

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MENURUT
PERSPEKTIF ISLAM (Studi Pada Kantor Pelayanan
Pelanggan Unit Sistem Penyediaan Air Minum Pusako Di
Kampung Sungai Limau Kecamatan Pusako)**

Putri Indra Yani¹, Pirmansyah²

¹STAI Sulthan Syarif Hasyim Siak Sri Indrapura Riau

²STEI Bangkinang

Email: Putriindrayani0310@gmail.com

Email: pirmansyah@stiebangkinang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the extent to which service quality affects customer satisfaction. In this study, service quality includes reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. The approach used in this study is quantitative. This study uses a correlation research technique. The data collection technique used a questionnaire. The population in this study was customers of the Pusako SPAM Unit office. A sample of 90 respondents was taken. The sampling technique used was proportional random sampling. The data analysis technique used simple linear regression and hypothesis testing. The results of the study show that service quality affects customer satisfaction, as evidenced by the simple linear regression analysis $Y = -7.414 + 0.658$, where the constant value (a) is -7.414; this can be interpreted as if the service quality value is 0, then the customer satisfaction value is -7.414. The regression coefficient value of the customer satisfaction variable (b) is positive, namely 0.658; this can be interpreted as meaning that for every 1.00 increase in service quality, customer satisfaction will increase by 0.658. Based on the t-test, the calculated t-value is 7.801, while the table t-value is 1.662. Therefore, $t_{\text{calculated}} > t_{\text{table}}$ ($7.801 > 1.662$) and the significance value is $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted. This means that service quality has a significant effect on customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Pusako SPAM Unit

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan meliputi keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik penelitian korelasi. Teknik pengumpulan data menggunakan angket. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan kantor Unit SPAM Pusako. Sampel yang diambil sebanyak 90 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah proporsional random sampling. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, ini dibuktikan dengan analisis regresi linear sederhana $Y = -7,414 + 0,658$, maka nilai konstanta (a) adalah -7,414; ini dapat diartikan jika kualitas pelayanan

nilainya 0, maka kepuasan pelanggan nilainya -7,414. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan (b) bernilai positif yaitu 0,658; ini dapat diartikan bahwa setiap kualitas pelayanan sebesar 1,00 maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,658. Dilihat dari uji t maka t hitung sebesar 7,801, sementara t tabel diperoleh sebesar 1,662. Jadi t hitung > t tabel ($7,801 > 1,662$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Unit SPAM Pusako

PENDAHULUAN

Dewasa ini, kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan di berbagai sektor. Kualitas pelayanan yang baik mencakup berbagai aspek, mulai dari kecepatan respon, keramahan staf, hingga kemudahan dalam proses transaksi. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung lebih loyal dan berpotensi memberikan rekomendasi positif kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi dan keberlanjutan di dalam suatu sektor.

Dalam Islam, kualitas pelayanan bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan material pelanggan, tetapi juga merupakan wujud dari prinsip-prinsip etika dan moral yang di ajarkan dalam al-Qur'an dan Hadis. Islam menekankan pentingnya nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam berbisnis. Dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
 الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ٢٦٧

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)

Dalam surat Al-Baqarah ayat 267, dapat dimaknai bahwa dalam bekerja, kita seharusnya melakukan dengan sebaik baiknya. Dalam konteks pelayanan, seseorang atau kelompok penyedia layanan sebaiknya memberikan pelayanan yang benar benar baik, Allah menegaskan bahwa kita seharusnya melakukan yang terbaik, bukan yang buruk, atau mungkin sesuatu yang bahkan tidak kita inginkan. Menurut J supranto kualitas pelayanan adalah sebuah hasil yang harus dicapai dan dilakukan dengan sebuah tindakan.

