab “Sangat Setuju”, 38 responden menjawab “Setuju”, 41 responden menjawab “Netral”, 4 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 3 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kelima adalah 341, dimana didominasi dengan pernyataan “Netral” artinya responden tidak memilih antara setuju dan tidak setuju bahwa pelanggan lebih memilih SPBU PT

Imam Laega Jaya ini dibandingkan SPBU lain karena Keputusan yang diambil pengelola dalam menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman.

Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Kepuasan Pelanggan(Y)	SS	S	N	TS	STS	Total
		5	4	3	2	1	
1.	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh petugas SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.	17 17.5%	45 46.4%	30 30.9%	4 4.1%	1 1.0%	364 100.0%
2.	Kualitas BBM yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan.	16 16.5%	54 55.7%	23 23.7%	4 4.1%	0 0%	373 100.0%
3.	Saya merasa aman dan yakin saat bertransaksi di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.	13 13.4%	49 50.5%	28 28.9%	6 6.2%	1 1.0%	358 100.0%

4.	Saya lebih dari satu kali melakukan pengisian BBM di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.	30 30.9%	42 43.3%	20 20.6%	3 3.1%	2 2.1%	386 100.0%
5.	Saya akan tetap membeli BBM di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dan merekomendasikannya kepada orang lain.	21 21.6%	43 44.3%	31 32.0%	2 2.1%	0 0%	374 100.0%

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.8 distribusi jawaban responden untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh data terdiri dari 5 item pernyataan dengan 97 responden. Berikut rinciannya :

- a. Pada pernyataan pertama terdapat 17 responden menjawab “Sangat Setuju”, 45 responden menjawab “Setuju”, 30 responden menjawab “Netral”, 4 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan pertama adalah 364, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa responden puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

- b. Pada pernyataan kedua, 16 responden menjawab “Sangat Setuju”, 54 responden menjawab “Setuju”, 23 responden menjawab “Netral”, dan 4 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kedua adalah 373, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa kualitas bbm sesuai dengan harapan.
- c. Pada pernyataan ketiga, 13 responden menjawab “Sangat Setuju”, 49 responden menjawab “Setuju”, 28 responden menjawab “Netral”, 6 responden menjawab “Tidak Setuju”, 1 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan ketiga adalah 358, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa responden merasa aman dan yakin saat bertransaksi di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.
- d. Pada pernyataan keempat, 30 responden menjawab “Sangat Setuju”, 42 responden menjawab “Setuju”, 20 responden menjawab “Netral”, 3 responden menjawab “Tidak Setuju”, dan 2 responden menjawab “Sangat Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan keempat adalah 386, dimana didominasi dengan pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju bahwa lebih dari satu kali melakukan pengisian di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.
- e. Pada pernyataan kelima, 21 responden menjawab “Sangat Setuju”, 43 responden menjawab “Setuju”, 31 responden menjawab “Netral”, dan 2 responden menjawab “Tidak Setuju”. Total skor pada pernyataan kelima adalah 374, dimana didominasi dengan

pernyataan “Setuju” artinya banyak responden setuju tetap membeli bbm di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

A. Pengujian Persyaratan Analisis Data

a. Uji Validitas

Sebuah instrumen penelitian valid jika mampu mengukur apa yang hendak dari variabel yang diteliti. Untuk mengukur validitas dapat digunakan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dimana :

a). Jika r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan dikatakan valid

b). Jika r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan dikatakan tidak valid

Dan dinyatakan valid apabila r hitung $\geq r$ tabel pada taraf signifikan 5% (0.05).

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Islamic Service Quality (X1)	1	0,794	0,197	0,000	Valid
	2	0,764	0,197	0,000	Valid
	3	0,793	0,197	0,000	Valid
	4	0,690	0,197	0,000	Valid
	5	0,741	0,197	0,000	Valid
Fasilitas (X2)	1	0,764	0,197	0,000	Valid
	2	0,752	0,197	0,000	Valid
	3	0,742	0,197	0,000	Valid
	4	0,856	0,197	0,000	Valid
	5	0,713	0,197	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.9 Hasil uji validitas variabel X, dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dari jumlah 10 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	No. Item Pernyataan	Nilai r_{hitung}	Nilai r_{tabel}	Nilai Signifikan	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,662	0,197	0,000	Valid
	2	0,749	0,197	0,000	Valid
	3	0,715	0,197	0,000	Valid
	4	0,733	0,197	0,000	Valid
	5	0,780	0,197	0,000	Valid

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.10 Hasil uji validitas variabel Y, dapat diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dari jumlah 5 item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 100% item pernyataan dalam kuesioner tersebut dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Dalam menguji reliabilitas digunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Cronbach Alpha*, Kriteria yang digunakan adalah :

- Jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel.
- Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.

Tabel 4.11 Hasil uji reliabilitas variabel X

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
1.	Islamic Service Quality (X1)	0,815	0,60	Reliabel
2.	Fasilitas (X2)	0,831	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reliabilitas variabel X didapatkan nilai Variabel X1 = 0,815 dan Variabel X2 = 0,831 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel X dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Reliabilitas	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,767	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.12 hasil uji reliabilitas Variabel Y didapatkan nilai Variabel Y = 0,767 dimana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh instrumen variabel Y dalam penelitian ini Reliabel.

c. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolonieritas adalah uji prasyarat yang

dilakukan sebelum melakukan analisis lebih lanjut terhadap data yang telah dikumpulkan, dengan tujuan agar dapat menghasilkan model regresi yang memenuhi kriteria *BLUE* (*Best Linier Unbiased Estimator*), yang berarti adanya hubungan sempurna, linier dan pasti, antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskandari model regresi.

Uji Kolmogrof Smirnof

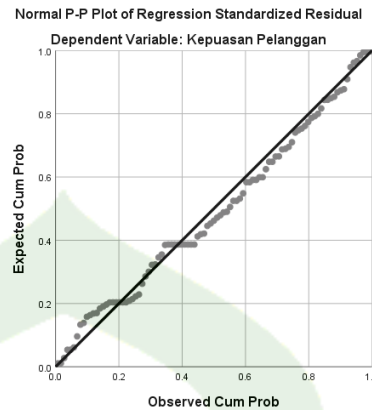
Tabel 4.13 Hasil uji normalitas menggunakan *One Sample Kolmogrof Smirnov Test*.

M		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,82834190
	Absolute	0,063
	Positive	0,060
	Negative	-0,063
Test Statistic		0,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.13 Hasil dari uji normalitas menggunakan Kolmogrof Smirnof memperoleh hasil $0,200 > 0,05$ jadi dapat disimpulkan variabel berdistribusi secara Normal.

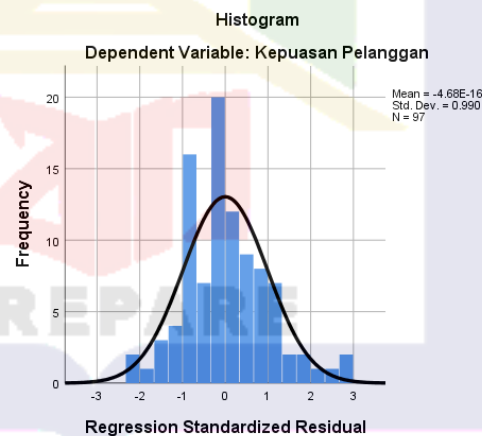
1) Uji Grafik P-Plot



Dilihat dari gambar 4.1 Hasil Uji Grafik P-Plot titik-titik sebaran mengikuti garis diagonal, sehingga memperkuat bahwa variabel berdistribusi secara Normal.

