

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi ini perkembangan dunia *property* dan bisnis, sandang, *food and baverage* serta salon dan spa di Indonesia dapat dikatakan cukup pesat, khususnya di sektor bisnis. banyak profesional muda terutama para wanita karier yang tinggal dan beraktifitas disini, ditunjang dengan perekonomian yang mapan mereka membutuhkan suatu tempat untuk bersosialisasi dan bersantai disamping dari rutinitas padat mereka sehari-hari, bersantai dan melakukan perawatan tubuh secara bersamaan menjadi prioritas utama mereka sekarang ini. Hal tersebut menjadi pertimbangan para pengusaha atau penanam modal untuk mendirikan salon dan spa khususnya wanita, dengan menawarkan perawatan kecantikan dan tubuh yang dapat menampung kebutuhan serta minat para wanita karier dan para wanita kalangan menengah atas.

Salon dan spa adalah sebuah *public service* yang menyediakan kebutuhan penunjang, khususnya bagi para wanita. Adanya kehadiran sebuah salon dan spa banyak dipengaruhi oleh adanya faktor gaya hidup dan *trend mode* yang berlaku pada masyarakat setiap tahunnya¹

Dalam hal ini banyak bermunculan produk *skin care* (perawatan kecantikan kulit) yang menawarkan berbagai macam produk dan jasa perawatan kecantikan. Hal ini didorong oleh semakin banyak dan

¹Vivi.R., “ definisi Salon Spa Muslimah” , <http://www.cantik.salon.com> (artikel diakses tanggal 20 november 2014, pukul : 14:00)

kompleksnya kebutuhan dan keinginan konsumen dalam hal perawatan kecantikan. Masing- masing *skin care* menawarkan berbagai macam produk dan jasa perawatan kulit dengan harga yang bersaing, kualitas pelayanan yang beragam, kemudahan yang didapat dalam berkunjung ke salon tersebut.²

Untuk memenangkan persaingan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk mengetahui posisi produk di benak konsumen diantara produk yang bersaing. Meningkatnya persaingan pada salon kecantikan maka semakin selektif pula pelanggan dalam memilih dan menggunakan jasa salon kecantikan, yang mengakibatkan salon kecantikan berlomba-lomba menggunakan berbagai strategi guna menarik minat pelanggan, serta mendorong rasa loyal dalam diri untuk menumbuhkan komitmen yang mendalam bagi para pelanggan terhadap salon tersebut untuk mempertahankan eksistensi masing-masing salon melalui penawaran kualitas jasa terbaik dengan produk yang inovatif. Hal ini dilakukan karena dengan memiliki pelanggan yang loyal maka pendapatan perusahaan akan naik. Seperti pada salon dan Spa Moz5 yang selalu memberikan pelayanan serta penawaran yang menarik dengan berbagai fasilitas yang disediakan. Dengan penawaran yang diberikan pada salon dan Spa Moz5 mampu memberikan minat calon pelanggan dalam memberikan kepuasan bagi pelanggan yang ada serta mampu memberikan kepuasan bagi pelanggan serta mampu membangkitkan komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan jasa perusahaan.

²Hariansyah, " pengaruh pelayanan pada kepuasan pelanggan", [Http://www.ymanajemen.wordpress.com](http://www.ymanajemen.wordpress.com). (Artikel di akses pada tanggal 20 November, pukul : 19:00)

Rutinitas yang padat dimana hidup serba rentan dan serba *stress* yang diakibatkan tuntutan peran yang tinggi seperti sekarang ini menyebabkan para muslimah perlu meluangkan waktunya sejenak untuk *merilekskan* dan menyegarkan pikiran, jika ingin tampil *fit*, segar, dan terlihat lebih bugar, bukan sekedar kulit saja yang perlu diperhatikan, tetapi perlu juga memperhatikan jiwa dan raga. Dengan tubuh dan fikiran yang *fresh* maka aktifitas sehari-hari akan lebih indah dan bermakna, oleh karena itu mengapa aktivitas “salon” kini menjadi kebutuhan dasar bagi setiap muslimah.³

