Great: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam,
Vol.1 No.2, 2024, pp. 165-176; e-ISSN: 3032-7253
Doi: https://doi.org/10.62108/great.v1i1.757

Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Spesialis Aqiqah Pondok Petir)

Yusuf Yoga Pratama Putra[1)], Lutfi Zulkarnain[2)]
[1)]Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI; Email: yusufyoga319@gmail.com
[2)])Sekolah Tinggi Ekonomi Islam SEBI; Email: lutfi.zulkarnain@sebi.ac.id

Abstract

The purpose of the study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at Aqiqah Specialists. the existence of UMKM in the field of aqiqah service business around the Spesialis Aqiqah. Therefore, Spesialis Aqiqah need to develop and improve the services they do to be the choice of new families, especially those who need aqiqah services for their children. So that the problem that occurs is to explore the services that have been provided by Spesialis Aqiqah to customer satisfaction seeing from positive responses or testimonials on social media and gmaps. The research used quantitative methods with a descriptive approach. The test results show a coefficient value of 0.768 and t-statistics of 11.351, so it is stated that the results of a quality of service have a positive and significant influence. In data processing, researchers use the SEM PLS version 4 program as well as in the object of research at the Spesialis Aqiqah so that there is a repetition and avoids repetition. Service quality has a positive influence of 0.660, or contributes 66% to customer satisfaction and the rest is influenced by other factors that are not studied.

***Keywords**: Service Quality, Customer Satisfaction, and Aqiqah*

Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Spesialis Aqiqah**.** adanya UMKM pada bidang bisnis layanan jasa aqiqah di sekitar Spesialis Aqiqah. Maka dari itu Spesialis Aqiqah perlu melakukan perkembangan dan perbaikan akan pelayanan yang dilakukannya untuk dapat menjadi pilihan para keluarga baru terlebih yang membutuhkan layanan jasa aqiqah untuk buah hatinya. Sehingga masalah yang terjadi yaitu perlunya mendalami terkait pelayanan yang sudah diberikan Spesialis Aqiqah terhadap kepuasan pelanggan melihat dari respon atau testimoni yang positif di sosial media maupun gmaps. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil pengujian menunjukkan nilai koefisien 0,768 dan t-statistik 11,351, maka dinyatakan hasil sebuah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Dalam pengolahan data peneliti menggunakan program SEM PLS versi 4 serta dalam objek penelitian di Spesialis Aqiqah sehingga adanya pembaruan dan menghindari adanya pengulangan**.** Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif sebesar 0,660, atau menyumbang 66% terhadap kepuasan pelanggan dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci*: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Aqiqah*

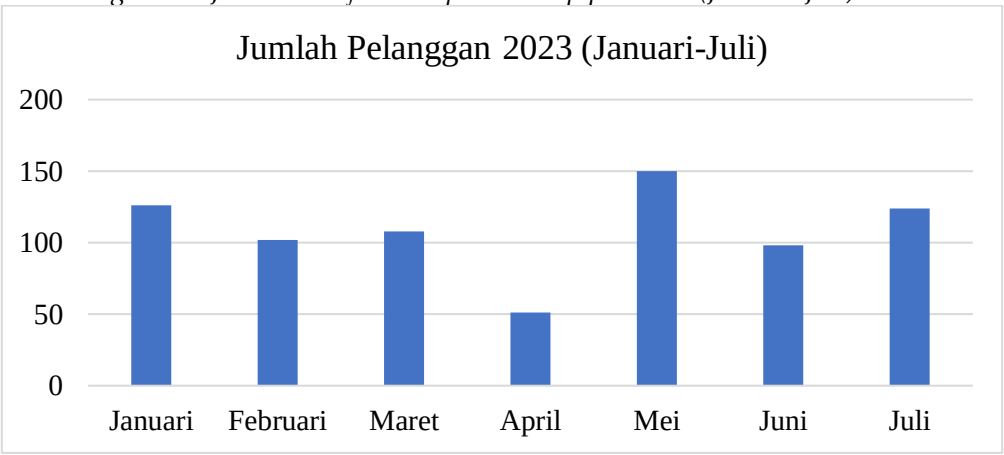
PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang mengajak umatnya untuk melakukan aqiqah pada buah hatinya sebagai bentuk rasa syukur atas kelahiran. Rangkaian kegiatan aqiqah biasa dilakukan dengan proses penyembelihan hewan ternak seperti domba atau kambing untuk diberikan kepada keluarga dan orang yang membutuhkan. Dalam anjurannya Rasulullah Saw, dari segi hukumnya yaitu *sunnah muakkad* (yang diutamakan). Dewasa ini, masyarakat mulai menyadari bahwa mereka perlu melakukan ibadah aqiqah untuk anak-anak mereka, tetapi kondisi perkotaan membentuk perilaku pelanggan memilih hal yang efesien waktu karena banyaknya kebutuhan dan persiapan yang diperlukan untuk dapat mengolah dan menghidangkan olahan aqiqah secara mandiri maka mereka lebih memilih cara praktis. Oleh karena itu, pelanggan banyak beralih melakukan pemesanan di jasa aqiqah.