Tindakan tersebut tidak berwujud dan mudah hilang, tapi dapat dirasakan dan diingat. Dampaknya adalah konsumen dapat lebih aktif dalam proses mengkonsumsi produk dan jasa suatu perusahaan.¹

Menurut Fandy tjiptono kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.² Menurut wyckof kualitas pelayanan adalah sebuah tingkat keunggulan yang diharapkan, serta tindakan pengendalian keunggulan untuk memenuhi harapan konsumen.³

Salah satu sektor yang sangat relevan dengan konsep kualitas pelayanan adalah penyediaan layanan air. Air merupakan kebutuhan primer yang harus di peroleh seluruh makhluk hidup, termasuk manusia. Mengingat pentingnya keberadaan air bagi masyarakat dalam jangka panjang, hal ini sesuai dengan isi Pasal 33 Ayat (3) UUD 1945 yang menyatakan, “Bumi dan air serta kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat”.

Berdasarkan ketentuan ini, kekayaan yang terdapat di dalam suatu kawasan Negara, termasuk air, menjadi hak penguasaan Negara. Oleh karena itu, yang berhak mengelolanya adalah pemerintah, baik itu pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Pemerintah bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya air tersebut dengan tujuan untuk mencapai kemakmuran rayat. Pemerintah berupaya agar masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan akses pelayanan air dan tentunya air yang bersih. Seperti adanya Penyelenggaraan SPAM (Sistem Penyediaan Air Minum).

Kabupaten Siak membentuk suatu Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) SPAM yang dikelola oleh Dinas Pekerjaan Umum, Tata Ruang, Perumahan Rakyat dan Kawasan Pemukiman. UPTD SPAM ini ditugaskan untuk melaksanakan sebagian kegiatan Penyelenggaraan SPAM oleh Pemerintah Daerah, khususnya dalam kegiatan teknis operasional dan/atau penunjang di satu atau beberapa daerah kabupaten/kota.⁴

Di Kabupaten Siak terdapat kantor pelayanan pelanggan unit SPAM di setiap kecamatan, salah satunya kecamatan Pusako. Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM Pusako berdiri sejak tahun 2015 dan mulai beroperasi pada tahun 2016 sampai dengan sekarang beralamat di Jalan Muhammad Syekh

¹ Krishna Anugrah dan Wayan Sudamayasa, *Kualitas Pelayanan Jasa: Akomodasi* (Gorontalo: Ideas Publishing, 2020), hal. 2

² *Ibid*, hal. 22

³ *Ibid*, hal. 25

⁴ Sintary Sondria, *Kualitas Pelayanan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) Di Kabupaten Siak*, Jurnal JOM, Vol. 8 Edisi I (Januari-Juni, 2021), hal.2

Kampung Sungai Limau Kecamatan Pusako. Adapaun Jumlah pelanggan kantor pelayanan Unit SPAM Pusako dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Unit SPAM Pusako

No	Nama Kampung	Jumlah Pelanggan	Persentase
1	Benayah	264	32%
2	Dosan	187	22%
3	Pebadaran	131	16%
4	Sungai Limau	63	8%
5	Pusako	190	23%
6	Sungai Berbari	0	0%
7	Perincit	0	0%
Total		835	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa kampung yang memiliki banyak pelanggan pada Unit SPAM Pusako yaitu Kampung Benayah, yaitu sebanyak 264 pelanggan atau sebesar 32%, kampung Dosan sebanyak 187 pelanggan atau sebesar 22%, Kampung Pebadaran sebanyak 131 pelanggan atau sebesar 16%, Kampung Sungai Limau sebanyak 63% atau sebesar 8% dan Kampung Pusako sebanyak 190 pelanggan atau sebesar 23%.

Berdasarkan wawancara bersama Bapak Akis, jumlah pelanggan Kantor Pelayanan Pelanggan saat ini sebanyak 835 pelanggan dan mengalir 5 Kampung di Kecamatan Pusako. Sedangkan untuk harga air yang ditentukan oleh Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM Pusako merupakan harga yang telah ditetapkan oleh Pihak Kabupaten, dalam hal ini adalah UPTD SPAM Kabupaten Siak. Harga yang ditetapkan *fluktuatif*, kisaran harga Rp.3.500/kuik sampai pada harga Rp.4.000/kubik.