Besarnya hasrat wanita untuk tetap berpenampilan cantik, menjadi suatu magnet yang kuat untuk menarik para investor mendirikan sebuah salon, salon muslimah, spa hingga klinik kecantikan. Jika kebutuhan raga/*body* dan pikiran sudah terpenuhi, maka hasil akhirnya adalah jiwa yang utuh. Fenomena hidup sehat seperti itu saat inipun sudah semakin dianut dalam kehidupan sehari-hari. Ini dapat dilihat dengan menjamurnya berbagai spa di Indonesia. Para pengusaha spa seakan menyadari bahwa bisnis spa memang sebuah prospek yang menjanjikan. Salon muslimah yang menawarkan kenyamanan dan privasi yang lebih dibandingkan salon-salon umum yang lain, menjadikan kaum hawa lebih nyaman dalam melakukan perawatan di salon muslimah daripada salon biasanya. Oleh karena itu banyak wanita yang lebih memilih salon muslimah untuk melakukan perawatan meskipun wanita tersebut tidak mengenakan jilbab ini dikarenakan karena salon muslimah lebih bersifat

³ S. Diana., “Salon Muslimah “. [Http: // manajemen.syariah.com](http://manajemen.syariah.com), (Artikel di akses pada tanggal 21 November, pukul : 19:00)

tertutup karena hanya terbatas pada wanita saja yang mendatangi salon tersebut.

Berdirinya salon dan spa Moz5 didasari untuk merespon kebutuhan para muslimah yang mulai haus akan privasi dalam merawat diri. Salon dan Spa Moz5 Palembang ini menyediakan jasa layanan perawatan mulai dari ujung rambut hingga ke ujung kaki seperti perawatan wajah, perawatan rambut, perawatan tubuh, perawatan tangan dan kaki, serta menyediakan jasa kreasi jilbab dan berkreasi dengan paket kecantikan pranikah yang memudahkan para pelanggan memasuki indahnya pelaminan, tanpa perlu khawatir dengan pelayanannya, serta bahan-bahan yang bertentangan dengan agama. Karena Kecantikan merupakan anugerah yang diberikan oleh Allah SWT kepada kaum hawa. Dalam hal ini memberikan pelayanan terbaik kepada manusia merupakan suatu pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan suatu pintu kebaikan bagi sesamayang melakukannya.

Pelayanan dapat dilakukan kepada sesama demi memenuhi kebutuhan mereka. Baik dalam pertolongan, materi, berbagi ilmu, serta bahu membahu mengerjakan sesuatu, memberikan nasehat dan masih banyak lagi hal yang lainnya. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT yang berbunyi :

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ

الْعِقَابِ

Artinya “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”⁴

Kualitas yang diberikan tentunya tidak hanya bertujuan memberikan kepuasan semata. Bagi seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah berdasarkan pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan nilai ketaqwaan serta memberikan nilai ketaqwaan sekaligus memberikan bukti yang konsisten terhadap keimanan dalam menjalankan misi syariat Islam. Hal tersebut tidak hanya pada komitmen materi semata melainkan sebagai bagian dari nilai ibadah. Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolok ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yakni dengan standarisasi syariah dimana Islam mengisyaratkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum *syara'* dalam menjalankan setiap aktivitas maupun dalam memecahkan setiap permasalahan. Islam tidak mengenal kebebasan berakidah dan kebebasan dalam beribadah. Apabila seseorang memeluk agama Islam maka wajib baginya untuk terikat dengan seluruh syariah islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan ketetapan yang telah ditetapkan.⁵

⁴Q.S Al- Maidah (5) : 2

⁵Hendra.S.,”pelayanan dalam perspektif islam” .,Http :// [binroh RSI Sultan Hadlirin Jepara.com/berita.html](http://binroh.RSI.Sultan.HadlirinJepara.com/berita.html) (artikel diakses tanggal 21 november, pukul 21:00)

Puas atau tidaknya pelanggan merupakan bagian dari pengalaman pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh, pelanggan mempunyai kecenderungan untuk membangun nilai-nilai tertentu dan nilai tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan terhadap produk atau jasa yang pernah mereka rasakan. Yang artinya apabila sebuah perusahaan memberikan produk atau jasa yang memiliki kualitas yang baik maka diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan pada akhirnya dapat memberikan nilai yang maksimal serta dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Dalam pandangan Islam yang menjadi tolok ukur untuk menilai kepuasan pelanggan yakni dengan standar syariah. Di mana dalam hal ini kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah dengan menerapkan pelayanan berdasarkan prinsip syariah terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai dengan nilai-nilai syariah berdasarkan dengan kenyataan yang diterima.⁶

Akan tetapi usaha untuk memuaskan konsumen sangat tidak mudah, hal ini dikarenakan kegiatan pemasaran beroperasi pada persaingan situasi yang sangat ketat dan terus berkembang, yang secara langsung dapat mempengaruhi kehidupan dan tatanan ekonomi. Salah satu konsep pemasaran yang ditawarkan oleh Kotler yakni dengan cara melakukan bauran pemasaran tetap yang terdiri dari produk, harga, pelayanan, dan promosi.⁷