Dengan *culture* perkotaan dan fase kelahiran akan terus menerus di terjadi sepanjang masa, maka potensi pada usaha ini cukup besar dan menjadi usaha yang memiliki masa usaha yang tergolong lama jika sebuah usaha mampu menjaga dalam pemenuhan kepuasan pelanggan. Dengan kebutuhan akan layanan aqiqah masih mendapatkan kesempatan bersaing, sehingga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada pengelolaan dan pengolahan yang bahan dasar kambing seperti aqiqah, banyak tersebar dan berkembang di daerah Depok. Maka Spesialis Aqiqah perlu melakukan perkembangan dan perbaikan akan pelayanan yang dilakukannya untuk dapat menjadi pilihan pelanggan.

Berlandaskan pada hasil data pembelian pelanggan sebelumnya, di dapat bahwa penjualan di tahun 2023 mengalami perubahan yang tidak konsisten;

Diagram 1. Jumlah Penjualan Spesialis Aqiqah 2023 (Januari-Juli)

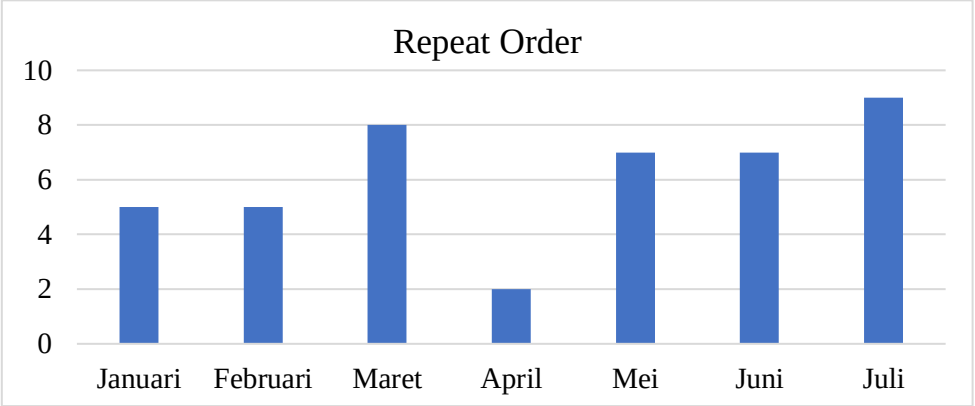


Sumber : Data Primer diolah, 2024

Spesialis Aqiqah diatas dapat diketahui jumlah penjualan yang diterima spesialis aqiqah mengalami orderan terbanyak di bulan Mei sebanyak 150 orang sedangkan pesanan sedikit menurun di bulan April sebanyak 51 orang dikarenakan bulan April menunaikan puasa ramadhan. Dari data penjualan tersebut didapat

bahwa ada beberapa pelanggan yang melakukan pembelian secara berulang (*repeat order)*.

