



Penulis :
Nana Aprina

Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Pada Pasar Tradisional "Panorama" dan Pasar Modern "Hypermart")**



Editor :
Dr. Desi Isnaini, MA
Faisal Muttaqin, S.E, M.S.M

**ANALISIS PERBEDAAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(Studi Pada Pasar Tradisional “Panorama” dan Pasar Modern
“Hypermart”)
(Jurnal Ilmiah)**



TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

OLEH:

NANA APRINA

2011130043

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU
BENGKULU
2023 M/1444 H**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Jurnal dengan judul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Tradisional ‘Panorama’ Dan Pasar Modern ‘Hypermart’)”. adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Tugas Akhir ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Di dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan didalam naskah saya dengan disebut dengan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dari pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, dan sanksi lainnya sesuai dengan nрма dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 18 Desember 2023 M
5 Jumadil Akhir 1445

Mahasiswa yang menyatakan



Nana Aprina
2011130043



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul "*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Tradisional "Panorama" Dan Pasar Modern "Hypermart"*" yang disusun oleh :

Nama : Nana Aprina
Nim : 2011130043
Program Studi : Ekonomi Syariah
Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah
Jurnal : SEMB-J Sharia Economic Management
Business Journal

Telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Tim Pembimbing. Oleh karena itu, Tugas Akhir ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam Sidang Munaqasyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Bengkulu, 18 Desember 2023 M
5 Jumadil Akhir 1445 H

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Desi Isnaini, MA


Faisal Muttaqin, M.S.M

NIP.197412022006042001

NIP.198701282019031007

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Islam


Yenti Sumarni, M.M

NIP.197904162007012020



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
FATMAWATI SUKARNO BENGKULU

Jalan Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu 38211
Telepon (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.uinfasbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir Dengan Judul "*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Tradisional "Panorama" Dan Pasar Modern "Hypermart" Yang Disusun*

Oleh :

Nama : Nana Aprina

Nim : 2011130043

Program Studi : Ekonomi Syariah

Bentuk Tugas Akhir : Jurnal Ilmiah

Telah diuji dan dipertahankan didepan Tim Sidang *Munaqasyah*

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati

Sukarno Bengkulu pada :

Hari : Senin

Tanggal : 29 Januari 2024

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Bengkulu, 29 Januari 2024 M

17 Rajab 1445 H

Tim Sidang *Munaqasyah*

Aktua

Sekretaris

Dr. Nurul Hak, MA

NIP.196606161995031002

Faisal Muttaqin, M.S.M

NIP.198701282019031007

Penguji 1

Penguji 2

Dr. Nurul Hak, MA

NIP.196606161995031002

Padlim Hanif, M.Ak

NIP.199106162020121009

Mengetahui,
Dekan



Prof. Dr. H. Supardi, M. Ag

NIP.196504101993031007

MOTTO

Ketika kamu ikhlas menerima semua kekecewaan hidup, maka Allah akan membayar tuntas semua kecewa mu dengan beribu-ribu kebaikan.

Belajarlah untuk mengerti, bahwa segala sesuatu yang baik untukmu tidak akan Allah izinkan pergi kecuali akan diganti dengan yang lebih baik lagi.

“Ali Bin Abi Thalib”