2) Uji Histogram

Gambar 4.2 Hasil Uji Histogram



Berdasarkan pada gambar 4.2 Hasil Uji Histogram menggambarkan pola distribusi tidak cenderung ke kanan dan tidak cenderung ke kiri namun berada di tengah-tengah dan membentuk menyerupai lonceng sehingga hasilnya berdistribusi secara Normal. Hal ini juga menunjukkan bahwa

instrumen penelitian ini dapat dilanjutkan ketahap selanjutnya yakni uji regresi linear dan uji hipotesis sesuai dengan ketentuan yang telah ditentukan.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.14 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	539,253	2	269,626	78,978	0,000 ^b
Residual	320,912	94	3.414		
Total	860,165	96			

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Pada tabel 4.14 diketahui nilai F hitung 78,978 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi adanya pengaruh Variabel Islamic Service Quality (X1) dan Fasilitas (X2) terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

No	Model	Unstandardized Coefficients		Standarized Koefisien	T	Sig.
		B	Standar	Beta		
1	Konstanta	4,522	1,194		3,786	0,000
2	Islamic Service Quality	0,322	0,094	0,328	3,416	0,001

3	Fasilitas	0,478	0,089	0,515	5,372	0,000
---	-----------	-------	-------	-------	-------	-------

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.15 didapatkan informasi tentang rumus persamaan regresi dalam analisis atau penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,522 + 0,322 X_1 + 0,478 X_2$$

Hasil dari analisis tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta diatas sebesar 4,522, angka tersebut menunjukkan jika X_1 (Islamic Service Quality) dan X_2 (Fasilitas) konstan tidak mengalami perubahan, maka kepuasan pelanggan adalah 4,522
- b. X_1 (Islamic Service Quality) menunjukkan nilai koefisien 0,322. Hal ini berarti bahwa jika terjadi kenaikan pada Islamic Service Quality sebesar 1% maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,322 dengan asumsi variabel *Independent* yang lain dianggap konstan.
- c. X_2 (Fasilitas) menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,478. Hal ini menunjukkan bahwa jika terjadi kenaikan pada Fasilitas sebesar 1% maka kepuasan pelanggan juga akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya 0,478 dengan asumsi variabel *Independent* yang lain dianggap konstan.

e. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah menguji dan membuktikan jawaban sementara atau hipotesis penelitian terhadap masalah yang masih bersifat praduga.

Didalam penelitian ini terdapat 3 hipotesis Dimana hipotesis H_0 berarti hipotesis ditolak atau tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y dan hipotesis H_a berarti hipotesis diterima atau terdapat pengaruh variabel X terhadap Variabel Y.

a) Uji t (Parsial)

Uji t pada dasarnya adalah untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

- a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ atau $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dahulu menentukan nilai t tabel dengan rumus :

$$t \text{ tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

Keterangan : n = Jumlah Sampel

k = Jumlah Variabel X

$$\text{Jumlah } t \text{ tabel} = (0,05/2 ; 97-2-1)$$

$$= (0,025 ; 94)$$

Nilai t tabel = 1.98552 yang dilihat pada tabel Nilai t tabel

Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t)

No	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Koefisien	T	Sig.
		B	Standar	Beta		
1	Konstanta	6,126	1,315		4,658	0,000
2	Islamic Service Quality	0,704	0,070	0,328	9,992	0,000
3	Fasilitas	0,478	0,089	0,515	5,372	0,000

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.16 Maka pengujian hipotesis untuk variabel Islamic Service Quality (X1) dan Fasilitas (X2) adalah :

a. Pengujian hipotesis pertama H1

H_0 : Islamic Service Quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare

H_1 : Islamic Service Quality berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare

Diketahui nilai signifikansi X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,992 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,987$ yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Islamic Service Quality (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

b. Pengujian hipotesis kedua H2

H_0 : Fasilitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU

PT Imam Laega Jaya Kota Parepare

H_2 : Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT

Imam Laega Jaya Kota Parepare

Diketahui nilai signifikansi X_2 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,372 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,987$ yang berarti H_0 ditolak dan H_2 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa Variabel Fasilitas (X_2) berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pelanggan di SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

b) Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan secara bersama-sama untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :

- a. Jika nilai $\text{sig} < 0,05$, atau $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .
- b. Jika nilai $\text{sig} > 0,05$, atau $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .

Sebelum melakukan pengujian Hipotesis, terlebih dulu menentukan nilai F tabel dengan rumus :

$$F \text{ tabel} = (k ; n-k)$$

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel X

Nilai F tabel = (2 ; 97 – 2)

F = (2 ; 95)

Nilai F tabel = 3,09 dilihat pada nilai F tabel

Tabel 4.17 Uji F Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig
Regression	539,253	2	269,626	78,978	0,000b
Residual	320,912	94	3,414		
Total	860,165	96			

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25,2025

H_0 : Islamic Service Quality dan Fasilitas tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

H_3 : Islamic Service Quality dan fasilitas berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan output pada tabel 4.6 Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X1 dan X2 secara simultan terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $78,978 > 3,09$ yang berarti H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel Islamic service quality (X1) dan Fasilitas (X2) secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan pelanggan SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

2. Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Nilai R^2 memiliki interval antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Semakin besar R^2 mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak

dapat menjelaskan variabel dependen. Hasil yang diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut.

Tabel 4.18 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate
1	0,792 ^a	0,627	0,619	1,848

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel 4.18 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi yang dinyatakan dengan R Square 0,627 atau 62,7%. Artinya bahwa pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel Islamic service Quality dan Fasilitas pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare sebesar 62,7% sedangkan sisanya sebesar (100% - 62,7%) 37,3% Kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dijelaskan oleh variabel lain seperti harga BBM dan ketersediaan, waktu pelayanan, lokasi, dan promosi yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

f) Sumbangan Efektif

Sumbangan efektif adalah ukuran kontribusi suatu variabel prediktor atau independen terhadap variabel kriterium atau dependen dalam analisis regresi. Jumlah dari sumbangan efektif seluruh variabel bebas sama dengan jumlah nilai pada koefisien determinasi atau R Square (R^2).

Tabel 4.19 Uji sumbangan efektif

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	Rsquare
X1	0,328	0,716	0,627
X2	0,515	0,762	

Sumber : Data diolah menggunakan IBM SPSS 25, 2025

Berdasarkan Tabel 4.19 Sumbangan efektif variabel Islamic Service Quality (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$$SE (X1) = 0,328 \times 0,716 \times 100\%$$

$$SE (X1) = 23,48\%$$

Sumbangan efektif variabel Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

$$SE (X2) = 0,515 \times 0,762 \times 100\%$$

$$SE (X2) = 39,24\%$$

Total Sumbangan Efektif yaitu : 62,7%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa sumbangan efektif (SE) variabel Islamic Service Quality (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 23,48%, sumbangan efektif (SE) variabel Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 39,24%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X2) memiliki pengaruh lebih dominan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dari pada variabel

Islamic Service Quality. Untuk total SE adalah sebesar 62,7% atau sama dengan koefisien determinasi (R Square) analisis regresi yakni 62,7%.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisa data penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Pengaruh *Islamic Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

Pengaruh *islamic service quality* terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare terbukti signifikan dan positif, dalam membentuk loyalitas dan kepercayaan konsumen. Dimensi layanan yang mengedepankan prinsip-prinsip Islami seperti reliability, responsiveness, asuransi, empati, dan penampilan, serta pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah telah memberikan kontribusi besar terhadap kenyamanan dan kepercayaan pelanggan.

Memberikan pelayanan dengan niat yang ikhlas dan usaha yang terbaik, melayani semua pelanggan secara adil, tanpa memandang status, ras, atau latar belakang. Tidak boleh ada deskriminasi dalam pelayanan termasuk tidak membedakan pelanggan lama dan baru. Dengan hal ini pelanggan merasa dilayani secara profesional dan etis. Pelayanan yang beretika dan sesuai ajaran Islam menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan loyalitas, serta memperkuat citra SPBU sebagai lembaga yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berlandaskan nilai spiritual dan etika dalam operasionalnya.

Kehadiran prinsip ihsan mendorong petugas SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare untuk memberikan pelayanan terbaik, tidak hanya demi

kepentingan bisnis, tetapi juga sebagai bentuk ibadah kepada Allah Swt. Hal ini menumbuhkan kesan positif dan emosional yang kuat sehingga meningkatkan kepuasan dan pelanggan akan kembali. Pelayanan yang konsisten dengan nilai-nilai Islam juga menciptakan diferensi tersendiri dimata pelanggan, terutama di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Al-Qur'an menyuruh manusia untuk berbuat ihsan kepada orang lain sebagaimana Allah Swt telah berbuat baik kepada manusia. Dalam surah Al-Qashash ayat 77 Allah berfirman :

وَأَتَّبِعْ فِي مِمَّا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۚ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۚ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Terjemahnya :

“ Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.”⁴³

Ibn Katsir dalam Tafsir Al-qur'an al-Adzim.⁴⁴ Menafsirkan ayat diatas agar kita selalu menggunakan harta dan nikmat sebagai bekal bentuk ketaatan dan untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt dengan mengerjakan berbagai macam kebaikan agar mendapat pahala didunia dan kebaikan di akhirat. Diperbolehkan kepadamu oleh Allah untuk makan, minum, pakaian, rumah. Sebab engkau punya kewajiban terhadap Tuhanmu, dirimu, dan keluargamu. Maka penuhilah kewajiban tersebut, serta berbuat baiklah kepada sesama makhluk sebagaimana Allah berbuat

⁴³ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*, 2019. Q.S.Al-Qhashash : 77.