Diagram 1. Jumlah Penjualan secara Repeat Order 2023 (Januari-Juli)



Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari data di atas total dari pelanggan yang melakukan *repeat order* sebanyak 87 orang atau jika 87 dari total 759 orang yang menjadi pelanggan, itu 11,46% ialah para pelanggan yang mendapatkan rekomendasi dari saudara, tetangga atau hasil promosi lewat testimoni pelanggan yang merasa harapannya dapat terpenuhi lewat Spesialis Aqiqah. Ini bisa menjadi salah satu faktor untuk dapat melihat kepuasan pelanggan. Karena pada dasarnya, kepuasan pelanggan terdiri dari perbedaan kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Rangkuti, 2000). Pemenuhan keinginan pelanggan dan memberikan testimoni yang baik dapat menjadi pertimbangan calon pelanggan selanjutnya bahwa Spesialis Aqiqah bisa memberikan pelayanan yang baik, amanah, harga terjangkau, admin *fastrespon* sehingga memudahkan bagi pelanggan untuk mencari perbandingan harga, jarak, testimoni dan kecepatan informasi yang didapat sehingga melakukan transaksi di Spesialis Aqiqah.

Sehingga perlu evaluasi yang teratur untuk memastikan strategi yang memungkinkan dapat membuat kepuasan pelanggan tercapai dengan layanan yang sudah diberikan seperti; pelayanan yang terbaik, dengan memperhatikan standar kesehatan kambing, proses pemotongan, pengolahan hewan sesuai dengan syariat islam, juga kepada proses produksi (masakan) dengan bahan yang berkualitas tinggi, menjaga kebersihan serta kelayakan bahan ,*packaging* yang melindungi keutuhan produk, desain *packaging* yang menarik dengan kualitas yang baik.

Berdasarkan wawancara singkat yang dilakukan peneliti dengan Bapak Maaududi, kepala produksi katering, dan Bapak Zanky, kepala pengembangan layanan, kualitas layanan Spesialis Aqiqah sejauh ini masih mungkin ada peluang perbaikan di masa depan melalui laporan pengalaman yang di terima. Keluhan dan saran dari pelanggan juga akan menghasilkan dukungan, sehingga perlu adanya struktur operasional yang sesuai untuk karyawan di semua bidang. masalah yang terjadi yaitu perlunya mendalami terkait pelayanan yang sudah diberikan Spesialis

Aqiqah terhadap kepuasan pelanggan melihat dari respon atau testimoni yang positif di sosial media maupun gmaps. Maka peneliti mengambil judul penelitian yaitu "Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan Spesialis Aqiqah Pondok Petir)".

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini terbatas pada kualitas layanan yang diberikan menentukan kepuasan pelanggan dengan menggunakan program SEM PLS versi 4 serta dalam objek penelitian di Spesialis Aqiqah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Spesialis Aqiqah.

KAJIAN LITERATUR

Aqiqah

Kata aqiqah berasal dari kata yang berarti memutus, merobek dan membelah. Ungkapan *'Aqqa walidaihi*, bermakna dia memutus bakti kepada kedua orangtuanya. Ada ungkapan lain, "*aqqa 'anwalidihi,* yang artinya seseorang menyembelih hewan pada hari ketujuh dari kelahiran anaknya. Menurut Abu Ubaid "aqiqah secara bahasa berarti rambut yang tumbuh di kepala anak saat lahir, dan kambing yang disembelih untuk anak disebut aqiqah, karena ketika kambing itu disembelih rambut sang anak juga dicukur" (Al-Jauziyah, 2014).

