

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan konsumen pada Hasanah Mart Pagar Dewa telah berjalan dengan baik. Hal ini ditunjukkan oleh pelayanan yang didukung fasilitas yang memadai, lingkungan toko yang bersih dan nyaman, karyawan yang ramah, sopan, tanggap, serta mampu memberikan pelayanan secara konsisten kepada konsumen. Berdasarkan analisis menggunakan teori SERVQUAL, kualitas pelayanan Hasanah Mart telah mencerminkan dimensi *tangible*, *assurance*, *responsiveness*, *empathy*, dan *reliability*, sehingga pelayanan yang diberikan mampu memenuhi harapan konsumen. Meskipun demikian, masih diperlukan peningkatan pada beberapa fasilitas pendukung agar kualitas pelayanan menjadi lebih optimal.
2. Kualitas pelayanan konsumen pada Hasanah Mart Pagar Dewa telah sesuai dengan tinjauan ekonomi Islam. Hal tersebut ditunjukkan melalui penerapan prinsip *ta'awun* dengan kesediaan karyawan membantu konsumen, *at-taysir* melalui pelayanan yang cepat dan tidak mempersulit, *musawah* dengan memberikan pelayanan yang sama kepada seluruh konsumen tanpa

diskriminasi, *muhabbah* melalui sikap mengutamakan kepentingan konsumen, *al-layin* melalui pelayanan yang ramah, sopan, dan santun, serta *ukhuwah* melalui terjalinnya hubungan yang baik antara karyawan dan konsumen, sehingga pelayanan yang diberikan tidak hanya berorientasi pada kepuasan konsumen, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai ekonomi Islam.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai pentingnya kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam, khususnya penerapan prinsip *ta'awun*, *at-taysir*, *musawah*, *muhabbah*, *al-layin*, dan *ukhuwah* dalam kegiatan pelayanan kepada konsumen.

2. Bagi Hasanah Mart Pagar Dewa

Diharapkan dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang telah baik dengan terus meningkatkan profesionalisme karyawan. Selain itu, pihak toko diharapkan dapat melengkapi fasilitas pendukung, seperti penyediaan tempat duduk bagi pelanggan yang menunggu, guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Dapat mengembangkan kajian mengenai kualitas pelayanan dalam perspektif ekonomi Islam dengan menggunakan metode penelitian yang berbeda atau menambahkan variabel lain, seperti kepuasan, loyalitas, maupun keputusan pembelian konsumen, sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.



DAFTAR PUSTAKA

Al-Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010)

Alexandro, Rinto, Uda, Tonich, Fendy Hariatama, dan Uci Lestari, "The Effect of Employee Performance on Consumer Satisfaction at Setia Hotel, Puruk Cahu, Murung Raya," *International Journal of Social Science and Business*, 5.3 (2021)

An-Nawawi, Imam, *Syarah Shahih Muslim Jilid 11* (Jakarta: Darus Sunnah, 2017)

_____, *Syarah Shahih Muslim Jilid 8* (Jakarta: Darus Sunnah, 2011)

_____, *Syarah Shahih Muslim Jilid 9* (Jakarta: Darus Sunnah, 2010)

Andrian, dan Pratiwi Nilasari, "Penerapan Pelayanan Prima Islami dan Manajemen Berbasis Keamanan Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Sektor Publik," *JIEI*, 9.03 (2023), 3921

Apriyani, Dwi Aliyah, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop di Kota Sidoarjo)" (Universitas Brawijaya, 2017)

Awad, "Islam dan Prinsip Persamaan (Equality)," *TARBAWI*, VIII.2 (2019), 48–49

Bapak Agus, "Hasil Wawancara, Kepala Toko," 2025

Bapak Andri, "Hasil Wawancara, Konsumen," 2025

Bapak Farhan Efendi, "Hasil Wawancara, Konsumen," 2025

Bapak Heri, "Hasil Wawancara, Karyawan," 2025

Bapak Toni, “Hasil Wawancara, Karyawan,” 2025

Baqi, M. Fuad Abdul, *Shahih Bukhari Muslim (al-Lu'lu' Wal Marjan)* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2017)

Darunanto, Danang, Rr Endang W, Honny, Subandi, dan Deslida Saidah, “Determinasi Loyalitas Pelanggan: Analisis Keandalan, Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan Kereta Api,” *JEMSI*, 5.5 (2024), 482