⁶Margaretha, Mouren 2004." *Studi Mengenai Loyalitas Pelanggan Pada Divisi Asuransi AJB Bumi Putera*" jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Desember. Vol.III. No. 2: 289-308. Di akses tanggal : 21 november pkl : 15:00

⁷Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran* (jakarta: Erlangga, 2000), hlm .43

Akan tetapi hal yang lebih menjadi tolok ukur kepuasan pelanggan lebih kepada kualitas produk dan pelayanan yang diberikan pelanggan. Berikut ini data jumlah kunjungan Salon dan Spa Moz5 Palembang pada bulan September 2013 sampai Oktober 2014.

Tabel I.1
Data Jumlah Pelanggan Selama 1 tahun (November 2013- Oktober 2014)

Bulan	Jumlah Pelanggan	Rata- rata Perhari
November	180	6
Desember	210	7
Januari	330	11
Februari	252	9
Maret	210	7
April	360	12
Mei	390	13
Juni	420	14
Juli	240	8
Agustus	330	11
September	300	10
Oktober	252	9
Jumlah	3.474	

Sumber : Salon dan Spa Moz5 Palembang ,2014

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah Pengunjung yang berlangganan di Salon dan Spa Moz5 pada bulan November 2013- Oktober 2014 masih fluktuatif dalam arti tidak dapat dipastikan keuntungan yang di dapatkan. Hal ini berdampak pada pendapatan Salon dan Spa Moz5 Palembang yang secara otomatis dipengaruhi oleh jumlah pengunjung yang datang. Upaya meningkatkan kualitas pelayanan pada Salon dan Spa Moz5 di Palembang bersifat inovatif dan berpacu pada kepuasan pelanggan. Hal ini bisa dibuktikan melalui penerapan pelayanan *marketing* yang diterapkan pada salon tersebut bila dilihat dari bukti langsung ke lapangan, kehandalan dan daya

tanggap karyawan tersebut serta fasilitas dan keramahan/empati yang diberikan oleh salon tersebut.

Oleh karena itu Salon dan Spa Moz5 perlu mengidentifikasi apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan yang di harapkan oleh pelanggan. Hal ini dilakukan sebagai bukti untuk mengetahui kepuasan pelanggan saat sedang berada di salon tersebut mendapatkan pelayanan sesuai dengan yang diharapkan. Apabila pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan bukan tidak mungkin pelanggan tersebut akan menjadi loyal dan menjadi pelanggan tetap di salon tersebut bahkan dari pelanggan yang loyal inilah salon tersebut akan mendapat jumlah pelanggan yang baru dan tentunya hal ini dapat menguntungkan dan menambah pendapatan salon tersebut. Oleh karena itu hal inilah yang mendorong peneliti untuk mengetahui lebih lanjut lagi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh Salon dan Spa Moz5 tersebut. Dengan adanya penelitian ini diharapkan Salondan Spa Moz5 ini dapat lebih meningkatkan pelayanan yang sudah diterapkan pada salon tersebut. Oleh karena itu dengan pelayanan yang diterapkan secara maksimal maka secara otomatis dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan tentunya dengan tetap mempertahankan pelayanan yang berlandaskan pada syariah Islam, sehingga Salon dan Spa Moz5 Palembang dapat meningkatkan *market share* dan akan tetap mengaksiskan diri di dunia persaingan. Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik mengambil judul **“Analisis Penerapan Kualitas Pelayanan Syariah**

Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Salon dan Spa Moz5 cabang Palembang”

B. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini meliputi para pelanggan yang berkunjung ke Salon dan Spa Moz5 ruko PTC Mall Palembang.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakualitas pelayanan yang diterapkan oleh Salon dan SpaMoz5 sudah sesuaikah dengan konsep syariah?
2. Apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Salon dan Spa Moz5?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana kesesuaian konsep yang dipakai apakah konsep Islami atau masih konvensional yang digunakan, sesuaikah dengan fakta yang di praktekan pada usahaSalon dan Spa Moz5.
2. Untuk mengetahui apakah pelanggan sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Salon dan Spa Moz5.

E. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama menempuh perkuliahan pada jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang khususnya tentang kualitas pelayanan syariah serta memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam.

2. Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi untuk penelitian dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai khasanah pustaka pada bidang pemasaran berdasarkan penerapan yang dilakukan disesuaikan dengan fakta yang ada.