Adapun sifat hewan yang diperbolehkan untuk aqiqah menurut Ulama fikih ada empat macam, yaitu:

1. Kambing sembelihan boleh jantan atau betina
2. Untuk umur kambing yang disembelih, bagusnya sudah mencapai usia satu tahun sempurna.
3. Binatang yang disembelih tidak boleh cacat atau sakit parah.
4. Jenis hewan harus kambing, tidak boleh diganti dengan hewan yang lain sesuai dengan hadits Nabi Muhammad Saw,
   "Dari Ummu Karz *Radhiyallahu anha* berkata: saya bertanya kepada Rasulullah Saw, tentang aqiqah, beliau bersabda: bagi bayi laki-laki dua ekor kambing dan bagi bayi perempuan satu ekor". (HR. Abu Daud dan Tirmidzi, an-nasai dan Ibnu Majah. Imam at-tarmidzi mengatakan ini hadits shahih).

Kualitas Pelayanan

Menurut Sugiarto kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Sugiarto, 2003). Oleh karena itu dapat dipahami bahwa reputasi kualitas yang baik tidak dilihat dari persepsi perusahaan atau penyedia jasa, tetapi dari persepsi pelanggan (Suwarsito & Aliya, 2020)

Menurut Tjiptono sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dengan menyeimbangkan harapan pelanggan (Tjiptono, 2014), sehingga pelayanan yang baik itu di saat jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) memenuhi harapan, maka kualitas jasa

dinilai baik dan memuaskan, bila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dinilai sangat baik dan kualitas jasa dinilai sangat baik dan sebaliknya.

Parasurman dalam hasil analisis Mukti 2017 mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti langsung (*Tangible*), yaitu penampakan fasilitas, peralatan, personel dan material yang terpajang. Mendeskripsikan bentuk nyata, wujud fasilitas serta keadaan lingkungan sekitar adalah bentuk pelayanan yang akan diterima pelanggan. Contohnya seperti kondisi bangunan, fasilitas dapur, desain packaging, dan penampilan staf yang rapi.
2. Daya tanggap (*Responsiveness*), artinya keinginan karyawan perusahaan untuk membantu memberikan layanan yang dibutuhkan konsumen. Islam menganjurkan agar seluruh pengusaha berperilaku profesional, yaitu mampu bekerja dengan cepat dan tepat agar tidak menyia-nyiakan pekerjaan yang menjadi tanggung jawabnya. Jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah layanan jasa, bisa dilihat dari kemampuan karyawan untuk melayani pelanggan dengan cepat, menyelesaikan keluhan / kebutuhan secara tepat waktu, *fast respons* di media sosial.
3. Kehandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk secara akurat memberikan jasa yang dijanjikan kepada konsumen dan khususnya memberikan jasa secara tepat waktu (*punctuality*), serta sesuai dengan jadwal yang dijanjikan Dalam industri jasa makanan, layanan yang handal adalah ketika karyawan dapat memberikan layanan yang dijanjikan dan membantu menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat tanpa melakukan kesalahan.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, tingkah laku dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan.. Jaminan layanan merupakan hal penting yang dapat ditawarkan kepada pelanggan, seperti jaminan keamanan produk, jaminan kehalalan produk.
5. Kepedulian /Empati (*Emphaty*), kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Pelayanan yang diberikan para karyawan harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada pelanggan. Di mana suatu bisnis diharapkan memiliki pemahaman dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan khusus pelanggan dan memiliki waktu bagi pelanggan untuk memilih keputusan varian paket dengan nyaman (Mukti, 2017).

Kualitas pelayanan dalam perspektif islam

Thoriq dan Utus dalam Sunardi 2014 menjelaskan pelayanan yang berkualitas ini tidak hanya diberikan atau dilayani, tetapi dipahami, dimengerti dan dirasakan. Dengan demikian, penyampaiannya akan menyentuh *heart share* dan memperkuat kedudukan di *mind share* pelanggan (Sunardi. & Handayani, 2014). Sebagai seorang muslim, pemberian pelayanan harus dilandasi oleh nilai-nilai syariah,

mengakui nilai pengabdian dan membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka memenuhi tuntunan syariah Islam. Hal ini dilakukan tak semata-mata berorientasi pada keberhasilan materi, namun sebagai wujub pelaksanan nilai ibadah (Permata, 2016). Maka dalam pengujian ini variabel yang digunakan pada kualitas pelayanan dalam persepktif islam, yaitu:

1. Profesional (*Fathanaah*)

   Menurut Didin Hafiduddin " Profesional adalah kerja maksimal dan kesungguhan" sifat profesionalisme digambarkan dalam Al-Quran dalam surat al-Isra ayat 48 yang artinya: "tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing, maka tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya, Termasuk dalam pengertian keadaan disini ialah tabiat dan pengaruh alam sekitarnya". Maksud arti diatas ialah siapapun yang bekerja sesuai profesinya akan berbuat baik untuk orang lain. Selain itu, dalam menjalankan bisnis, jangan lupakan akhirat, dan jangan terjebak dalam mengejar keuntungan materi saja, serta meninggalkan keuntungan setelah kematian.
2. Kesopanan dan keramahan

   Menurut Hermawan Kertajaya kesopanan dan keramahan merupakan inti memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam surat Thahaa ayat 44 yang artinya, "maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat dan takut". Maksudnya Jika karyawan melayani pelanggan dengan sopan dan baik hati, maka pelanggan yang Anda layani akan merasa puas. Selain itu, karyawan harus rendah hati, ramah, sopan, bertanggung jawab dan tersenyum.
3. Jujur

   Yaitu konsistensi antara pesan yang dikirimkan dengan fakta, atau tidak pernah berbohong dalam melakukan transaksi maka memberikan informasi yang akurat, transparan, dan tidak menyesatkan kepada pelanggan, hal ini perlu dilakukan untuk membangun kepercayaan kepada pelanggan, meningkatkan reputasi dan menjamin keberlangsungan bisnis seperti: praktek berbisnis dan berdagang Nabi Muhammad SAW.
4. Amanah

   Yaitu bertanggung jawab atas pelaksanaan tugas dan kewajiban yang dipercayakan. Sifat amanah harus dimiliki oleh seluruh umat Islam, dan amanah juga perlu diterapkan dalam bentuk pelayanan yang optimal di antara bisnis layanan jasa dan pelanggan, terlebih pekerjaan bisnis layanan jasa berhubungan dengan pelanggan (Hafidudin, 2003)

Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler kepuasan pelanggan ialah kondisi di mana harapan pelanggan mampu dipenuhi oleh produk, dengan itu kepuasan pelanggan dapat tercipta karena pelanggan mendapatkan beberapa manfaat dari sebuah produk atau jasa, antara lain interaksi perusahaan dengan para pelanggan yang harmonis,

peningkatan pelanggan yang loyalitas dan melakukan pembelian produk atau jasa kembali (Kotler, 1997). Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dengan asumsi bahwa apa yang mereka terima sesuai dengan apa yang mereka butuhkan dan harapkan (Irawan dan Japariant, 2013).

Untuk meningkatkan, melindungi dan meningkatkan persaingan usaha adalah meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga tingkat penjualan pasti akan meningkat. Menurut Hawkins dan Lonney dikutip dalam bukunya Tjiptono indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari (Tjiptono, 2014):

1. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh pelanggan dengan yang dirasakan oleh konsumen.
2. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan pelanggan untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
3. Kesediaan merekomendasikan merupakan kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman dan keluarga

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini yaitu deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk memecahkan suatu masalah dengan menjelaskan atau mendeskripsikan apa hasil penelitian. Populasi adalah jumlah dari keseluruhan subjek (satuan-satuan atau individu-individu) penelitian (Arikunto, 2010). Populasi juga berarti himpunan semua pengukuran, subyek penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* Menurut Hair, et al untuk menentukan besar kecilnya sampel penelitian dari populasi yang tidak diketahui, maka dapat menggunakan rumus variabel bebas dikali minimum dari 10 atau 20, maka jumlah 75 responden dinilai cukup mewakili jumlah pelanggan yang menggunakan jasa Spesialis Aqiqah (Triandewo & Yustine, 2020). Dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perhitungan *Partial Least Square* (PLS) menggunakan SmartPLS versi 4.0, dari pengumpulan data kuesioner dan observasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Outer Model

