PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN (STUDI KASUS ID EXPRESS PADANG LUA, AGAM)

SKRIPSI

"Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana

Ekonomi Islam Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam"

Disusun Oleh:

YESI ELVIRA

NIM: 3217.208

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SJECH M. DJAMIL DJAMBEK

BUKITTINGGI

1443 H/2022 M

SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING

Pembimbing skripsi atas nama Yesi Elvira, Nim 3217.208 dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus ID Express Padang Lua, Agam)"** Memandang bahwa skripsi yang bersangkutan telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk diajukan ke Sidang Munaqasah.

Demikian surat persetujuan ini diberikan agar dapat dipergunakan seperlunya.

Bukittinggi, 21 Juni 2022

Pembimbing

Yenty Astarie Dewi SE, MM

NIDN 2007037602

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus ID Express Padang Lua, Agam)"** yang disusun oleh **Yesi Elvira** NIM **3217208**, telah diuji dalam sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, pada hari Jum'at 12 Agustus 2022 dan berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada prodi S1 Ekonomi Islam.

Bukittinggi, 12 Agustus 2022

TIM PENGUJI

Ketua sidang

Zuwardi, SEI,MA
NIP.198407232015031003

Sekretaris

Andis Febrian, MM
NIP. 198902032019031004

Anggota

Penguji 1

Zuwardi, SEI,MA
NIP.198407232015031003

Penguji 2

Andis Febrian, MM
NIP. 198902032019031004

Penguji Pendamping

Yenty Astarie Dewi, SE., MM
NIDN. 2007037602

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Dr. Ir. Izmuddin, MA
NIP. 197503032001121007

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Yesi Elvira
Nim	: 3217208
Tempat/Tanggal Lahir	: Sungai Kambut, 23 Desember 1997
Program Studi	: Ekonomi Islam
Judul Skripsi	: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus ID Express Padang Lua,Agam)**

Dengan ini menyatakan karya ilmiah (Skripsi) ananda dengan judul diatas adalah benar asli karya penulis. Dalam karya ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali pada bagian tertentu yang dijadikan sebagai acuan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim dan dicantumkan dalam daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya sendiri. Maka penulis bersedia untuk diproses sesuai hukum yang berlaku dengan gelar keserjanaan penulis dicopot hingga batas waktu yang tidak ditentukan.

Bukittinggi, 21 Juni 2022

(Yang Menyatakan)



Yesi Elvira

3217208

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **"**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN (Studi Kasus ID Express Padang Lua, Agam)**".** Shalawat dan salam penulis ucapkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pencerahan melalui pribadinya yang luhur dan agung, serta sampai saat ini meninggalkan dua pedoman hidup untuk kesalamatn dunia dan akhirat yaitu Al- Qur'an dan Hadist.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa terwujudnya skripsi ini tidak terlepas dari izin Allah SWT. Dan ucapan terutama sekali penulis mengucapkan terimakasih kepada Ayahanda **Rustam** dan Ibunda tercinta **Alpina** yang telah banyak berjuang dan berkorban demi tercapainya cita-cita penulis baik dalam hal materi maupun bukan materi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini tidak akan terlaksana dengan baik jika tidak ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Rektor universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi**,** Ibuk **Prof. Dr. Ridha Ahida, M. Hum** beserta Bapak-bapak Wakil Rektor, Bapak **Dr. Asyari, Mi , Bapak Dr. Novi Hendri, M. Ag, dan Bapak Dr. Miswardi,**

M. Hum, yang telah memberikan fasilitas, kepada penulis selama menjalani pendidikan di Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi.

2. Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi, **Bapak Dr. Iiz Izmuddin, M.Ag,** beserta Bapak/Ibuk Wakil Dekan, **Ibuk Dr. Hesi Eka Puteri, Se., M.Si, Ibuk Dra Rusaida D., M.Ag,** dan **Bapak Gusril Basir, SH., M.Hum.**
3. Ketua Program Studi Ekonomi Islam, **Ibuk Rika Widianita, SEI.,ME** yang telah fasilitasi penulis dalam menjalani pendidikan dan bimbingan skripsi ini.
4. Dosen Penasehat Akademik (PA) Bapak **Beni Firdaus SHI, MA** yang selalu mengarahkan membimbing, mengajar dan mempermudah urusan penulis dalam judul skripsi.
5. Pembimbing Skripsi Penulis, Ibuk **Yenty Astarie Dewi SE., MM** yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
6. Pimpinan serta staf perpustakaan yang telah mengizinkan penulis untuk mengakses buku-buku dan referensi yang dibutuhkan dalam rangka mengumpulkan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan penulis skripsi ini.
7. Koordinator Bapak **Walfajri Ghafiqi Fitra** dan stafnya yang telah memberi izin kepada penulis untuk melakukan penelitian di ID Express Padang Lua, Agam dan kepada pelanggan di Padang Lua, Agam yang telah bersedia memberikan informasi dan keterangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

8. Terimakasih kepada kakakku Widia Alfionita adikku Wiska Ramadani dan kakak sepupu Rosi Safitri yang selalu mendoakan memberi support.
9. Terimakasih kepada sahabat-sahabat seperjuangan Annisa Pertiwi, Sri Wahyu Astuti, Rosiana yang selalu memberi motivasi , semangat, dorongannya dan teman-teman EI-F yang sama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana.
10. Terimakasih kepada adik-adik kos Idaman yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka.

Untuk semua yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis, penulis tidak dapat membalasnya satu persatu, hanya do'a dan ucapan terimaksih semoga Allah SWT memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin. .

Bukittinggi, 21 Juni 2022

Penulis

Yesi Elvira

NIM : 3217.208

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Yesi Elvira, Nim 3217208**, Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Buittinggi dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus ID Express Padang Lua, Agam)"** Atas bimbingan Ibu Yenty Astarie Dewi SE, MM.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di ID Express Padang Lua, Agam. Penelitian ini menggunakan enam variabel independen yaitu ta'awun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin, dan ukhuwah dengan satu variabel dependen yaitu keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif. Variabel-variabel penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder yang memperoleh melalui data responden. Teknik yang digunakan adalah regresi linier berganda dan untuk menganalisis data dengan bantuan SPSS 18.

Hasil penelitian menunjukan bahwa Y= 17.802 + 0.180 X1 +0,196 X2 – 0,031 X3 - 0,188 X4 – 0,288 X5 + 0,065 X6, dimana nilai konstanta sebesar 17.802, hal ini menunjukan bahwa tanpa adanya pengaruh ta'awun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin dan ukhuwah terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman sudah ada sebesar 17.802. Berdasarkan uji t yaitu dengan nilai signifikan untuk at-tawun sebesar 0,002 < 0,05 sehingga Ha diterima yang berarti ta'awun berpengaruh signifikan terhadap Y. Pengaruh X2 terhadap Y yaitu dengan 0,040< 0,05 sehingga Ha diterima yang berarti *at-taysir* berpengaruh signifikan terhadap Y. Pengaruh X3 terhadap Y yaitu dengan atau 0,814 > 0,05 sehingga Ha ditolak yang berarti *musawah* tidak berpengaruh signifikan terhadap Y. Pengaruh X4 terhadap Y yaitu dengan 0,173 > 0,05 sehingga Ha ditolak yang berarti *al-layin* tidakberpengaruh signifikan terhadap Y. Pengaruh X5 terhadap Y yaitu dengan 0,007 > 0,05 sehingga Ha diterima yang berarti *mahabbah* berpengaruh signifikan terhadap Y. Pengaruh X6 terhadap Y yaitu dengan 0,616 > 0,05 sehingga Ha ditolak yang berarti *ukhuwah* tidakberpengaruh signifikan terhadap Y. Hasil uji F dinyatakan signifikan untuk pengaruh bersama Y adalah sebesar 0,000 < 0,05, yang artinya bahwa ta'awun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin dan ukhuwah berpengaruh signifikan terhadap Y. Nilai Berdasarkan hasil koefisien 35,5% dipengaruhi oleh ta'awun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin, dan ukhuwah Sedangkan 64,5% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor lokasi, harga, *brand image* dan lain-lain.