3. Bagi Masyarakat Umum

Sebagai bahan bacaan atau rujukan peneliti dimasa yang akan datang dan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun penelitian yang berkaitan dengan pelayanan.

F. Telaah Pustaka

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

no	Nama penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Yang Membedakan dengan hasil Penelitian Ini	Yang Menyamakan Dengan Hasil Penelitian Ini
1	M. Guntur SW (2005)	Analisis Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Surakarta	Variabel Dimensi Service Quality yaitu empathy, tangible, assurance, dan reliability berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota surakarta	Tidak menjelaskan tentang penerapan pelayanan yang digunakan	Dimensi Variabel yang digunakan sama.
2	Hartono (2008)	Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Jateng Cabang Purworejo	Variabel dimensi service yang berupa responsive, tangible, assurance, dan reability berpengaruh pada kepuasan pelanggan PT Bank Jateng Cabang Purworejo	Tidak menjelaskan bagaimana penerapan pelayanan pada bank tersebut	Variabel yang digunakan dalam menganalisis pelayanan sama.
3	Ida Farida (2011)	Pengaruh Penerapan Layanan Marketing Syariah dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (rumah Makan Wong Solo cabang Tebet)	Terdapat hubungan searah dan signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dan pengaruhnya sangat kuat.	tidak menggunakan loyalitas pelanggan dalam penelitian, hanya menganalisis penerapan layanan dan kepuasan pelanggan.	Sama-sama Menjelaskan penerapan pelayan marketing syariah pada usaha tersebut.
4	M. Adha Wahyudi (2006)	Penerapan Etika Kerja Islami pada Perusahaan	Etika kerja yang diterapkan dalam minimarket ini yakni kejujuran,	Tidak menjelaskan tentang Pelayanan	Terdapat beberapa karakteristik yang sama

		Terhadap Perilaku Konsumen (studi Kasus di mini market ahad Mart, Tangerang)	disiplin,berbusana muslim, mudah dan menyenangkan.dimana dalam hal ini semakin tinggi kredibilitas dan profesionalitas suatu perusahaan maka akan lebih banyak menarik pelanggan dan akan membuka peluang usaha yang lebih luas	Syariah terhadap kepuasan pelanggan / konsumen	dalam menjalankan usaha tersebut.
5	Ratih (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran	variabel-variabel penelitian adalah assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness , dan kepuasan tamu yang menginap didapatkan hasil bahwa assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu yang menginap di Penginapan (VILLA) Agrowisata Kebun Teh Pagilar	Tidak menjelaskan penerapan pelayanan syariah	Variabel yang digunakan sama dalam menganalisis pelayanan terhadap kepuasan konsumen
6	Indra Asoka Mahendrayana (2008)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus pada patra convension hotel semarang)	variabel keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi bukti fisik memiliki pengaruh paling kuat dalam mempengaruhi terciptanya kepuasan pelanggan, diikuti	Tidak menjelaskan penerapan pelayanan syariah terhadap usaha tersebut.	Variabel dan dimensi yang digunakan sama dalam mengukur pelayanan terhadap kepuasan konsumen yakni dimensi keandalan, daya tanggap, jaminan,

			dengan dimensi jaminan dan daya tanggap.		empati dan bukti fisik.
7	Hasan (2006)	Pengaruh Kualitas Jasa Bank Syariah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Semarang	Variabel penelitian yang meliputi compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness, dan kepuasan nasabah didapatkan hasil bahwa variabel compliance, assurance, tangibles, reliability, empathy, responsiveness berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.	Metode yang digunakan untuk menganalisis yakni metode kualitatif bukan kuantitatif	Variabel yang digunakan sama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan
8	Maulana (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Citra terhadap Loyalitas Pasien pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah Jakarta	antara kualitas Pelayanan, Kepuasan dan citra berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas pasien pada Rumah Sakit Syarif Hidayatullah Jakarta.	Tidak menjelaskan variabel yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan	Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sama-sama berpengaruh antara satu dengan yang lainnya.
9	Abdul Waris (2010)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penerapan Prinsip-Prinsip	kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap minat konsumen untuk memakai hotel	Variabel yang digunakan berbeda yakni terletak pada minat	sama-sama menerapkan pelayanan yang berprinsipkan

		Syari'ah Terhadap Minat Konsumen Hotel Syari'ah (Studi Kasus pada Hotel Graha Agung Semarang)	syari'ah (Graha Agung Hotel Semarang). Semakin baik pelayanan dan penerapan prinsip-prinsip syari'ah yang diberikan makasemakin tinggi pula minat konsumen untuk memakai hotel syari'ah sebagai jasa akomodasi.	konsumen bukan pada kepuasan pelanggan	syariah yang diterapkan pada usaha tersebut.
10	Indah Fatmawati (2002)	citra rumah sakit, kepuasan dan loyalitas pelanggan studi pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta	citra pelanggan tentang atribut-atribut yang ada pada rumah sakit maupun citra rumah sakit itu sendiri secara keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan	tidak menjelaskan penerapan pelayanan syariah.	Sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan.