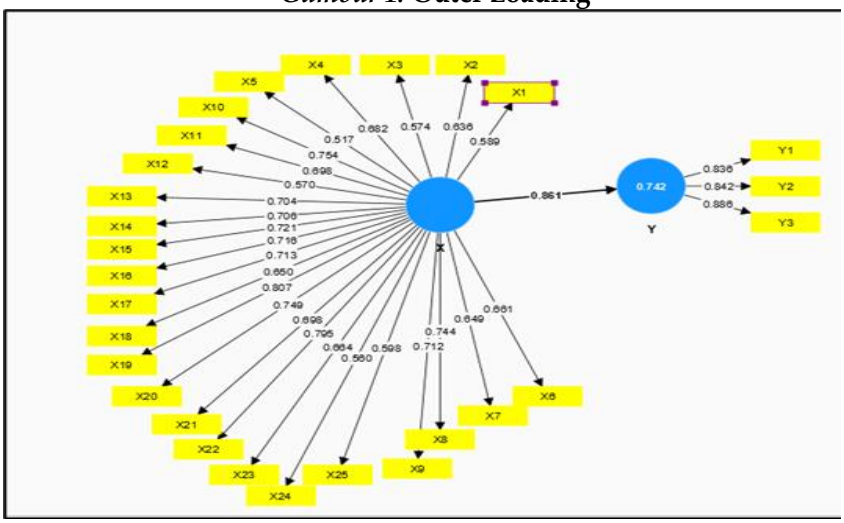
Evaluasi terhadap hubungan antara variabel indikator dengan indikator variabel laten. Sehingga model pengukuran menunjukkan bagaimana variabel manifest mempresentai variabel laten untk diukur, sehingga model ini digunkan untuk uji validitas dan reliabilitas.

Convergent Validity

Mengukur dengan indikator manifes dievaluasi berdasarkan korelasi antara skor item dan skor konstruk yang dihitung menggunakan SmartPLS. Suatu

pengukuran refleksif individu dikatakan tinggi apabila mempunyai korelasi sebesar 0,70 atau lebih tinggi dengan struktur yang diukur. Namun nilai loading sebesar 0,60 dianggap cukup. Hasil dari pengolahan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada gambar berikut:

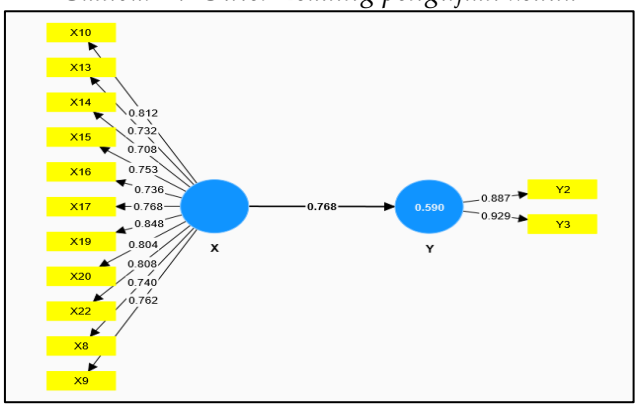
Gambar 1. **Outer Loading**



Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dari gambar 1 terlihat masih terdapat beberapa indikator dengan nilai loading faktor dibawah 0,70 dan yang tidak cocok memenuhi kriteris. Maka Nilai tersebut menunjukkan tingkat validitas yang rendah, sehingga indikator perlu dieliminasi dari model. Nilai loading factor yang tereliminasi yaitu nilai dari indikator X1, X2, X3, X4, X5, X6, X7, X11, X12, X18, X21, X23, X24, dan X25. Untuk Y1 dieliminasi dikarenakan kebutuhan pengujian di tahapan selanjutnya agar validitas tercapai.