Edwingga, Yudha, dan Yovenska L. Man, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Arga Makmur Bengkulu Utara,” *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Hukum Ekonomi Syariah*, 1.2 (2023), 105

Fahriza, M. Dimas Ihza, “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Anggota Produk Pembiayaan Pada KSPPS BMT UGT Nusantara CAPEM Kediri” (IAIN Kediri, 2024)

Gaspersz, Vincent, *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2002)

Handayani, Ricka, *Manajemen Pelayanan dalam Perspektif Islam*, Cet. 1 (Bogor: Penerbit Bypass, 2023)

Hanesti, Elsi Mersilia, dan Wahyuni, “Kepuasan Pelanggan Melalui Mutu, Pelayanan, dan Nilai Perspektif Islam,” in *Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi dalam Ekonomi Islam)* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020)

Hasanah, Titi, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Puskesmas Bandar Jaya Lahat,” *MOTIVASI: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5.2 (2020), 872

Hima, Faiqotul, Abdul Majid, Luckman Ashary, dan Mohammad Saleh, “Analisis Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pangan Beku Perspektif Ekonomi Islam di DC frozen Food Rogojampi Banyuwangi,” *AJI*, 1.1

(2023), 4–5

Ibu Afrida, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Debi, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Dela, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Dwita, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Helmenia, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Lia, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Nila, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Nili, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Palmuryati, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Ibu Sutiah, “Hasil Wawancara, Konsumen,” 2025

Indrasari, Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan* (Surabaya: Unitomo Press, 2019)

Jodi, I Wayan Gede A.S, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Adyamurthi di Kediri Tabanan,” *Jurnal Satyagraha*, 01.02 (2018)

Lubis, Lesly A.P, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada KOPMA UMS)” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018)

Munawaroh, Lailatul, Irsad, Muhammad, Prasetiawati, dan Eka, “Konsep al-Musawah dalam al-Qur’an: Interpretasi Hermeneutika Jorge J.E Gracia,” *Al-Fahmu*, 4.2 (2025), 246–47

Nababan, Benny Osta, dan Tanisa Adra Oktaviani,

“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Peserta Pensiun pada PT. Taspen (PERSERO) Cabang Depok,” *Economicus*, 12.1 (2020)

Nurhadi, “Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah,” *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 2.2 (2018), 144

Rifa, Moh., Zubaidi, Ahmad Tijani, Devi Amaliya Putri, dan Mukhlisin Saad, “Strategi Pendirian Mini Market dengan Modal Terbatas (Studi Kasus pada Yumaya Mart Kraksaan Probolinggo),” *Journal of Islamic Business Management Studies*, 3.1 (2023), 2

Rohaeni, Heni, dan Nisa Marwa, “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Ecodemica*, 2.2 (2018), 314

Rosi, Fahrur, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan,” *Mutawazin*, 4.2 (2023), 74

Sahyunu, Juli, Haspi, Titop, dan Herman, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Mini Market Alfa Midi Kecamatan Ranomeeto Kabupaten Konawe Selatan),” *SJEB*, 2.2 (2021), 115

Sinollah, dan Masruro, “Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual-Parasuraman) dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Mayang Collection Cabang Kepanjen),” *Jurnal Dialektika*, 4.1 (2019), 49–50

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. ALFABETA, 2014)

Sulistiyowati, Wiwik, *Kualitas Layanan: Teori dan Aplikasinya* (Sidoarjo: UMSIDA PRESS, 2018)

Supangat, “Manajemen Kualitas Layanan,” in *Manajemen Pemasaran Jasa* (Padang: CV. Gita Lentera, 2025), hal. 129

Susatyo, Herlambang, *Manajemen Pelayanan Kesehatan Rumah Sakit* (Yogyakarta: Gosyen Publishing, 2016)

Usvita, Mega, “Karakteristik Jasa,” in *Manajemen Pemasaran Jasa* (Padang: CV. Gita Lentera, 2025), hal. 13

Wardana, Ivan Fadilla Budi, dan Sri Eka Astutiningsih, “Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan (Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Moderating) Perspektif Ekonomi Islam,” *JIEI*, 8.03 (2022), 1

Widyorini, Sri Retno, “Pengaruh Perkembangan Waralaba Usaha Minimarket Terhadap Perkembangan Pasar Tradisional,” *Jurnal Spektrum Hukum*, 14.1 (2017), 18