G. Kerangka Teoritik

Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa yang diberikan suatu pihak kepada pihak yang lainnya yang pada dasarnya tidak terwujud dan tidak berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.⁸

Kualitas pelayanan merupakan penunjang untuk kenyamanan pelanggan, bagaimana cara pelayanan tersebut memanjakan pelanggannya. Pelayanan diberikan sebagai tindakan perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan. Terdapat 5 dimensi yang perlu diperhatikan oleh suatu perusahaan dalam menerapkan kualitas pelayanan yaitu bukti langsung, daya tanggap, jaminan, empati dan kehandalan.⁹

Kepuasan pelanggan merupakan kekuatan dalam menciptakan konsumen yang loyal maka dari itu perusahaan harus berpikir bagaimana menciptakan hubungan pemasaran yang baik kepada pelanggan tidak hanya dalam bagaimana menciptakan pelanggan tapi bagaimana cara mempertahankan kepuasan pelanggan secara maksimal. Pemahaman kepuasan pelanggan tidak hanya dilihat dari transaksinya saja atau pembelian yang berulang. Beberapa

⁸Amstrong, Gary & Philips, Kotler, “ *dasar-dasar pemasaran jilid 1*, (Jakarta : Penerbit Prenhalindo, 2002). Hlm. 29

⁹Buchari alma dan Doni Priansyah” *Manajemen Bisnis Syariah* “ (Bandung: Penerbit ALFABETA, 2009), hlm. 49

faktor dalam menentukan kepuasan pelanggan diantaranya dapat dilihat dari Kualitas Produk, kualitas pelayanan dan harga yang ditawarkan.¹⁰

H. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini menyangkut penerapan kualitas pelayanan syariah pada usaha Salon dan Spa Moz5.

2. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan.¹¹

3. Jenis dan sumber data

a. Jenis data

Jenis data dalam hal ini yaitu data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang bersifat menguraikan, menggambarkan dan membandingkan data satu dengan data yang lainnya untuk kemudian ditarik suatu kesimpulan.¹²

Populasi dalam penelitian ini adalah 50 pelanggan tetap yang melakukan aktivitas penyalonan yang berada di Salon dan Spa Moz5 Palembang.

¹⁰Yuda.W.,” definisi Looyalitas Pelanggan”.Http ://www.Yuda wicaksana putra.com,
 ‘’(Artikel di akses pada tanggal 13 november 2014 pukul : 12:00)

¹¹Sugiono, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*,(Yogyakarta:Penerbit ANDI,2013), hlm :80

¹²Sugiono, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*,(Yogyakarta:Penerbit ANDI,2013), hlm :135

b. Sumber data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber pertama dilokasi penelitian atau objek penelitian.¹³ Data primer diperoleh langsung dari penyebaran daftar pertanyaan tertutup dengan menggunakan skala likert kepada pelanggan Salon dan Spa Moz5.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder data yang dibutuhkan yang diperoleh dari literatur, jurnal, majalah, Koran, atau data-data yang berhubungan dengan penelitian.¹⁴ Untuk memperoleh data ini peneliti mengambil sejumlah buku, website, brosur, dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

¹³ Sugiono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung : Penerbit Alfabeta, 2008). Hlm: 7

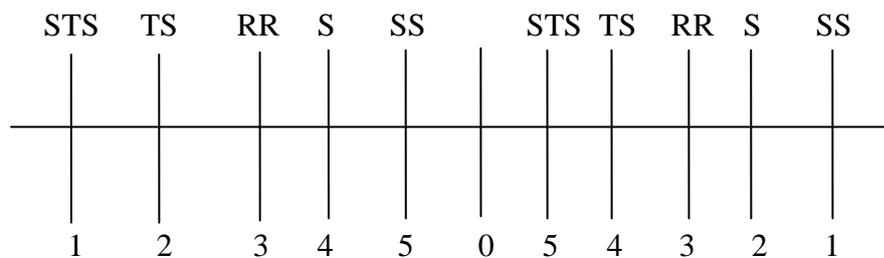
¹⁴ Bungin, M. Burhan, *metodologi penelitian kuantitatif*, (Jakarta :Penerbit Prenada Kencana Group, 2005). Hlm: 122