Kesimpulan bahwa variabel ta'awun, at-tasyir dan al-layin secara persial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan keputusan jasa pengiriman. sedangkan variabel musawah,mahabbah dan ukhuwah secara persial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan jasa pengiriman. Dalam ekonomi islam pelayanan yang baik merupakan keharusan dalam suatu pengoperasian yang sesuai dengan prinsip syariah. Supaya pelayanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **i**

ABSTRAK ..... **iv**

DAFTAR ISI ..... **v**

DAFTAR TABEL ..... **vii**

DAFTAR GAMBAR ..... **ix**

LAMPIRAN ..... **x**

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1
B. Identifikasi Masalah 11
C. Batasan Masalah 12
D. Rumusan Masalah 12
E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian 13
F. Penjelasan Judul 14

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan 15
   1. Pengertian Kualitas 15
   2. Pengertian Kualitas Pelayanan 16
   3. Faktor-faktor yang mempengaruhi dalam mengevaluasi kualitas pelayanan jasa 18
B. Teori Pelayanan Dalam Islam 20
C. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam 27

D. Keputusan Pembelian 30

   1. Pengertian Keputusan Pembelian 30
   2. Proses Keputusan Pembelian 31
   3. Indikator Keputusan Pembelian 33
E. Keputusan Pembelian dalam Perspektif Islam 35

F. Jasa pengiriman 37

   1. Pengertian Jasa Pengiriman 37
   2. Karakteristik Pelayanan Jasa 38
   3. Pemasaran Jasa 39

G. Kajian Terdahulu 40
H. Kerangka Pemikiran 42
I. Hipotesis 43

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian 46
B. Waktu dan Lokasi Penelitian 46
C. Jenis dan Sumber Data 47
D. Populasi dan Sampel 48
E. Defenisi Operasional Variabel 49
F. Teknik Pengumpulan Data 51
G. Teknik Analisis data 52
H. Uji Hipotesis 58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan 60
B. Analisis Data Pembahasan Penelitian 63
C. Uji Kualitas Data 75
D. Uji Asumsi Klasik 82
E. Uji Hipotesis 89
F. Analisis Hasil Penelitian Secara Statistik 94

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 101
B. Saran 102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Sarana Prasarana Pelayanan ID Express 6
Tabel 1.2 Data Jumlah Karyawan.....7
Tabel 1.3 Data Observasi Jumlah Pengiriman Paket.....9
Tabel 3.1 Defenisi Operasional Variabel 43
Tabel 3.2 pengukuran Skala Likert.....45
Tabel 4.1 pengukuran Skala Likert.....56
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia 57
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan 58
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Frekuensi Pnggunaan ID Express 58
Tabel 4.6 Responden Terhadap Ta'awun.....60
Tabel 4.7 Responden Terhadap At-Tasyir 61
Tabel 4.8 Responden Terhadap Musawah 62
Tabel 4.9 Responden Terhadap Muhabbah.....64
Tabel 4.10 Responden Terhadap Al-Layin 65
Tabel 4.11 Responden Terhadap Ukhuwah 66
Tabel 4.12 Responden Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman 69
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Ta'awun 69
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel At-Tasyir.....70
Tabel 4.15 Uji Validitas Variabel Musawah.....71
Tabel 4.16 Uji Validitas Variabel Muhabbah 71
Tabel 4.17 Uji Validitas Variabel Al-Layin.....72
Tabel 4.18 Uji Validitas Variabel Ukhuwah.....73
Tabel 4.19 Uji Validitas Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman....74
Tabel 4.20 Hasil Uji Relialitas 75

Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas.....82
Tabel 4.22 Hasi Uji Multikolinearitas 84
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Variabel Analisis Uji Regresi Linear Berganda 87
Tabel 4.24 Hasil Uji T.....90
Tabel 4.25 Hasil Uji F.....92
Tabel 4.26 Hasil Uji Koefisien Determinasi 94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 42

Gambar 4.1 Struktur Perusahaan 61

Gambar 4.2 Grafik Normalitas Scatte-plots.....83

Gambar 4.3 Hasil Uji Hasil Uji Heteroskredastisitas 85

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jadwal Pelelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Tabulasi Data