⁴⁴ Al-Hafidz Ibnu Katsir, Juz II, (Bairut: Darul Kutub Ilmiah), 2006, h 223.

baik kepadamu. Janganlah engkau berkeinginan untuk berbuat kerusakan dimuka bumi dan jangan pula berbuat jahat kepada ciptaan-Nya. Ilmu tafsir kontemporer, Quraish Shihab menekankan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi.⁴⁵

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) diketahui bahwa nilai signifikansi yang ditetapkan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $9,992 > \text{nilai t tabel } 1,987$. Hasil ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yang berarti variabel *Islamic Service Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima dan terbukti secara statistik bahwa kualitas layanan berbasis prinsip Islam memiliki kontribusi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan citra merek perusahaan.

Sejalan dengan penelitian Suprianto berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada SPBU 14.227.318 PT. Panca Hammar Lestari Panyabungan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 14.227.318 Panyabungan, dan tidak terdapat pengaruh fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU 14.227.318 Panyabungan.⁴⁶ Dapat dilihat hasil jawaban responden, teori yang mendukung serta penelitian terdahulu yang

⁴⁵ Quraish Shihab, Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 10, (Jakarta : Lentera Hati, 2002) h 408.

⁴⁶ Suprianto, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Panca Hammar Lestari Panyabungan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. 2021

sejalan terkait *Islamic Service Quality* (Kualitas Pelayanan) rata-rata pelanggan menjawab “Setuju” terhadap indikator-indikator dalam variabel *islamic service quality*, yang mencerminkan penilaian positif terhadap pelayanan yang diberikan.

Hal ini menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip Islami dalam pelayanan, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap pelanggan. Selain itu, temuan ini juga didukung oleh teori-teori pelayanan yang menyatakan bahwa layanan yang diberikan dengan pendekatan nilai-nilai etika dan religius mampu menciptakan hubungan yang lebih kuat antara penyedia layanan dan pelanggan.

Rekomendasi strategis yang dapat memperkuat dan memanfaatkan pengaruh *islamic service quality* dalam meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dengan melakukan pelatihan rutin bagi karyawan yang menekankan pelayanan profesional dengan niat ikhlas, adil, dan bebas diskriminasi. Materi bisa mencakup prinsip akhlak pelayanan, adab dalam berinteraksi, serta praktik kerja berdasarkan ajaran islam.

Selain pelatihan rutin, manajemen SPBU juga harus menerapkan sistem evaluasi dan monitoring secara berkala guna memastikan bahwa nilai-nilai *Islamic service quality* benar-benar diterapkan dalam pelayanan sehari-hari. Evaluasi ini dapat dilakukan melalui observasi langsung, survei kepuasan pelanggan, serta umpan balik internal dari sesama karyawan. Dengan adanya sistem penilaian ini, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang masih perlu ditingkatkan serta memberikan apresiasi atau

penghargaan bagi karyawan yang secara konsisten menunjukkan pelayanan dengan etika Islami. Strategi ini tidak hanya akan memperkuat budaya kerja Islami dalam organisasi, tetapi juga mempertegas identitas pelayanan SPBU yang berlandaskan nilai-nilai spiritual yang pada akhirnya akan meningkatkan citra positif dimata pelanggan.

2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

Salah satu komponen penting dalam mendukung kenyamanan dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam sektor layanan publik seperti SPBU. Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare, keberadaan fasilitas seperti toilet bersih, mushollah yang layak, penerangan yang bagus pada mesin pompa bahan bakar, rest area yang memadai, serta kebersihan lingkungan yang menjadi penilaian pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Berdasarkan hasil penelitian, Fasilitas menunjukkan adanya pengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan meskipun pengaruhnya tidak sekuat dimensi *Islamic service quality*. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun pelanggan memprioritaskan pelayanan yang ramah dan profesional, keberadaan fasilitas yang memadai tetap menjadi faktor pendukung penting dalam menciptakan pengalaman positif.

Fasilitas yang nyaman dan terawat tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pelanggan, tetapi juga mencerminkan komitmen SPBU terhadap standar pelayanan yang berkualitas. Oleh karena itu, pengelolaan dan perawatan fasilitas secara berkelanjutan tetap perlu menjadi prioritas

strategis guna menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Menurut Kotler dan Keller, lingkungan fisik dan elemen fasilitas memainkan peran penting dalam membentuk persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan secara keseluruhan. Dalam hal ini, fasilitas bukan hanya berfungsi secara fungsional, tetapi juga menciptakan kesan visual dan emosional yang mempengaruhi pengalaman pelanggan.⁴⁷ Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare, jika fasilitas yang tersedia tidak dirawat dengan baik seperti toilet yang tidak bersih, tempat ibadah yang kurang nyaman, atau rest area yang terbatas hal ini dapat menurunkan kepuasan pelanggan meskipun pelayanan personal yang diberikan sudah baik. Oleh karena itu, penting bagi manajemen SPBU untuk tidak hanya fokus pada pelayanan karyawan tetapi juga melakukan perbaikan dan pemeliharaan fasilitas secara berkala.

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) variabel fasilitas menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi bernilai positif sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $5,372 > \text{nilai } t \text{ tabel } 1,987$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti bahwa fasilitas yang tersedia di SPBU memiliki pengaruh nyata terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa peningkatan kualitas fasilitas akan diikuti oleh peningkatan kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, fasilitas

⁴⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15th Edition (New Jersey: Pearson Education, 2016), h. 388.

yang dimaksud mencakup berbagai aspek fisik yang menunjang kenyamanan pelanggan. Dengan hal ini, dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare sehingga hipotesis pada penelitian ini diterima.

Temuan ini sejalan dengan teori fasilitas yang dikemukakan oleh Tjiptono, yang menyatakan bahwa elemen fisik merupakan bagian dari *physical evidence* yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan.⁴⁸ Fasilitas yang baik mencerminkan keseriusan dan profesionalisme perusahaan dalam memperhatikan kebutuhan serta kenyamanan pelanggannya. Dalam praktiknya, meskipun pelayanan personal tetap menjadi penentu utama dalam kepuasan pelanggan, keberadaan fasilitas yang memadai memberikan nilai tambah dan memperkuat persepsi positif terhadap keseluruhan pengalaman pelayanan. Oleh karena itu, penting bagi pihak manajemen SPBU untuk terus meningkatkan kualitas dan ketersediaan fasilitas, serta melakukan evaluasi dan perawatan secara berkala guna memastikan bahwa seluruh sarana yang tersedia selalu dalam kondisi optimal.

Sejalan dengan penelitian Fahmi Hidayat berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi: Armajaya Tour And Travel Kota Samarinda) Variabel Fasilitas mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen jika Armajaya Tour And Travel ini

⁴⁸ Fandy Tjiptono, *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 3 (Yogyakarta: Andi, 2012), h. 301.

membenahi fasilitas secara terus menerus maka akan mendorong konsumen untuk memilih Armajaya Tour And Travel Kota Samarinda. Kemudian fasilitas berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan konsumen.⁴⁹ Hasil penelitian ini sejalan dengan teori fasilitas salah satu dimensi yang memiliki kaitan erat dengan kepuasan pelanggan adalah dimensi *tangible* (bukti fisik) dan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare yang apabila pemilik/pengelola tidak memperhatikan fasilitas maka akan kalah dalam persaingan bisnis namun jika sebaliknya pemilik/pengelola memperhatikan segala sesuatu yang harus dibenahi maka pelanggan akan loyal pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

Berdasarkan temuan hasil penelitian yang membuktikan bahwa variabel fasilitas memiliki pengaruh yang signifikan, maka direkomendasikan agar SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare terus melakukan peningkatan dan pemeliharaan terhadap seluruh fasilitas yang tersedia. Peningkatan dapat dilakukan dengan memastikan bahwa toilet, mushollah, penerangan cahaya pada mesin pompa, kenyamanan, rest area selalu bersih dan layak digunakan, dan mudah diakses oleh seluruh pelanggan. Selain itu, penambahan fasilitas pendukung seperti papan informasi layanan, serta pencahayaan dan ventilasi yang baik di ruang publik juga dapat memberikan nilai tambah terhadap kenyamanan pelanggan.