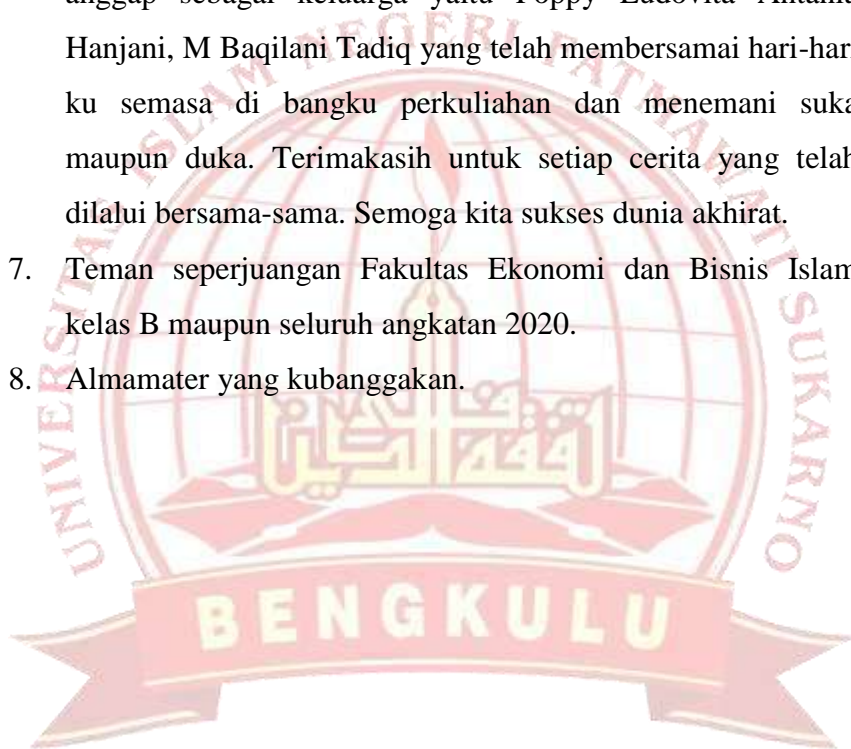
PERSEMBAHAN

Puji syukur beriring doa dengan hati yang tulus kupersembahkan karya ini yang telah kuraih dengan suka, duka, serta rasa terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua ku tercinta, Ayahanda (Horizon) dan Ibunda (Mai Saroh) yang telah memberi kasih sayang, segala dukungan baik materi maupun nonmateri, doa yang tulus demi keberhasilanku, dan cinta kasih yang tidak terhingga yang tiada mungkin dapat kubalas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cita dan persembahan. Terimakasih atas segala pengorbanan yang telah diberikan hingga titik ini dan seterusnya, semoga keduanya selalu diberkahi oleh Allas SWT dalam setiap langkah yang dipijakkan.
2. Kakak-kakak ku tersayang yaitu Novi Rianti, Heri Saputra, Juanda, Eni Oprina yang telah memberiku semangat, dukungan serta doa yang tulus untuk kelancaran segala kegiatan ku.
3. Keponakan ku tercinta yaitu Aulia Yussyifa, Aura Thathania, Azira Jenisa Putri, Tyas Sakira Ilama, Alna Ashadya yang selalu memberi canda tawa ketika pulang kerumah.
4. Kedua pembimbing jurnal ilmiahku (Ibu Dr. Desi Isnaini, MA) dan (Bapak Faisal Muttaqin, S.E, M.S.M) yang telah

memberiku banyak waktu, arahan, bimbingan serta masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal ilmiah ini.

5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Fatmawati Sukarno Bengkulu.
6. Sahabat-sahabat seperjuangan terbaikku yang sudah ku anggap sebagai keluarga yaitu Poppy Ludovita Antania Hanjani, M Baqilani Tadiq yang telah kebersamai hari-hari ku semasa di bangku perkuliahan dan menemani suka maupun duka. Terimakasih untuk setiap cerita yang telah dilalui bersama-sama. Semoga kita sukses dunia akhirat.
7. Teman seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam kelas B maupun seluruh angkatan 2020.
8. Almamater yang kubanggakan.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan karuniannya sehingga penulis dapat menyelesaikan jurnal yang berjudul “Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Pasar Tradisional ‘Panorama’ Dan Pasar Modern ‘Hypermart’)”. Sholawat dan salam utuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik didunia maupun akhirat.

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk mengungkap masalah (Perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yaitu : dimensi bukti langsung (*tangible*), dimensi kendala (*reliability*), dimensi daya tangkap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dimensi perhatian (*emphaty*) di Pasar Tradisional “Panorama” dan Pasar Modern “Hypermart”) dan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu.