Lampiran 4 Hasil Olahan Data

Lampiran 5 Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi sekarang ini, persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik pada perusahaan manufakturing maupun pada perusahaan jasa. Pesan antar barang sudah menjadi hal biasa ditengah masyarakat. Tidak hanya itu saja, makanan dan minuman juga ada yang memberikan pelayanan pesan antar barang atau jasa. Menurut kotler (2013 : 226), jasa adalah aktivitas maupun manfaat apapun yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Bisnis jasa saat ini sangat dibutuhkan dan berpengaruh dalam aktivitas konsumen sehari-hari. Keberadaan penyedia jasa kurir mampu menunjang kebutuhan para pelaku bisnis karena dapat mengirimkan barang kepada konsumen baik yang berada di dekat lokasi usaha maupun yang berada jauh di luar daerah operasional perusahaan tersebut, sehingga dapat memperluas cakupan pasar yang secara otomatis akan meningkatkan keuntungan dari perusahaan. Saat ini jasa pengiriman barang berkembang sangat pesat.

Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan adanya persaingan yang semakin ketat. Perkembangan ini ditandai dari munculnya sejumlah perusahaan yang terus bertambah dalam beberapa tahun belakangan ini yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu jasa pengiriman barang.

Peningkatan tersebut terjadi atas aktivitas pengiriman seiring dengan berkembangnya dunia usaha dengan menggunakan media internet yang sangat terkait dengan jasa pengiriman barang. Maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian, perusahaan dituntut untuk semakin kreatif, inovatif, serta cepat dalam memanjakan konsumen dengan memberikan pelayanan yang baik. Menurut Kotler dan Armstrong (2012 : 681) kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.[1] Kualitas layanan merupakan hal yang sangat penting untuk perusahaan jasa, untuk mempertahankan kualitas pelayanan perusahaan jasa harus senantiasa melakukan survei dari waktu ke waktu kepada konsumen untuk mengetahui apa yang diinginkan dan diharapkan terhadap perusahaan jasa selaku penyedia layanan.

Dimana hal tersebut dilakukan perusahaan untuk menarik hati para konsumen untuk terus bekerjasama dengan perusahaannya. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi olehbagaimana perusahaan tersebut memuaskan konsumen. Kepuasan konsumen secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan konsumen itu sendiri, oleh karena itulah pelayanan konsumen hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan. Salah satunya dibidang sektor jasa seperti

[1] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas (Jakarta : Airlangga, 2010) hal.1

sekarang ini jasa pengiriman barang semakin dibutuhkan masyarakat karena untuk mempermudah kegiatan dalam hal pengiriman suatu barang. Kalau dulu hanya mengenal kantor pos sebagai tempat dimana menitipkan surat atau barang kepada yang ingin dikirim. Namun dengan kecanggihan teknologi beserta kemudahan dan manfaatnya, sekarang banyak perusahaan jasa yang sudah mendirikan jasa pengiriman antar barang di seluruh Indonesia misalnya JNE, TIKI, DHL, Pandu Ekspress, ID Express, FedEx, J & T Ekspress dan Wahana.

Konsep Kualitas Pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut menurut (Fadla, 2016):[2]

1. Prinsip Tolong Menolong (*Ta'awun*). Qutub (1992) mengemukakan bahwa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya.
2. Prinsip Memberi Kemudahan (*At-Taysir*). Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah swt menurunkan syari'at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (*masyaqah*) masyarakat yang

[2] Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2, No. 2 hal 144-147

berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya (Khatimah, 2011).

3. Prinsip Persamaan (*Musawah*). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama.
4. Prinsip Saling Mencintai (*Muhabbah*). Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri.[3]
5. Prinsip Lemah Lembut (*Al-Layin*). Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: "Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akan pernah mendapatkan kebaikan" (Al-Badr, 2014).
6. Prinsip Kekeluargaan (*ukhuwah*). *Ukhuwah* yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur'an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama.