⁴⁹ Hidayat, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Interveing (Studi: Armajaya Tour and Travel Kota Semarang)*.

SPBU juga disarankan untuk melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala sebagai alat evaluasi dan masukan terhadap kualitas fasilitas yang ada. Dengan komitmen terhadap perbaikan fasilitas secara berkelanjutan, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membangun citra SPBU yang profesional, bersih, dan kenyamanan penggunaan layanan.

3. Pengaruh *Islamic Service Quality* dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.

Berdasarkan hasil perhitungan uji simultan (uji F) pada dengan nilai probabilitas 0,000. Karena nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan H_0 ditolak dan H_3 diterima yang berarti kedua variabel bebas yaitu *Islamic Service Quality* dan Fasilitas secara bersama-sama (Simultan) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare sehingga hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa penerapan prinsip-prinsip pelayanan islami seperti kejujuran, keadilan, kesopanan, dan amanah berperan besar dalam membentuk hubungan emosional dan spiritual dengan pelanggan. Disisi lain, keberadaan fasilitas fisik yang memadai dan nyaman turut memperkuat pengalaman pelayanan secara keseluruhan.

Menurut Philip Kotler Perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah bidang ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, menggunakan, serta memanfaatkan barang, jasa, gagasan, atau pengalaman guna memenuhi

kebutuhan dan keinginan mereka.⁵⁰ Defenisi ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen tidak hanya terbatas pada tindakan pembelian semata, tetapi juga mencakup seluruh proses pengambilan keputusan yang mendasari tindakan tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen sangat penting bagi pelaku bisnis karena dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran. Dalam konteks layanan seperti SPBU, perilaku konsumen mencerminkan bagaimana pelanggan merespons terhadap *Islamic service quality*, fasilitas yang tersedia, serta nilai-nilai etika dalam pelayanan seperti yang tercermin dalam *Islamic service quality*. Oleh karena itu, dengan memahami preferensi, ekspektasi, dan pola keputusan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan, membangun loyalitas, dan menciptakan hubungan jangka panjang yang menguntungkan dengan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Duan Ronaldi mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kenyamanan Konsumen di Tinjau dari Perspektif Bisnis Islam. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial positif dan signifikan terhadap kenyamanan konsumen, hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas secara simultan berpengaruh positif terhadap kenyamanan konsumen.⁵¹

⁵⁰ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179.

⁵¹ Ronaldi, "Perspektif Bisnis Islam (Studi Pada Pengunjung Mall Boemi Kedaton)."

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *Islamic Service Quality* dan Fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka disarankan kepada manajemen SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare untuk mengintegrasikan kedua aspek tersebut ke dalam strategi pelayanan secara berkelanjutan. Dari sisi *Islamic Service Quality*, perusahaan perlu menyelenggarakan pelatihan rutin bagi karyawan dengan fokus pada nilai-nilai Islami seperti amanah, kejujuran, keadilan, serta pelayanan dengan niat yang ikhlas dan sopan santun.

Pelatihan ini dapat mencakup materi tentang etika kerja Islami, adab dalam melayani pelanggan, serta praktik pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Di sisi lain, manajemen juga perlu terus meningkatkan kualitas fasilitas fisik di area SPBU, seperti menjaga kebersihan toilet, menyediakan musholla yang layak, memperluas area parkir, serta memastikan kenyamanan ruang tunggu. Keduanya harus berjalan secara sinergis karena pelayanan berbasis nilai Islami yang baik akan lebih optimal jika didukung oleh fasilitas yang memadai. Selain itu, perusahaan dapat melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala untuk mengevaluasi efektivitas penerapan kedua variabel ini dan mengidentifikasi aspek mana yang masih perlu ditingkatkan.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV mengenai pengaruh *islamic service quality* dan fasilitas terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare, Maka ditarik simpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil analisis sumbangan efektif, diketahui bahwa variabel fasilitas memberikan kontribusi sebesar 39,24% terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas merupakan faktor paling dominan dibandingkan variabel lainnya dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Semakin baik dan lengkap fasilitas yang disediakan maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil analisis sumbangan efektif menunjukkan bahwa variabel *islamic service quality* memberikan kontribusi sebesar 23,48% terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Persentase ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip islam, seperti keandalan, ketanggapan, jaminan, empati, penampilan fisik, memiliki peran penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik penerapan *islamic service quality*, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, karena pelanggan merasa dihargai, dilayani dengan ramah, dan sesuai dengan nilai-nilai islami yang menumbuhkan kepercayaan serta kenyamanan dalam menggunakan layanan SPBU.

- c. Berdasarkan hasil uji F (Simultan) nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $78,978 > 3,09$ menunjukkan *Islamic Service Quality* dan Fasilitas berpengaruh secara bersama-sama (Simultan) terhadap kepuasan pelanggan pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare. Selain itu, hasil analisis sumbangan efektif total sebesar 62,7% menunjukkan bahwa *islamic service quality* dan fasilitas secara kolektif mampu menjelaskan lebih dari separuh variasi dalam kepuasan pelanggan. Dengan demikian, semakin baik kualitas pelayanan berbasis nilai-nilai islam dan semakin lengkap fasilitas yang tersedia, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Kedua faktor ini terbukti menjadi penentu penting dalam menciptakan pengalaman layanan yang memuaskan bagi pelanggan SPBU.

B. Saran

1. Bagi Pengelola SPBU

Variabel *Islamic service quality* dan fasilitas merupakan salah satu dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga para pemilik SPBU harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan karena setiap pelanggan memiliki sifat dan perilaku yang berbeda dalam memberikan kepuasan. Terlebih untuk fasilitas, SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare diharapkan dapat meningkatkan dan lebih mengutamakan kenyamanan pelanggan, karena berdasarkan hasil penelitian merupakan faktor dominan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan seperti desain interior, pencahayaan, dan rest area sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat menambah variabel-variabel yang belum diteliti agar penelitian ini berkembang dan dapat menjadi perbedaan pada penelitian ini sebab masih banyak variabel lain yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Bagi Pelanggan

Sebaiknya pelanggan harus tetap pintar memilih produk atau barang walaupun sudah direkomendasikan oleh orang lain.

4. Bagi IAIN Parepare

Sebagai institusi pendidikan tinggi Islam yang memiliki peran strategis dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapan nilai-nilai keislaman dalam berbagai sektor, IAIN Parepare sebaiknya untuk terus mendorong penelitian-penelitian terapan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia usaha, seperti tentang *Islamic service quality* ini.

DAFTAR PUSTAKA

Kitab

Al-Hafidz Ibnu Katsir, Juz II, Bairut: Darul Kutub Ilmiah.

Kementerian Agama RI. Al-Qur'an Dan Terjemahannya, 2019.

Buku

Arif Al, Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif “Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Soasial lainnya*, Jakarta : Prenda Media grup, 2005.

Darmawan, Deni, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung : Remaja Rosdakarya, 2013.

Ghozali, Imam, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Edisi Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011.

Irawan, Pengantar Ekonomi Perusahaan, Yogyakarta: BPFE-UGM, 2004.

Indrawan, Rully et al, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran untuk Manajemen, Pembangunan, dan Pendidikan*, Bandung : PT Refika Aditama, 2014.

Khotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Prehalindo, 2009.

Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta : Rineka Cipta, 2009.

Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor:Ghalia Indonesia, 2004.

Shihab, Quraish, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Jilid 10*, Jakarta : Lentera Hati, 2002.

Sarwono, Jonathan, *Metode Riset Skripsi: Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS)*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.

Siregar, Sofyan, *Statistik Parameter untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014.

Sukirno, Sudono, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi*, Edisi 3.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kuantitatif dan R &D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung:Alfabeta, 2014.

Tjiptono, Fandi, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset, 2002.

Tjiptono, Fandi, *Pemasaran Jasa Edisi 1*, Cetakan Pertama. Gumilang.

- WahbahnZuhaili, M Bassam Rusydi Zain, M. Wahbi Sulaiman, dan Adnan Salim
Ensiklopedia Al-Quran.
- Wiwik, Sulistiyowati, ST., M.T., “ *Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*”
 Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, 2018.
- Waridah, Ernawati, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Bmedia, 2017.