Gambar 1. Outer Loading pengujian kedua



Sumber : Data Primer diolah, 2024

Setelah dieleminasi dan dilakukan pengujian ulang, tabel 1.2 menunjukkan nilai setiap indikator sudah memenuhi nilai *convergent validity* karena sudah diatas

0,70. Maka setelah melakukan pengujian *loading factor*, maka selanjutnya dapat melakukan pengujian *convergent validity* dengan melihat nilai *average variance extracted*.

Tabel 1. Cross Loading

Indikator	X	Y
X8	0,740	0,608
X9	0,762	0,603
X10	0,812	0,627
X13	0,732	0,467
X14	0,708	0,486
X15	0,753	0,533
X16	0,736	0,538
X17	0,768	0,590
X19	0,848	0,684
X20	0,804	0,587
X22	0,808	0,716
Y2	0,615	0,887
Y3	0,766	0,929

bahwa nilai setiap indikator yang mengandung variabel dapat dilihat bahwa nilai lebih besar dibandingkan dengan nilai indikator yang memuat variabel lainnya, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel memiliki discriminant validity yang baik. Serta dalam pengujian *Average Variance Extracted* (AVE) ini, didapat hasil bahwa nilai dari setiap variabel adalah >0,5 dengan nilai AVE kualitas pelayanan sebesar 0,595, dan kepuasan pelanggan sebesar 0,730 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel model memenuhi kriteria *discriminant validity.* Selain itu nilai composite reliability dari setiap variable > 0,70 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variable mempunyai reabilitas yang baik dan nilai rHo A dari setiap variable > 0,70 dengan begitu dari semua variable mempunyai nilai konsistensi yang cukup baik

Inner Model

pada modelpengujian menjelaskan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan pada Spesialis Aqiqah (Y) sebesar 66%. Kemudian dapat melannjutkan pengujian koefisien yang mewakili hubungan sebab akibat yang dihipotesiskan dengan signifikansi statistik nilai t hitung diatas nilai 1,96 atau nilai p<0,05.

Tabel 2. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T-Statistict (|O|STDEV|)	P Values
Kualitas Pelayanan > Kepuasan Pelanggan	0,768	0,767	0,068	11.351	0,000

Sumber : Data Primer diolah, 2024

Dapat disimpulkan hipotesis diterima, dengan nilai perhitungan menunjukkan nilai koefisien 0,768 dan t-statistik 11,351, maka dinyatakan hasil sebuah kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan. Karena nilai signifikansi menunjukkan 0,000 yang lebih kecil dari p value 0,05. Hal membuktikan sebab kualitas pelayanan apabila adanya perubahan satu angka postif maka pada nilai kofisien bisa berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,768.Hasil dari penelitian terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu Dari besarnya nilai koefisien, nilai r-square yang menunjukkan kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,660 atau 66% dan sisanya dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Sehingga hasil penelitian kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Spesialis Aqiqah sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan, (Ningsi & Lucia, 2018), ((Pratiwi et al., 2022) dan (Puspita, 2020) dan berbeda dengan yang hasil analisis menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak signifikan (Alwasi, 2018) dan (Utami, 2013).

Penting untuk di ingat bahwa kualitas pelayanan yang baik tidak hanya meningkatkan keuntungan bisnis, tetapi juga memberikan kontribusi positif dalam syiar agama Islam. Aspek-aspek syariah yang sudah dilaksanakan oleh Spesiais Aqiqah ; profesional (fathanaah), kesopanan dan keramahan, jujur, dan amanah. dimana hal syariah sendiri sudah dilaksanakan oleh Spesialis Aqiqah.