Dalam proses penyusunan jurnal ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof Dr. Zulkarnain, M. Pd. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntuk ilmu di kampus merah putih tercinta.
2. Dr. H. Supardi, M. Ag. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberi banyak bantuan kepada penulis berupa informasi dalam penulisan jurnal ini.
3. Yenti Sumarni, M.M. Ketua Jurusan Ekonmi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memotovasi dan membagikan ilmunya.
4. Dr. Desi Isnaini, MA selaku Pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Faisal Muttaqin, S.E, M.S.M. Selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tua Penulis yang selalu mendoakan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.

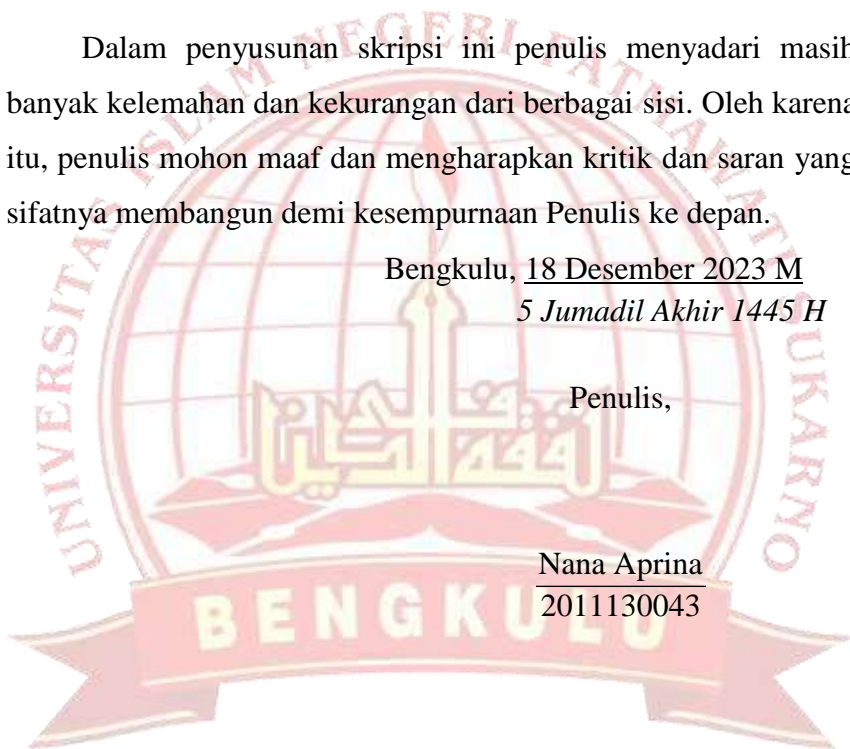
8. Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang membantu dalam penulisan jurnal ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan Penulis ke depan.

Bengkulu, 18 Desember 2023 M
5 Jumadil Akhir 1445 H

Penulis,

Nana Aprina
2011130043



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN	ii
PERYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Kegunaan Penelitian	7
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Sistematika Penulisan	12

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERFIKIR

A. Kajian Teori	14
1. Kualitas Pelayanan.....	14
2. Kepuasan Pelanggan	22
3. Kualitas Jasa	31
4. Pasar Tradisional.....	34
5. Pasar Modern	35
B. Kerangka Berpikir Penelitian.....	36
C. Hipotesis Penelitian	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian	40
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian	41
C. Populasi Dan Sampel	42
D. Sumber Data Dan Teknik Pengumpulan Data	44
E. Variabel Dan Definisi Operasional	46
F. Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
B. Analisis Jawaban Responden.....	55
1. Analisis Jawaban Responden Pasar Tradisional	56
2. Analisis Jawaban Responden Pasar Modern	62
C. Hasil Penelitian	69
1. Pengujian Kualitas Data.....	69
2. Uji Asumsi Dasar.....	72