Jurnal

- Astuti Try R A et al. “ *Islamic Work Ethics, Employee Response and Job Satisfaction : An Exploration Of Indonesian Islamic Banking Employees.*” Jurnal Minds Manajemen Ide dan Inspirasi II. (2024) : 59–72.
- Faradiba, B et al. “ *Kepuasan dan Kepercayaan Pelanggan Serta Loyalitas Pengguna Belanja Online Selama Pandemi COVID – 19.*” Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora Vol. 4. (2021) : 21-28.
- Kharaj – Al A & Umaina et al. “ *Edukasi dan Literasi Lembaga Keuangan Syariah Pada Ibu Rumah Tangga di Desa Padaelo Parepare.*” Jurnal Pengabdian Masyarakat UNM Mataram 4. (2023) : 201-206.
- Maldina Y E dan Mubarak et al, “ *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista*”, Economic, (2017) : 3.
- Pangestu R D & Addury.M.M et al. “ *Interactive Marketing And Relationship Quality in Islamic Banking : A Parepare Case Study.*” Asian Jurnal Of Islamic Management 5. (2023) : 83-95.
- Sukma, Usman, & U. Ahdar. “ *Urgensi Perpustakaan IAIN Parepare dalam Meningkatkan Literasi Mahasiswa Fakultas Tarbiyah.* ” Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan 1 (1) : 112-120.
- Sabarariah et al, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN(PERSERO)Rayon Samarinda Ulu, (E-Journal Ilmu Administrasi Negara, 2015.*

Skripsi

- Abdi Abror Paki, 2020, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada SPBU Zacky Muhammad Pekanbaru, Skripsi Universitas Islam Riau.*
- Suprianto, 2021, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Panca Hammar Lestari Panyabungan, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan.*



Surat Penetapan Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

Nomor : B.296/In.39/FEBI.04/PP.00.9/1/2024
 Lampiran : -
 Perihal : **Penetapan Pembimbing Skripsi**

16 Januari 2024

Yth: **1. Dr. An Ras Try Astuti, M.E.**
2. Arwin, M.Si

(Pembimbing Utama)
 (Pembimbing Pendamping)

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan hasil sidang judul Mahasiswa (i):

Nama : Nur Rahmadani
 NIM. 2020203860202046
 Prodi. : Ekonomi Syariah

Tanggal **05 Januari 2024** telah menempuh sidang dan dinyatakan telah diterima dengan judul:

**PENGARUH ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN
 PELANGGAN PADA SPBU PT IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE**

dan telah disetujui oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai **Pembimbing Skripsi** Mahasiswa (i) dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. wb.



Muzdalifan Muhammadun, M.Ag.
 197102082001122002

Tembusan:

1. Ketua LPM IAIN Parepare
2. Arsip

Surat Izin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-872/In.39/PP.00.9/PPs.05/03/2025
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

07 Maret 2025

Yth. WALIKOTA PAREPARE
Cq. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: NUR RAHMADANI
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE , 17 November 2002
NIM	: 2020203860202046
Fakultas / Program Studi	: Ekonomi dan Bishis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester	: X (Sepuluh)
Alamat	: JL. TAKKALAO, KELURAHAN BUKIT INDAH, KECAMATAN SOREANG, KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah WALIKOTA PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

PENGARUH ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PT IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 10 Maret 2025 sampai dengan tanggal 30 April 2025.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

Surat Rekomendasi Penelitian

SRN IP0000162



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstsp@pareparekota.go.id

REKOMENDASI PENELITIAN
Nomor : 162/IP/DPM-PTSP/3/2025

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Republik Indonesia Nomor 64 Tahun 2011 tentang Pedoman Penerbitan Rekomendasi Penelitian.
3. Peraturan Walikota Parepare No. 23 Tahun 2022 Tentang Pendelegasian Wewenang Pelayanan Perizinan dan Non Perizinan Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA
NAMA : **NUR RAHMADANI**

UNIVERSITAS/ LEMBAGA : **INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE**
Jurusan : **EKONOMI SYARIAH**
ALAMAT : **JL. TAKKALAO NO. 92 PAREPARE**
UNTUK : melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :

JUDUL PENELITIAN : **PENGARUH ISLAMIC SERVICE QUALITY DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA SPBU PT IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE.**

LOKASI PENELITIAN : **SPBU PT IMAM LAEGA JAYA KOTA PAREPARE**

LAMA PENELITIAN : **11 Maret 2025 s.d 30 April 2025**

a. Rekomendasi Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Rekomendasi ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **13 Maret 2025**

KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU KOTA PAREPARE



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

■ UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1

■ Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah

■ Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**

■ Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTSP Kota Parepare (scan QRCode)



Balat
Sertifikasi
Elektronik



Surat Selesai Meneliti

PT.IMAM LAEGA JAYA BERSAMA SPBU 74.91154 SOREANG

JL.H.A.Muh. Arsyad No.427 Parepare (0421) 26495

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKSANKAN PENELITIAN

No : 301/III/ILJB-7491154

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : NUR ADHA

Jabatan : ADMIN

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : NUR RAHMADANI

Alamat : Jl TAKKALAO KOTA PAREPARE

Lembaga : INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE

Telah selesai melaksanakan kegiatan penelitian di PT.IMAM LAEGA JAYA BERSAMA (SPBU 74.91154) Kota Parepare . Dengan judul penelitian " Pengaruh Islamic Service Quality dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT. IMAM LAEGA JAYA BERSAMA ".

Demikian surat ini dibuat agar digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare , 14 Maret 2025


NUR ADHA
Admin

Hasil Turnitin

Revisi Skripsi Nur Rahmadani 22 juni

ORIGINALITY REPORT

35%	32%	22%	18%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet Source	14%
2	etd.iain-padangsidempuan.ac.id Internet Source	2%
3	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	2%
4	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
7	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
8	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
9	Submitted to iainpare Student Paper	1%
10	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
11	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	1%
12	repository.uinsu.ac.id Internet Source	<1%
13	e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id Internet Source	<1%

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN

Nama Mahasiswa : NUR RAHMADANI
 NIM : 2020203860202046
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam
 Prodi : Ekonomi Syariah
 Judul : Pengaruh Islamic Service Quality dan Fasilitas
 Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega
 Jaya Kota Parepare.

PEDOMAN KUESIONER

I. Identitas Responden

Mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi data responden dibawah ini :

Nama Lengkap :

Alamat :

Nomor Hp :

Jenis Kelamin : ☐ Laki-Laki

☐ Perempuan

Usia : ☐ 22-30 Tahun ☐ 31-40 Tahun ☐ >40Tahun

Pekerjaan : ☐ Pelajar/Mahasiswa ☐ Pegawai Negeri

☐ Pegawai Swasta ☐

☐ Ibu Rumah tangga

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (✓) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara(i) pilih sesuai keadaan sebenarnya dengan alternative jawaban sebagai berikut:

5 = Sangat Setuju (SS)

2 = Tidak Setuju (TS)

4 = Setuju (S)

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

3 = Netral (N)

III. Daftar Pernyataan

No.	Islamic Service Quality(X1)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa layanan yang saya terima di SPBU ini selalu konsisten dan dapat diandalkan.					
2.	Saya merasa puas dengan cara SPBU ini menangani keluhan atau masalah yang saya hadapi.					
3.	Saya merasa bahwa SPBU PT Imam Laega Jaya menawarkan perlindungan yang memadai terhadap kemungkinan risiko saat mengisi bahan bakar.					
4.	Petugas SPBU PT Imam Laega Jaya					