Dengan memberikan pelayanan yang menyeluruh dari semua aspek terlebih sudah terlaksana dengan baik di Spesialis Aqiqah . karena dalam penelitian telah terbukti bahwa dari kepuasan pelanggan akan terjadi sorang pelanggan melakukan transaksi kembali serta memberikan rekomendasi terhadap teman, saudara ataupun tetangga.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, mengenai variabel kualitas pelayan terhdap kepuasan pelanggan di Spesialis Aqiqah dapat disimpulkan sebagai berikut:

Hasil analisis menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif sebesar 0,660, atau

menyumbang 66% terhadap kepuasan pelanggan. Mengacu pada nilai indikator bahwa X19 memiliki nilai paling besar 0,848 dengan pernyataan" Aroma daging kambing bebas dari bau amis". Pernyataan ini mencerminkan bahwa jaminan dari kualitas produk mungkin menjadi salah satu faktor penentu membangun krebilitas pelayanan yang dengan menjamin bebas bau amis sudut pandang pelanggan. Maka kedepannya, perlu adanya inovasi maupun mempertahankan yang sudah ada dengan memperketat quality control dalam produksi. Hal ini bisa memberikan keuntungan bagi Spesialis Aqiqah karena sebuah jaminan dalam kualitas pelayanan dapat memberikan pandangan kepada pelanggan bahwa Spesialis Aqiqah sangat mengutamakan kualitas pelayanan dalam melayani pelanggan

REFERENSI

Al-Jauziyah, I. Q. (2014). *Menyambut Buah Hati Bekal Menyiapkan Anak Saleh pada Masa Golden Ages*. Ummul Qura'.

Alwasi, T. W. (2018). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Aqiqah Nurul Hayat Kota Kediri*. https://etheses.iainkediri.ac.id/2399/

Hafidudin, T. (2003). *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktek*. Gema Insani Inpress.

Mukti, B. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen sakinah Aqiqah Surabaya*. https://123dok.com/document/zlnpj2lq-pengaruh-kualitas-kualitas-layanan-kepuasan-konsumen-sakinah-surabaya.html

Ningsi, B. A., & Lucia, A. (2018). Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS. *Jurnal Statistika Dan Aplikasinya*, *2*(2), 8–16. https://doi.org/10.21009/JSA.02202

Permata, L. (2016). Pengaruh Kinerja Karayawan Terhadap Kualitas Pelayanan Klaim Pada PT.Prudential Life Assurance Pru Future Team Syariah Pekanbaru. *Alhikmah* , *13*(2). https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwiPgtaZrPOEAxXTcGwGHY0qDDUQFnoECBMQAQ&url=https%3A%2F%2Fjournal.uir.ac.id%2Findex.php%2Falhikmah%2Farticle%2Fdownload%2F1519%2F954&usg=AOvVaw2JsPUdbqoRddxQHTlib0_P&opi=89978449

Kotler, P (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, Dan Kontrol* (2nd ed.). Erlangga.

Pratiwi, T. W., Taufik, A. M., & . G. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, *3*, 851–856. https://doi.org/10.55916/frima.v0i3.345

Puspita, R. D. (2020). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Catering Simple Aqiqah Pekanbaru* [Universitas Islam Riau]. https://repository.uir.ac.id/12161/

Rangkuti, F. (2000). *Measuring Custumer Satisfaction*. Gramedia Pustaka.

Sugiarto, E. (2003). *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Gramedia Pustaka Utama.

Arikunto, S (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. In S. Arikunto (Ed.), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (p. 177). Rineka Cipta.

Sunardi. & Handayani, S. (2014). Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia. *European Journal of Endocrinology*, *171*(6), 727–735. https://eje.bioscientifica.com/view/journals/eje/171/6/727.xml

Suwarsito & Aliya, S. (2020). Kualitas Layanan dan Kepuasan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, *17*(1), 82. https://doi.org/10.31851/jmwe.v17i1.3978

Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian* (1st ed.). Andi.

Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, CITRA PERUSAHAAN DAN KEPERCAYAAN PADA LOYALITAS KONSUMEN. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, *22*(1). https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.743

Utami, H. (2013). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA USAHA DAGANG RIA CATERING PEKANBARU*. https://repository.uin-suska.ac.id/7704/