Dalam hal pelanggan yang mengalami kendala dalam penggunaan air SPAM, maka pada pelanggan tersebut akan datang langsung ke Kantor atau menghubungi staf kantor dan menjelaskan kendala yang dialaminya. Kendala atau masalah yang dihadapi tersebut antara lain kualitas air yang cenderung keruh, gangguan pasokan air selama beberapa hari, kebocoran pipa dan lambatnya respons terhadap laporan konsumen.

KAJIAN LITERATUR

A. Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman dikutip dalam buku Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen Teori Dan Praktik oleh Sanurdi, kualitas pelayanan merupakan suatu kegiatan atau aktifitas yang sifatnya

berwujud ataupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen dengan memberikan barang atau jasa disertai atau tanpa disertai pemindahan kepemilikan atas suatu barang atau jasa tertentu. Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.⁵

B. Indikator Kualitas Pelayanan

Parasuraman dkk. kembali melakukan penelitian pada tahun 1988 merumuskan lima dimensi yang dikenal dengan istilah ServQual, yaitu⁶:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Dimensi ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

2. Reliabilitas (*Reliability*)

Dimensi ini merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi ini merupakan suatu kemauan membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

Dimensi ini merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. Empati (*Emphaty*)

Dimensi ini merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik serta memiliki waktu

⁵ Sanurdi, *Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen Teori Dan Praktik*, (Mataram: Sanabil, 2021), hal. 26

⁶ *Ibid*, hal.31

pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

C. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Petunjuk Rasulullah SAW tentang pelayanan ada empat hal yang menjadi kunci sukses dalam mengelola suatu usaha, keempat hal tersebut merupakan sikap yang sangat penting dan menonjol dari Nabi Muhammad SAW dan sangat dikenal di kalangan ulama, namun masih jarang diimplementasikan khususnya dalam dunia bina. Sifat-sifat tersebut diantaranya⁷:

1. Siddiq (jujur/benar)
2. Amanah (terpercaya)
3. Fathanah (cerdas)
4. Tabligh (ramah dan komunikatif) Kepuasan Pelanggan

Fandy Tjiptono mengartikan kepuasan sebagai evaluasi pengalaman terhadap produk dan layanan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya.⁸

D. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono, dikutip dalam buku Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan pada umumnya kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator yakni⁹:

1. Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan pelanggan disimpulkan berdasarkan kesesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
2. Minat berkunjung kembali, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.
3. Ketersediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif sedangkan metode yang digunakan adalah metode survey. Penelitian yang dilakukan adalah di Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM (Sistem Pelayanan Air Minum) Pusako.

⁷ An Ras Try Astuti, *Etika Bisnis Islam (Kasus- Kasus Kontemporer)*(Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press, 2022), hal. 103-111

⁸ Sanurdi, *Op.Cit*, hal. 56

⁹ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yang diambil sebanyak 90 pelanggan pelanggan Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM Pusako. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Proporsional Random Sampling*. Instrumen angket atau kuesioner. Pengujian dalam keakuratan data dari instrumen penelitian menggunakan *Skala Likert*. Teknik pengumpulan data observasi, metode angket atau kuesioner dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisa Hasil Penelitian Uji Validitas

Seluruh butir pernyataan yang disebar saat penelitian dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *pearson correlation* tiap butir pernyataan berada di atas r-tabel sebesar 0,208. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.

B. Uji Reliabilitas

Semua variabel harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dinyatakan reliabel, hal ini dibuktikan dengan *cronbach's alpha* yang lebih tinggi dari 0,5 dan dapat dinyatakan instrumen penelitian tersebut telah memenuhi syarat untuk digunakan sebagai penelitian.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1.1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.99471507
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.067
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.175 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,175 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Heterokedastisitas

Tabel 1.2 Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	6.046	2.856		2.117
	Kualitas_Pelayanan	-.048	.049	-.105	-.987
a. Dependent Variable: ABS_RESS					

Ber

riabel independen

mempunyai nilai sig > 0.05 dan diketahui bahwa penelitian ini lolos dari uji heteroskedastisitas. Hal ini terbukti dengan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,326.

D. Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 1.3 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-7.414	4.952		.138
	Kualitas_Pelayanan	.658	.084	.639	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan Tabel 1.5, perhitungan regresi linear sederhana didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = a + bx = -7,414 + 0,658x$$

Dapat diartikan bahwa setiap kualitas pelayanan sebesar 1,00, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,658.

E. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Tabel 1.6 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	-7.414	4.952		.138
	Kualitas_Pelayanan	.658	.084	.639	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, maka t hitung adalah sebesar 7,801. Sementara t tabel diperoleh sebesar 1,662. Jadi t hitung > t tabel (7,801 > 1,662) dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H₀ ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

F. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 1.7
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 ^a	.409	.402	4.017

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas h hasil analisis regresi diperoleh R Square (R^2) sebesar 0,409 atau 40,9%. Hal ini menunjukkan besarnya koefisien determinasi tersebut dari variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan sebesar 40,9% sedangkan sisaya 59,1% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan mengenai “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM Pusako Di Kampung Sungai Limau Kecamatan Pusako)”, maka penulis dapat mengambil kesimpulan: bahwa hasil analisis antara variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Unit SPAM Pusako sebesar 0,658.

Hasil uji menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 7,801 nilai tersebut lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,662 ($7,801 > 1,662$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dinyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Unit SPAM Pusako.

Saran

1. Kantor Pelayanan Pelanggan Unit SPAM Pusako meningkatkan kualitas pelayanan, khususnya pada aspek keandalan dan bukti fisik. Selain transparansi informasi kepada pelanggan mengenai layanan dan gangguan teknis perlu di tingkatkan guna membangun kepercayaan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dengan menambah variabel lainnya, seperti kualitas air, harga dan proses administratif (sambungan baru).

DAFTAR PUSTAKA

- Sahya Anggara, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: CV Pustaka, 2015), hal. 97
- Anugrah, Krishna dan Wayan Sudamayasa. (2020). *Kualitas Pelayanan Jasa: Akomodasi*. Gorontalo: Ideas Publishing.
- Astuti, An Ras Try, (2022), *Etika Bisnis Islam (Kasus-Kasus Kontemporer)*, Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Bahan Bacaan Materi Pembekalan Field Assistants (FA).
- Basuki, Agus Tri dan Nano Prawoto. (2022). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Benu, Fred L. dan Agus S. Benu. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.

Jakarta: Kencana.

Fitri, Annisa dkk. (2023). *Dasar-Dasar Statistika Untuk Penelitian*. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Hermanto.(2019). *Faktor Pelayanan, Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*.Surabaya: CV. Jakad Publishing.

Muhid, Abdul. (2019). *Analisis Statistik 5Langkah Praktis Analisis Statistik dengan SPSS for Windows*. Sidoarjo: Zifatama Jawa.

Mulyawan, Rahman.(2016). *Birokrasi Dan Pelayanan Publik*. Bandung: Unpad Press.

Nurdin, Ismail.(2019). *Kualitas Pelayanan Publik*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.

Sanurdi.(2021).*Kualitas Pelayanan Islami Dan Kepuasan Konsumen Teori Dan Praktik*. Mataram: Sanabil.

Sari, Anita dkk. (2023). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Jayapura: CV Angkasa Pelangi.

Sugiyono.(2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&*. Bandung: CV Alfabeta.

Supriono, Iwan Agus dan Nila Asmita.(2023). *Statistik Ekonomi Syariah*. Sukabumi: Fraha Pustaka.

Wahyuni, Molli. (2020). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Yogyakarta: Bintang Pustaka Medan.