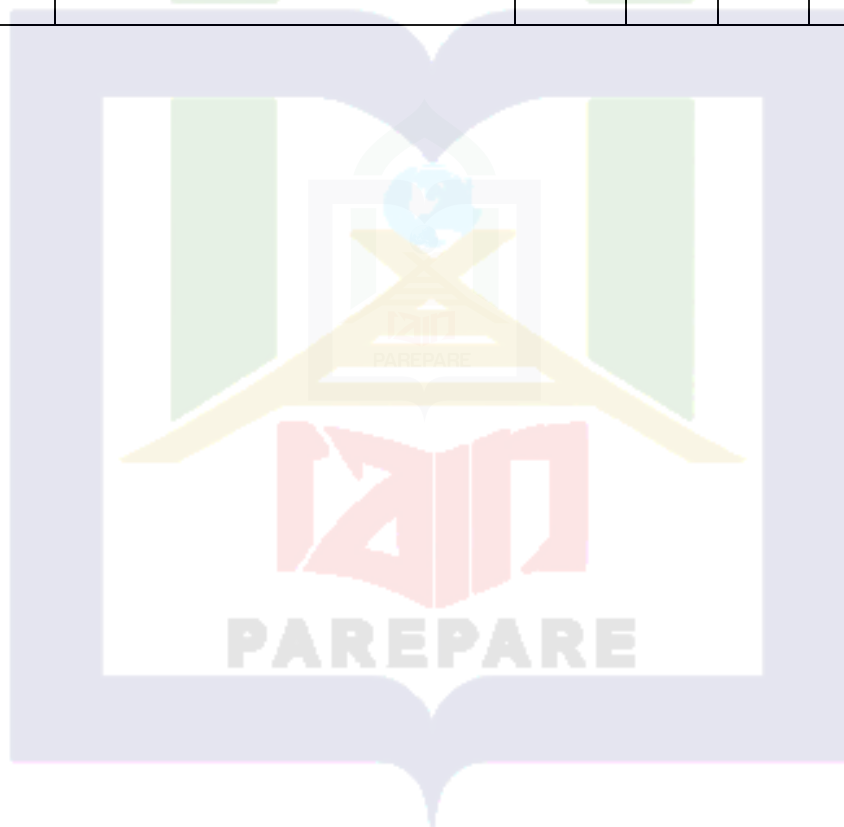
	memahami dengan baik perasaan dan memperlakukan saya dengan hormat.					
5.	Penampilan petugas SPBU PT Imam Laega Jaya membuat saya merasa lebih nyaman dan percaya dengan layanan yang diberikan.					

No.	Fasilitas(X2)	SS	S	N	TS	STS
1.	Fasilitas yang memadai di SPBU PT Imam Laega Jaya meningkatkan kenyamanan saya saat mengisi bahan bakar.					
2.	Saya merasa lebih puas dan loyal kepada SPBU PT Imam Laega Jaya berkat tata letak fasilitas yang memudahkan saya.					
3.	Perlengkapan yang tersedia di SPBU PT Imam Laega Jaya membuat saya lebih memilih SPBU PT Imam Laega Jaya dibandingkan SPBU					

	lain.					
4.	Saya merasa nyaman dan aman saat mengisi bahan bakar pada malam hari karena pencahayaan di SPBU PT Imam Laega Jaya cukup terang.					
5.	Saya lebih memilih SPBU PT Imam Laega Jaya ini dibandingkan SPBU lain karena Keputusan yang diambil pengelola dalam menyediakan fasilitas yang memadai dan nyaman.					

No.	Kepuasan Pelanggan(Y)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan oleh petugas SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.					
2.	Kualitas BBM yang saya beli sesuai dengan yang saya harapkan.					
3.	Saya merasa aman dan yakin saat bertransaksi di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.					

4.	Saya lebih dari satu kali melakukan pengisian BBM di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare.					
5.	Saya akan tetap membeli BBM di spbu PT Imam Laega Jaya Kota Parepare dan merekomendasikannya kepada orang lain.					



NO	NAMA	USIA	JENIS KELAMIN
1	Andika Wijayanto	33-43 thn	Laki-laki
2	Muhsin	33-43 thn	Laki-laki
3	Ahmat Fikri	33-43 thn	Laki-laki
4	Asi	43-54 thn	Laki-laki
5	Bazar	33-43 thn	Laki-laki
6	Awal Jenabadi	22-32 thn	Laki-laki
7	Imran	22-32 thn	Laki-laki
8	Akbar	<22 thn	Laki-laki
9	Muh Aswadi	<22 thn	Laki-laki
10	Angga	22-23 thn	Laki-laki
11	Firmansya	<22 thn	Laki-laki
12	Hera	<22 thn	Perempuan
13	Ila	22-32 thn	Perempuan
14	Batari Edani	<22 thn	Perempuan
15	Muh Fachrul Siddiq	22-32 thn	Laki-laki
16	Siti Sahila Saskia	<22 thn	Perempuan
17	Nurul	22-32 thn	Perempuan
18	Dwi Ariyanti	<22 thn	Perempuan
19	Shaveena Alia	<22 thn	Perempuan
20	Abighael	22-32 thn	Laki-laki
21	Nurhinaya	22-32 thn	Perempuan
22	Erdini Nur Avianty	<22 thn	Perempuan
23	Annisa	<22 thn	Perempuan
24	Utari	<22 thn	Perempuan
25	Satria Wira Yudha	22-32 thn	Laki-laki
26	Ramli	33-43 thn	Laki-laki
27	Muh Gustin	22-32 thn	Laki-laki
28	Irenia Alfa Wiani	22-32 thn	Perempuan
29	Firdayanti	22-32 thn	Perempuan
30	Yusran	22-32 thn	Laki-laki
31	Arumi Arsyabilah	<22 thn	Perempuan
32	Rafida	22-32 thn	Perempuan
33	Tri Bambang	22-32 thn	Laki-laki
34	Ayu Sukma Maharani	22-32 thn	Perempuan

35	Gilang	22-32 thn	Laki-laki
36	Adelia	22-32 thn	Perempuan
37	Cici	<22 thn	Perempuan
38	Andi Muammal Zakki	22-32 thn	Laki-laki
39	Ambadi	44-54 thn	Laki-laki
40	Syarifuddin	22-32 thn	Laki-laki
41	Taufiq	<22 thn	Laki-laki
42	Muh Rezky	22-32 thn	Laki-laki
43	Nur Annisa	22-32 thn	Perempuan
44	Andi Asrafil	22-32 thn	Laki-laki
45	Rima	22-32 thn	Perempuan
46	Muh Royyan Duntu	22-32 thn	Laki-laki
47	Sarif Jufri	22-32 thn	Laki-laki
48	Sandy	22-32 thn	Laki-laki
49	Nur Haslinda	22-32 thn	Perempuan
50	Aidil	<22 thn	Laki-laki
51	Alam	22-32 thn	Laki-laki
52	Rahmat	<22 thn	Laki-laki
53	Mia	22-32 thn	Perempuan
54	Muh Farid	<22 thn	Laki-laki
55	Muh Zubayr	22-32 thn	Laki-laki
56	Ramdana	<22 thn	Perempuan
57	Muh Junaib. S	22-32 thn	Laki-laki
58	Al' Yah Hassara	<22 thn	Perempuan
59	Jabir Ibnu Abbas	<22 thn	Laki-laki
60	Rachmatullah	22-32 thn	Laki-laki
61	Ainani Adnin	<22 thn	Perempuan
62	Ihzanul Farid	<22 thn	Laki-laki
63	Putri Rimadani	22-32 thn	Perempuan
64	Ina Kurnia	22-32 thn	Perempuan
65	Aditya Ahmad	22-32 thn	Laki-laki
66	Wahyu Putra	22-32 thn	Laki-laki
67	Irma	<22 thn	Perempuan
68	A.Mullis	33-43 thn	Laki-laki
69	Hamsah	22-32 thn	Laki-laki
70	Alika	<22 thn	Perempuan
71	Reski Anita	22-32 thn	Perempuan

72	Dzulkifli	22-32 thn	Laki-laki
73	Yohanes S.Pd., M.Pd	33-43 thn	Laki-laki
74	Samir	<22 thn	Laki-laki
75	Masna	<22 thn	Perempuan
76	Nandar	<22 thn	Laki-laki
77	Erwin	22-32 thn	Laki-laki
78	Sahrul	22-32 thn	Laki-laki
79	Gunawan	<22 thn	Laki-laki
80	Ilham	<22 thn	Laki-laki
81	Muh Syaiful	22-32 thn	Laki-laki
82	Marwan	33-43 thn	Laki-laki
83	Hardianty	33-43 thn	Perempuan
84	Ayu Andira	33-43 thn	Perempuan
85	Syakila	<22 thn	Perempuan
86	Rahman	22-32 thn	Laki-laki
87	Nanang	22-32 thn	Laki-laki
88	Intan	22-32 thn	Perempuan
89	Sulfitra	22-32 thn	Laki-laki
90	Isma	22-32 thn	Perempuan
91	Agus	33-43 thn	Laki-laki
92	Aidil	<22 thn	Laki-laki
93	Nuraeni	44-54 thn	Perempuan
94	Azizah	22-32 thn	Perempuan
95	Mirawati	33-43 thn	Perempuan
96	Abdullah	33-43 thn	Laki-laki
97	Sentosa	33-43 thn	Laki-laki