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data yakni:

a. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner Merupakan daftar pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner penelitian ini didistribusikan kepada pelanggan yang melakukan aktivitas persalonan di tempat tersebut. Berikut ini merupakan gambaran skala likert ¹⁵



Adapun kategori yang digunakan oleh peneliti meliputi :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

RR = Ragu-Ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

¹⁵ Prima Ariestonandri, *Marketing Research for Beginner*, (Yogyakarta : Penerbit ANDI), hlm :84

b. Observasi

Observasi atau yang biasa disebut pengamatan yakni teknik pengamatan dari seseorang peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrument yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya.¹⁶

c. Wawancara

Wawancara atau interview adalah proses percakapan dengan maksud untuk mengonstruksi mengenai orang, kejadian, kegiatan, organisasi, motivasi, perasaan dan sebagainya yang dilakukan 2 pihak yakni pewawancara yang mengajukan pertanyaan yang diwawancarai.¹⁷

d. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data tertulis yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.¹⁸

¹⁶Sugiono, *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2013), hlm :131

¹⁷Prima Ariestonandri, *Marketing Research for Beginner*, (Yogyakarta : Penerbit ANDI), hlm :108

¹⁸ Hasan Iqbal, *Stastik 1 (Statistik Deskriptif)*, (jakarta : Penerbit Bumi Askara), hlm: 17

5. Metode Analisis Data

Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif. Analisis deskriptif kualitatif yaitu suatu teknik yang menggambarkan dan menginterpretasikan arti data yang telah terkumpul, sehingga dapat diperoleh gambaran secara umum dan menyeluruh tentang keadaan yang sebenarnya.¹⁹

Alat analisis yang digunakan adalah skala likert. Skala likert merupakan bagian dari semikuantitatif dimana alat yang digunakan menggunakan kuisisioner kemudian dianalisis secara kualitatif dengan menggunakan tabel. Terdapat 2 variabel dalam kuisisioner ini yang pertama kualitas pelayanan dan yang kedua kepuasan pelanggan.

Metode ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penerapan kualitas yang diberikan serta mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh salon tersebut.

I. Sistematika Penulisan

Studi penelitian ini dibuat dalam beberapa bab, dengan sistematika sebagai berikut:

a. BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang masalah dari masalah yang penulis temukan di lapangan sehingga dijadikan penulis sebagai alasan untuk memilih judul dan sebagai gambaran dari permasalahan yang

¹⁹ Dari: <http://tizarrahmawan.wordpress.com>, Artikel diakses tanggal 8 desember 2014, pukul : 16:29

diteliti. Permasalahan yang sudah tergambar dirumuskan dan dibuat suatu permasalahan kemudian disusun untuk melihat hasil yang diinginkan dalam penelitian, tinjauan pustaka ditampilkan sebagai informasi bahwa ada penelitian sebelumnya supaya melihat bahwa penelitian ini belum dilaksanakan oleh orang lain, metodologi penelitian merupakan tahap-tahap dalam melakukan penelitian.

b. BAB II: LANDASAN TEORI

Dalam bab ini menjelaskan landasan teori yang menjadi acuan dalam menganalisis data yang telah diperoleh. Yang berisi tentang pengertian pelayanan, kualitas pelayanan, dimensi kualitas pelayanan, kualitas pelayanan dalam perspektif Islam, kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan serta konsep kepuasan pelanggan dalam perspektif Islam.

c. BAB III : Gambaran Umum Salon dan Spa Moz5 Palembang

dalam bab ini menggambarkan bagaimana keadaan, tempat dan sejarah dari tempat penelitian, pada bagian ini juga menjelaskan visi dan misi dan pada bab ini juga penulismenguraikan jasa- jasa yang tersedia pada Salon dan Spa Moz5.

d. BAB IV: Pelaksanaan Penerapan Kualitas Pelayanan Syariah pada Salon dan SpaMoz5

Merupakan laporan dari hasil penelitian dimana hasil didapatkan dari penyebaran angket secara tertutup, wawancara dan dokumentasi.

e. BAB V ; Penutup

Bab ini merupakan saran dan kesimpulan dari kegiatan penelitian yang telah dilakukan.