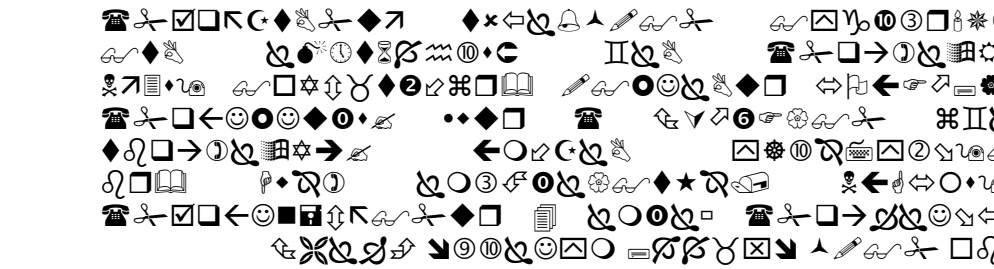
Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada

[3]Nurhadi, *Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2, No. 2 hal 147

orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surat Ali-Imran 159, yang menyatakan bahwa.[4]



Artinya: "*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu.*" (Qs. Ali Imran: 159)



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."*(Q.S Al- Baqarah: 267).[5]

[4] Ridwan Aldursanie, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*, available on : http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/, diakses 10 Januari 2022

[5]Al Quran Surat Al Baqarah ayat 267, *Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya, Departemen Agama RI*, PT. Toha Putra, Semarang, 1997, hal. 56.

Berikut gambaran data awal terkait ualitas Pelayanan dalam Islam mengenai pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua, Agam

Tabel 1.1
Berikut gambaran data awal mengenai pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua, Agam

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapa kali menggunakan jasa pengiriman
1	Silvia	Perempuan	24	Mahasiswa	7
2	Annisa Nurhidayah	Perempuan	36	Pegawai	5
3	Putri Dian	Perempuan	19	Mahasiswa	8
4	Syifa Haliza	Perempuan	28	karyawan	4
5	Latifa	Perempuan	22	Mahasiswa	9
6	Muhamad Faisal	Laki-Laki	28	Pegawai	6
7	Silvy Dwi Pertiwi	Perempuan	17	Pelajar	6
8	Rismawati	Perempuan	32	Ibu R.T	8
9	Faizal Fahri	Laki-Laki	32	Wiraswasta	7
10	Santi	Perempuan	41	Ibu R.T	5

Dari data Tabel 1.1 diatas bahwa dapat diketahui bawah jenis kelamin, usia pekerjaan tidak berpengaruh bila banyak menggunakan jasa pengiriman barang

Tabel 1.2
Data sarana prasarana pelayanan yang dimiliki ID ExpressTahun 2021

No	Sarana Prasarana	Jumlah
1	Motor	9
2	Mobil	1
3	Komputer	1
4	Timbangan Digital	2
5	Tas Kurir	8
6	Tempat Penyimpanan Paket	8
7	Mesin Print	1
8	Kursi Pelayanan	3
9	Meja	2
10	kantor	1
11	Ruang Tempat Penyimpanan Barang	1
12	Tempat Parkir	1

Sumber: Wawancara dengan Koordinator id express, Minggu 14 November 2021 pukul 14.00 WIB bertempat Kantor ID Express Padang Lua, Agam[6]

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat sarana dan prasarana yang ada di Id Express untuk memudahkan pekerjaan di kantor Id Express Padang Lua, Agam maka harus ada karyawan yang membantu supaya berjalan dengan lancar dan cepat.

Tabel 1.3
Data Jumlah Karyawan ID Express Tahun 2021

NO	BIDANG	NAMA
1	Koordinator	Walfajri Ghafiqi Fitra
2	Admin	Yudhi Pratama
3	Kurir	Alfi Syahrin Zein Lubis
4	Kurir	Efrizal
5	Kurir	Febri Fadli
6	Kurir	Ibnu Asmad
7	Kurir	Muhammad Iqbal
8	Kurir	Otri Yanto
9	Kurir	Rahmad Arif
10	Kurir	Wira Saputra

Sumber: Wawancara dengan Koordinator id express, Minggu 14 November 2021 pukul 14.00 WIB bertempat Kantor ID Express Padang Luar, Agam

[6]Wawancara dengan koordinator Walfajri ghafiqi fitra Minggu, 14 November 2021, bertempat kantor ID Express Padang Lua, Agam