NO	NAMA	PEKERJAAN	PENDAPATAN
1	Andika Wijayanto	Sopir	> Rp. 3.000.000
2	Muhsin	Wiraswasta	< Rp. 3.000.000
3	Ahmat Fikri	Sopir	> Rp. 3.000.000
4	Asi	Wiraswasta	> Rp. 3.000.000
5	Bazar	Sopir	> Rp. 3.000.000
6	Awal Jenabadi	Salesman	< Rp. 3.000.000
7	Imran	Karyawan Swasta	< Rp. 2.000.000

8	Akbar	Karyawan Swasta	< Rp. 2.000.000
9	Muh Aswadi	Pelajar	< Rp. 2.000.000
10	Angga	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
11	Firmansya	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
12	Hera	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
13	Ila	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
14	Batari Edani	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
15	Muh Fachrul Siddiq	Karyawan Swasta	<Rp. 5.000.000
16	Siti Sahila Saskia	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
17	Nurul	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 2.000.000
18	Dwi Ariyanti	Mahasiswa	>Rp. 8.000.000
19	Shaveena Alia	Mahasiswa	<Rp. 8.000.000
20	Abighael	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
21	Nurhinaya	PNS	<Rp. 5.000.000
22	Erdini Nur Avianty	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
23	Annisa	Karyawan Swasta	<Rp. 3.000.000
24	Utari	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
25	Satria Wira Yudha	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
26	Ramli	Musisi	>Rp. 4.000.000
27	Muh Gustin	Karyawan Swasta	>Rp. 2.000.000
28	Irenia Alfa Wiani	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
29	Firdayanti	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
30	Yusran	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
31	Arumi Arsyabilah	Pelajar	<Rp. 2.000.000
32	Rafida	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
33	Tri Bambang	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
34	Ayu Sukma Maharani	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
35	Gilang	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
36	Adelia	Guru	<Rp. 2.000.000
37	Cici	Wiraswasta	>Rp. 2.000.000
38	Andi Muammal Zakki	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
39	Ambadi	Wiraswasta	>Rp. 3.000.000
40	Syarifuddin	Karyawan Swasta	<Rp. 8.000.000
41	Taufiq	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
42	Muh Rezky	Karyawan Swasta	>Rp. 8.000.000
43	Nur Annisa	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000

44	Andi Asrafil	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
45	Rima	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
46	Muh Royyan Duntu	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
47	Sarif Jufri	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
48	Sandy	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
49	Nur Haslinda	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
50	Aidil	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
51	Alam	Wiraswasta	>Rp. 2.000.000
52	Rahmat	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
53	Mia	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
54	Muh Farid	Karyawan Swasta	<Rp. 3.000.000
55	Muh Zubayr	Pengangguran	<Rp. 2.000.000
56	Ramdana	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
57	Muh Junaib. S	Wiraswasta	<Rp. 5.000.000
58	Al'yah Hassara	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
59	Jabir Ibnu Abbas	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
60	Rachmatullah	Sopir	>Rp. 4.000.000
61	Ainani Adnin	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
62	Ihzanul Farid	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
63	Putri Rimadani	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
64	Ina Kurnia	Pegawai Apotik	<Rp. 2.000.000
65	Aditya Ahmad	Mahasiswa	>Rp. 8.000.000
66	Wahyu Putra	Wiraswasta	>Rp. 4.000.000
67	Irma	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
68	A.Mullis	Karyawan Swasta	>Rp. 3.000.000
69	Hamsah	Karyawan Swasta	>Rp. 5.000.000
70	Alika	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
71	Reski Anita	Karyawan Swasta	>Rp. 3.000.000
72	Dzulkifli	Karyawan Swasta	>Rp. 5.000.000
73	Yohanes S.Pd., M.Pd	PNS	<Rp. 6.000.000
74	Samir	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000
75	Masna	Pelajar	<Rp. 2.000.000
76	Nandar	Pelajar	<Rp. 2.000.000
77	Erwin	Wiraswasta	>Rp. 6.000.000
78	Sahrul	Karyawan Swasta	>Rp. 2.000.000
79	Gunawan	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000
80	Ilham	Karyawan Swasta	<Rp. 2.000.000

81	Muh Syaiful	Polisi	>Rp. 5.000.000
82	Marwan	Wiraswasta	>Rp. 2.000.000
83	Hardianty	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 2.000.000
84	Ayu Andira	Ibu Rumah Tangga	>Rp. 2.000.000
85	Syakila	Pelajar	<Rp. 2.000.000
86	Rahman	Karyawan Swasta	>Rp. 3.000.000
87	Nanang	Sopir	>Rp. 3.000.000
88	Intan	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
89	Sulfitra	Kurir	>Rp. 2.000.000
90	Isma	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 2.000.000
91	Agus	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
92	Aidil	Mahasiswa	<Rp. 2.000.000
93	Nuraeni	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 2.000.000
94	Azizah	Karyawan Swasta	>Rp. 2.000.000
95	Mirawati	Ibu Rumah Tangga	<Rp. 2.000.000
96	Abdullah	Wiraswasta	<Rp. 2.000.000
97	Sentosa	Sopir	>Rp. 3.000.000

Deksripsi Jawaban Responden

ISLAMIC SERVICE QUALITY(X1)						FASILITAS (X2)					
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
3	2	4	4	4	17	3	4	3	4	4	18
4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	4	24
3	5	4	3	5	20	3	5	2	4	4	18
5	4	5	3	3	20	4	4	3	5	3	19
2	3	2	4	2	13	3	3	4	3	2	15
5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
2	3	4	4	4	17	4	5	4	4	4	21
3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19
5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	18	4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20	3	3	3	4	4	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	3	4	2	3	16
4	3	4	3	4	18	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	19

3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	3	17	3	4	3	4	3	17
4	4	3	4	4	19	4	4	3	3	3	17
4	5	3	2	2	16	1	5	4	3	1	14
4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	19
3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	3	16
4	5	4	5	5	23	4	4	4	3	3	18
4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22
4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	3	18
4	2	4	4	3	17	3	4	4	4	3	18
3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	3	15
5	3	5	5	5	23	4	4	5	5	5	23
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
1	1	3	3	3	11	2	1	3	1	1	8
5	4	4	5	4	22	4	4	3	2	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	3	18
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	3	18
2	2	3	4	3	14	2	3	3	3	3	14
5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	18
3	3	3	4	3	16	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18
4	4	3	4	4	19	4	4	4	5	3	20
4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	3	19
5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24
5	5	2	2	3	17	3	3	3	5	3	21
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15

3	3	4	3	3	16	4	3	3	3	3	16
4	4	3	3	3	17	3	4	3	4	3	17
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	4	17	2	3	2	3	3	13
4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	22
3	3	3	4	5	18	3	4	3	4	4	18
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	4	20	4	4	4	4	4	20
4	3	4	2	3	16	3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	3	18	3	3	2	3	2	13
4	4	3	4	3	18	5	4	4	5	4	22
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	4	18	4	3	3	3	3	16
4	4	4	3	4	20	4	3	3	3	4	17
3	3	2	3	3	14	3	3	3	3	4	16
3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15
4	4	2	4	4	18	4	5	4	4	5	21
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	4	16	4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	4	16	4	3	4	3	1	15
4	3	4	2	2	15	2	5	3	3	3	16
4	4	4	3	4	19	4	2	3	3	4	16
4	3	3	4	4	18	2	3	5	4	2	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
3	3	3	4	4	17	4	4	4	3	4	19
4	4	3	4	4	19	4	4	3	4	3	18
4	4	4	3	5	20	4	3	2	3	2	14
4	4	3	4	2	17	2	3	2	3	5	15
5	4	5	4	4	22	4	3	5	5	3	20
4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
3	2	2	3	4	14	2	3	2	1	4	12
5	4	4	5	3	21	3	2	3	4	3	15
2	3	4	4	2	15	3	3	4	3	3	16
4	2	4	3	5	18	5	2	4	3	5	19

5	4	3	4	4	20	4	5	5	5	4	23
3	2	2	3	1	11	2	3	3	3	3	14
4	4	4	3	4	19	4	2	3	3	4	16
2	2	3	3	4	14	3	3	4	2	4	16

KEPUASAN PELANGGAN (Y)					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
4	4	3	4	4	19
5	5	5	5	5	25
1	3	4	5	5	18
3	4	3	5	3	18
4	3	2	4	3	16
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
3	4	3	4	5	19
4	4	4	4	3	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
3	4	4	4	4	19
4	5	3	5	5	22
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	3	18
3	4	4	4	4	19
4	5	2	1	3	15
4	5	5	5	5	24
3	3	3	3	3	15
4	4	3	3	3	17
3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	3	17
5	3	3	3	3	17
5	4	2	5	4	20