3. Uji Hipotesis	73
D. Pembahasan	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	83
B. Saran	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2 : Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4.3 : Jumlah Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan	55
Tabel 4.4 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Tradisional Dimensi <i>Tangible</i>	56
Tabel 4.5 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Tradisional Dimensi <i>Reliability</i>	57
Tabel 4.6 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Tradisional Dimensi <i>Responsiveness</i>	59
Tabel 4.7 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Tradisional Dimensi <i>Assurance</i>	60
Tabel 4.8 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Tradisional Dimensi <i>Emphaty</i>	61
Tabel 4.9 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Modern Dimensi <i>Tangibles</i>	62
Tabel 4.10 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Modern Dimensi <i>Reliability</i>	64
Tabel 4.11 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Modern Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
Tabel 4.12 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Modern Dimensi <i>Assurance</i>	66
Tabel 4.13 : Jawaban Responden Terhadap Pasar Modern Dimensi <i>Emphaty</i>	67

Tabel 4.14 : Hasil Uji Validasi Pasar Tradisional.....	69
Tabel 4.15 : Hasil Uji Validasi Pasar Modern	70
Tabel 4.16 : Hasil Uji Reliabilitas Pasar Tradisional.....	71
Tabel 4.17 : Hasil Uji Reliabilitas Pasar Modern	71
Tabel 4.18 : Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 4.19 : Hasil Uji Homogenitas.....	73
Tabel 4.20 : Hasil Uji Independent Sampel T-Test	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : Gambar Menurut Badan Pusat Statistik Tentang Persentase Keberadaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan, Dan Toko Swalayan (Toko Modern)	3
Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Form Persetujuan Judul Dari Prodi/Jurusan

Lampiran 2 : SK Pembimbing

Lampiran 3 : Pertanyaan Kuesionel/Angket

Lampiran 4 : Lembar Bimbingan

Lampiran 5 : Data Responden

Lampiran 6 : Tabulasi Data

Lampiran 7 : Hasil SPSS

Lampiran 8 : Tabel r

Lampiran 9 : Dokumentasi

Lampiran 10 : Biodata (CV) Penulis



ABSTRAK

Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam
(Studi Pada Pasar Tradisional “Panorama” Dan Pasar Modern “Hypermart”)
oleh Nana Aprina, NIM 2011130043.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yaitu : dimensi bukti langsung (*tangibles*), dimensi keandalan (*reliability*), dimensi daya tangkap (*responsiveness*), dimensi jaminan (*assurance*), dimensi perhatian (*emphaty*) di pasar Tradisional “Panorama” dan Pasar Modern “Hypermart”. untuk menguji hal ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan pada 200 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji independen sampel t-test menggunakan program SPSS versi 25. Dari hasil penelitian dan pembahasan ditemukan bahwa perbedaan persepsi konsumen terhadap pelayanan terdapat pada dimensi perhatian (*emphaty*) nilai signifikansi (sig-2 tailed) sebesar 0,003 untuk variabel *emphaty* pada tingkat signifikansi 5% nilai tersebut signifikan karena signifikansi $0,003 > 0,05$ dan untuk dimensi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* tidak adanya perbedaan persepsi karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan adanya penelitian ini diketahui bahwa adanya perbedaan persepsi didimensi *emphaty* dan diharapkan bisa menjadi tolak ukur untuk meningkatkan kinerja pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Pasar Tradisional, Pasar Modern

ABSTRACT

*Analysis of Differences in Consumer Perceptions of Service Quality in an Islamic Perspective
(Study of the Traditional Market "Panorama" and the Modern Market "Hypermart")
by Nana Aprina, NIM 2011130043.*

The purpose of this research is to determine the differences in consumer perceptions of service quality, namely: the direct evidence dimension (tangibles), the reliability dimension, the responsiveness dimension, the assurance dimension, the empathy dimension in the traditional market "Panorama" and the Modern Market "Hypermart". To test this, researchers used quantitative methods with primary data collection techniques in the form of questionnaires distributed to 200 respondents. The data analysis technique used is an independent sample t-test using the SPSS version 25 program. From the results of the research and discussion it was found that differences in consumer perceptions of service are found in the dimension of attention (emphaty) with a significance value (sig-2 tailed) of 0.003 for the empathy variable. at a significance level of 5% this value is significant because the significance is $0.003 > 0.05$ and for the dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance there is no difference in perception because the significance value is greater than 0.05. With this research, it is known that there are differences in perceptions in the empathy dimension and it is hoped that this can become a benchmark for improving service performance.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Traditional Market, Modern Market