Dari Tebel 1.3 terdapat 10 jumlah karyawannya dan bagiannya apa saja mereka. Terdapat 1 orang sebagai koordinator, 1 orang sebagai admin dan 8 orang sebagai kurir untuk mengantarkan barang pelanggan. Dengan adanya karyawan untuk mempermudah dan memeperlancarkan suatu pekerjaan

Jenis jasa Layanan yang ditawarkan di Id Express Tahun 2021

1. Layanan Reguler adalah layanan ini paling banyak digunakan oleh konsumen dengan estimasi waktu paket datang hingga 5 hari kerja, selain itu harga ongkos kirinnya yang terjangkau sesuai jarak pengirimannya.
2. Layanan Same Day adalah layanan yang menawarkan pengiriman barang sampai diesok harinya, dalam waktu maksimal 24 jam barang sudah tiba ditujuaan. Namun layanan same day id express ini disayangkan tidak bisa digunakan karena hanya bisa digunakan untuk wilayah jabodetabek saja.
3. Layanan IDlite adalah layanan yang menawarkan harga cukup murah Rp. 6000 saja dengan maksimal 500 gram barang atau paket akan tiba sampai ketangan penerimanya. Sama dengan Same Day, untuk saat ini baru bisa dilayani pengiriman di wilayah Jabodetabek saja.

Dari 3 jenis jasa pelayanan diatas hanya layanan reguler yang digunakan oleh Id Express Padang Luar, Agam. Layangan Same Day dan Layangan Idlite belum bisa dioperasikan karena digunakan untuk wilayah Jabodetabek saja belum ke wilayah lain.

Tabel 1.4
Data awalJumlah Pengiriman Paket Bulan Mei 2021sampai Mei 2022

No	Bulan	Tujuan	Jumlah Pengiriman	Jumlah Seluruh Pengiriman	Kenaikan %	Penurunan%
1	Mei	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	2.927 266 812 776 204 542	5.527	-	-
2	Juni	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	5.435 705 1.295 1.274 521 885	10.115	4.588	83.01
3	Juli	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	5.167 825 1.384 1.473 1.020 584	10.453	338	334
4	Agustus	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	1.927 682 831 1.107 872 679	6.098	(4355)	(41.66)
5	September	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	2.145 652 1.246 1.145 855 984	7.027	929	15.23
6	Oktober	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4.268 841 1.325 2.586 1.285 501	10.806	3779	53.78
7	November	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4321 694 1294 2195 986 428	9.918	(888)	8.21
8	Desember	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4821 894 1294 2195 1186 515	10.905	987	9.95
9	Januari	Bukittinggi	5821	11.743	838	7.68

		Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	994 1494 2127 1052 255			
10	Februari	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4672 3386 1265 2326 522 655	12.826	1083	9.22
11	Maret	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4224 3564 1247 2438 615 855	12.943	117	0.91
12	April	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4125 2964 1847 2982 812 964	13.694	751	58
13	Mei	Bukittinggi Sungai Pua Baso Padang Panjang Matur Tilatang Kamang	4341 3574 1247 2982 784 917	13.845	151	1.1

Sumber Data Observasi Awal Jumlah Pengiriman Mei 2021 sampai Mei 2020

Dari data diatas dapat dilihat bahwa pada bulan mei sampai juli mengalami kenaikan. Bulan agustus terjadinya penurunan dan naik lagi bulan septembersampai oktober. Bulan november terjadinya penurunan lagi. Bulan desember sampai mei terjadinya kenaikan lagi. Dari jumlah transaksi diatas masih mengalami naik turun atau terjadinya fluktuasi .