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	3	18
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
2	4	4	5	2	17
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	3	17
2	4	4	5	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	2	3	3	3	14
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	4	21
3	4	4	5	4	20
5	5	4	5	5	24
3	4	3	5	5	20
3	4	3	5	4	19
3	3	3	4	3	16
4	3	4	4	4	19
3	4	4	5	4	20
4	4	4	3	4	19
3	3	3	4	4	16
5	4	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	22
3	4	4	5	3	19
3	3	3	4	4	16
4	4	3	5	4	20

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	4	16
3	4	5	2	3	17
4	4	5	3	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	5	19
4	3	4	4	3	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	3	15
2	2	4	4	4	16
4	4	2	4	2	16
3	5	5	5	3	21
4	3	3	4	4	16
2	4	2	2	3	13
5	4	1	3	4	17
4	4	2	2	3	15
5	2	4	4	3	18
4	3	3	5	4	19
4	2	3	1	3	13
4	3	4	3	5	19
4	4	3	4	3	18

Hasil SPSS

1. Hasil Uji Analisis Dekriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Islamic Service Quality	97	11.00	25.00	18.4227	3.04424
Fasilitas	97	8.00	25.00	18.0515	3.22222
Kepuasan Pelanggan	97	13.00	25.00	19.0928	2.99333
Valid N (listwise)	97				

2. Hasil Uji Validitas

a. Uji Validitas Islamic Service Quality (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.668**	.545**	.369**	.409**	.794**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.2	Pearson Correlation	.668**	1	.477**	.344**	.381**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.3	Pearson Correlation	.545**	.477**	1	.467**	.510**	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.4	Pearson Correlation	.369**	.344**	.467**	1	.499**	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X1.5	Pearson Correlation	.409**	.381**	.510**	.499**	1	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.794**	.764**	.793**	.690**	.741**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Uji Validitas Fasilitas (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.407**	.513**	.536**	.532**	.764**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.2	Pearson Correlation	.407**	1	.490**	.655**	.429**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.3	Pearson Correlation	.513**	.490**	1	.574**	.354**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.4	Pearson Correlation	.536**	.655**	.574**	1	.465**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
X2.5	Pearson Correlation	.532**	.429**	.354**	.465**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.764**	.752**	.742**	.856**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total
Y1	Pearson Correlation	1	.429**	.223*	.200	.413**	.622**
	Sig. (2-tailed)		.000	.028	.050	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y2	Pearson Correlation	.429**	1	.417**	.442**	.449**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y3	Pearson Correlation	.223*	.417**	1	.450**	.484**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.028	.000		.000	.000	.000

	N	97	97	97	97	97	97
Y4	Pearson Correlation	.200	.442**	.450**	1	.524**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.050	.000	.000		.000	.000
	N	97	97	97	97	97	97
Y5	Pearson Correlation	.413**	.449**	.484**	.524**	1	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	97	97	97	97	97	97
Total	Pearson Correlation	.622**	.749**	.715**	.733**	.780**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	97	97	97	97	97	97

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Reliabilitas

a. Uji Reliabilitas Islamic Service Quality(X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

b. Uji Reliabilitas Fasilitas (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

c. Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	5

4. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82834190
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.060
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

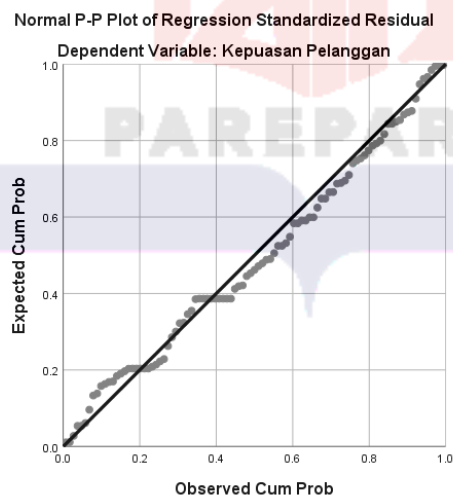
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

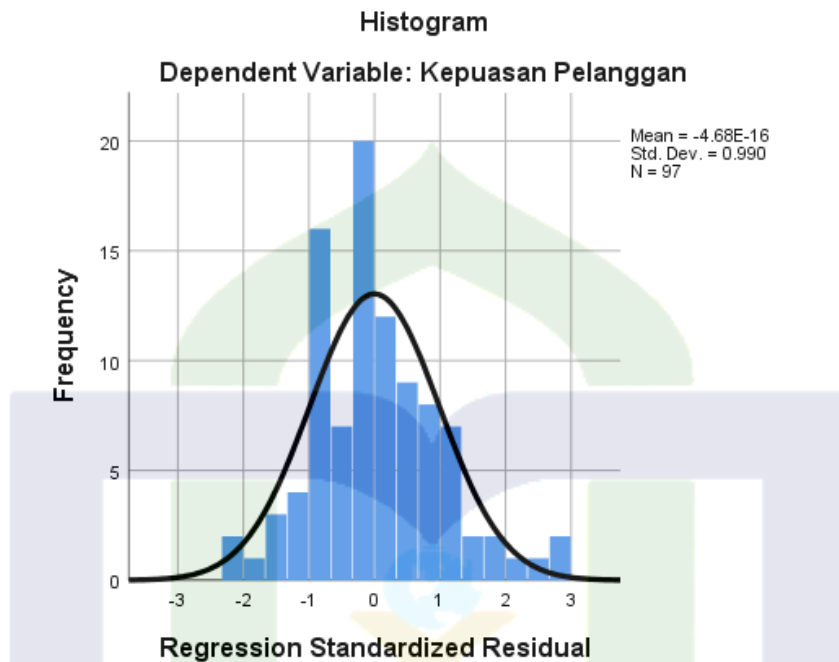
c. Lilliefors Significance Correction.

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

b. P-Plot



c. Uji Histogram



5. Uji Regresi Linear Berganda

a. Tabel Annova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	539.253	2	269.626	78.978	.000 ^b
	Residual	320.912	94	3.414		
	Total	860.165	96			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Islamic Service Quality

b. Tabel Coefficeience

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.522	1.194		.000
	Islamic Service Quality	.322	.094	.328	.001
	Fasilitas	.478	.089	.515	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

6. Uji Hipotesis

a. Uji t- Parsial

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.522	1.194		.000
	Islamic Service Quality	.322	.094	.328	.001
	Fasilitas	.478	.089	.515	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Uji F Simultan

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	539.253	2	269.626	.000 ^b
	Residual	320.912	94	3.414	
	Total	860.165	96		

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Fasilitas, Islamic Service Quality
- c. Uji R² (Koefisien Determinasi)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.792 ^a	.627	.619	1.848

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Islamic Service Quality

7. Uji Sumbangan Efektif

a. Hasil Uji Sumbangan Efektif

Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	Rsquare
X1	0,328	0,716	
X2	0,515	0,762	

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Change Statistics		Sig. F Change
							df1	df2	
1	.792 ^a	0.627	0.619	1.848	0.627	78.978	2	94	0.000

a. Predictors: (Constant), Fasilitas, Islamic Service Quality

DOKUMENTASI PENELITIAN

BIODATA PENULIS



Nur Rahmadani, Lahir di Parepare, Sulawesi Selatan. Pada tanggal 17 November 2002, merupakan anak Terakhir dari Bapak Burhanuddin (ALM) dan Ibu Nursia. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Penulis beralamat di Jl. Wirabuana Lapadde, Kecamatan Ujung, Kota Parepare. Riwayat pendidikan penulis, mulai dari Pendidikan Sekolah Dasar di SDN 23 Parepare sejak tahun 2008 dan lulus pada tahun 2014, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 12 Parepare sejak 2014 dan lulus pada tahun 2017, kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 3 Parepare sejak 2017 dan lulus pada tahun 2020. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN)Parepare dengan mengambil jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis melakukan Kuliah Pengabdian Masyarakat di Kecamatan Alla, Kab. Enrekang, pada tahun 2023. Selanjutnya penulis melakukan Praktek Pengalaman Lapangan (PPL) di Kantor Pegadaian Parepare. Dan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi, penulis mengajukan skripsi dengan judul *Pengaruh Islamic Service Quality dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada SPBU PT Imam Laega Jaya Kota Parepare*. Motto : “ *Considered Low, But I Always Look Up Towards My Hopes*”.