Sehubungan dengan wawancara awal yang peneliti lakukan dengan koordinator Id Express yaitu Bapak Walfajri ghafiqi fitra Dari hasil yang observasi kelapangan dan wawancara ditemukan beberapa masalah belum tercapainya prinsip-prinsip pelayanan dalam islam diantaranya belum tercapainya kepuasan pelanggan dengan prinsip Ta’awun(tolong menolong), At-Taysir

(memberi kemudahan), Musawah (persamaan), Muhabbah (saling mencintai), Al-Layin (lemah lembut), Ukhuwah (kekeluargaan) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai "**(Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspekif Islam Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman (Studi Khasus ID Express Padang Lua, Agam)**

B. Identifikasi Masalah

1. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip Ta'awun (Tolong Menolong) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanankepada pelanggan.
2. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip At-Taysir (Memberi Kemudahan) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikanpelayanan kepada pelanggan.
3. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip Musawah (Persamaan) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
4. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip Muhabbah (Saling Mencintai) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
5. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip Al-Layin (Lemah Lembut) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

6. Belum tercapainya kebutuhan pelanggan dengan prinsip Ukhuwah (Kekeluargaan) yang dimiliki oleh ID Express dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan dapat mencapai apa yang diharapkan, maka penelitian ini difokuskan kepada pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman id express.

D. Rumusan masalah

Dari latar belakang masalah yang telah di uraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Seberapa besarkah terdapat pengaruh Ta'awun (tolong menolong) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.
2. Seberapa besarkah terdapat pengaruh At-Taysir(memberi kemudahan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.
3. Seberapa besarkah terdapat pengaruh memberi Musawah (persamaan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.
4. Seberapa besarkah terdapat pengaruh Muhabbah(saling mencintai) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.
5. Seberapa besarkah terdapat pengaruh Al-Layin (lemah Lembut) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.
6. Seberapa besarkah terdapat pengaruh Ukhuwah (kekeluargaan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

E. Tujuan dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diats , maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Ta'awun (tolong menolong) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?
2. Untuk mengetahui pengaruh At-Taysir (memberi kemudahan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?
3. Untuk mengetahui pengaruh Musawah (persamaan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?
4. Untuk mengetahuipengaruh Muhabbah (saling mencintai) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?
5. Untuk mengetahuipengaruh Al-Layin (lemah Lembut) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?
6. Untuk mengetahui pengaruh Ukhuwah (kekeluargaan) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman?

2. Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki beberapa manfaat untuk berbagai pihak diantaranya:

a. Bagi Penulis

Untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Islam pada UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittingi.

b. Bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pengetahuan tambahan bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

c. Bagi pembaca

Menambah khazanah keilmuan dan wawasan pengetahuan tentang prinsip ekonomi Islam.

F. Penjelasan Judul

Dalam pembahasan ini, tentu harus memberikan penjelasan pada penelitian ini untuk memperoleh suatu gambaran yang jelas untuk menghindari pengertian yang salah terhadap apa yang dimaksud dengan judul ini. Adapun judul dari penelitian ini adalah ‘PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN(Studi khasus ID Express Padang Lua, Agam)’Sebelum melangkah lebih jauh dalam pembahasan proposal ini dan menjembatani pemikiran penulis dengan pembaca agar terdapat persamaan pemahaman dalam memahami proposal ini, maka penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang akan ditemui dalam skripsi ini.

Pengaruh	:	Daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang,benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan, atau perbuatan seseorang[7]
Kualitas pelayanan	:	Cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka.[8]
Keputusan Pengunaan		Memilih salah satu diantara banyak alternatif yang ada untuk mendapatkan kemudahan dan pelayanan dengan memberikan sejumlah uang sebagai pembayaran atas jasa yang digunakan
Jasa Pengiriman	:	Suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut.

[7]DepartemenPendidikanNasional,*KamusBesarBahasa Indonesia*, (Jakarta: PusatBahasa, 2008), hal 1

[8]Fandi Tjiptono, *Manajamen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offiset, 1996), hall 51

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Maka untuk mengetahui sesuatu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya. Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosakata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Dalam perspektif TQM (*Total Quality Managament)*, kualitas dipandang secara luas, dimana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses lingkungan dan manusia.

Sebagaimana dikemukakan oleh Gotesh dan Davis bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. Meskipun kata kualitas memiliki banyak definisi yang diterima secara *universal.*[9]

[9]Fandi Tjiptono dan Anastasia Diana,*Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offse, 1996), hal 67

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat elemen sebagai berikut:

a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihkan harapan pelanggan.
b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Intinya adalah perbaikan mutu atau kualitas terus menurun, yang dalam managemen Jepang dikenal sebagai *KAIZEN* yang berarti *unending improvement*, yaitu perbaikan secara continue, dalam segala kegiatan perusahaan, sehingga muncul kualitas yang makin lama semakin baik harus dapat dirasakan oleh pelanggan. Perbaikan kualitas ini harus pula dipahami oleh seluruh personil perusahaan, agar mereka tampil dengan kinerja yang prima dan gandrung pada *high quality*.[10]

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan cara mempertahankan pelanggan. Dengan adanya kualitas berarti perusahaan harus memenuhi harapan-harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka. Menurut Geoth dan Davis yang bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang

[10] Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011), hal 287

berhubungan dengan produk, jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.[11] Definisi mengenai kualitas pelayanan mungkin berbeda, namun secara khusus meliputi hal dalam menentukan apakah pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan. Pelanggan menilai kualitas pelayanan berdasarkan persepsi mereka dari hasil teknis yang diberikan yang merupakan proses dimana hasil disampaikan.

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang lain secara langsung, pelayanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis, yaitu layanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia dan layanan administrative yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi, baik itu organisasi massa atau negara.[12] Pelayanan menurut Endar Sugiarto adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, klien, tamu, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.[13]

Menurut Bilsom Simamora kata layanan lebih tepat dipakai dalam pemasaran sebab jika menggunakan kata tersebut perusahaan ditempatkan dalam posisi melayani sehingga harus peduli terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Layanan juga merupakan

---

[11] Fandi Tjiptono, *Manajamen Jasa*, (Yogyakarta: Andi Offiset, 1996), hal 51

[12] Hessel Nogi S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta: PT. Grasindo, 2005), hal 208

[13] Endar Sugiarto, *Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002) hal 36

kegiatan atau manfaat yang ditawarkan satu pihak kepada pihak lain. Pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun produk layanan bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.[14] Menurut parasuraman dkk, kualitas pelayanan adalah sebagai pedoman dasar bagi pemasaran jasa, karena ini merupakan produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja (yang berkualitas) dan kinerja juga yang akan dibeli oleh pelanggan. Oleh karena itu, kualitas kinerja pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa.[15]

Berdasarkan pengertian di atas kualitas pelayanan merupakan keselurahan berbagai ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten.

c. Faktor-faktor yang digunakan dalam mengevaluasi Kualitas Pelayanan Jasa

Menurut Zeithaml dan Bitner kualitas layanan adalah ketidak sesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen.menurut Lopiyoadi dan Hamdani terdapat beberapa dimensi atau atribut yang perlu diperhatikan didalam kualitas pelayanan yaitu: *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty*.

---

[14] Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen,* (Jakarta : PT.Gramedia Pusataka Utama, 2003), hal 171

[15] Dr. Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal 10

a) Berwujud (tangible) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan andalan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.[16]

b) Keandalan (reliability) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepayan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

c) Ketanggapan (responsiveness) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsive) dan tepat kepada pelanggan, dengan memyampaikan informasi yang jelas.

d) Jaminan dan kepastian (assurance) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa

[16]Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal 63-64

komponen antara lain komunkasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

e) Empati (emphaty) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan.

B. Teori Pelayanan dalam Islam

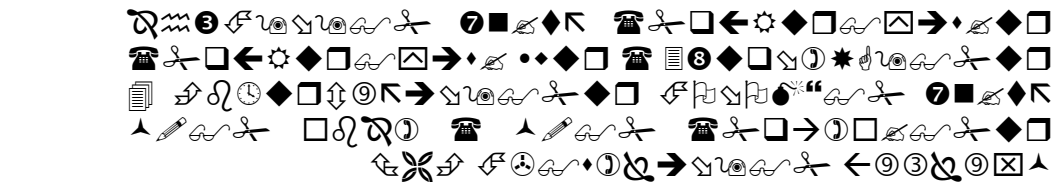
Menurut ensiklopedi Islam, pelayananan adalah suatu keharusan yangpengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah. Agar suatu pelayanan yangada di perusahaan jasa harus lebih terarah maka semua pihak harusmempunyai pedoman dan prinsip-prinsip yang dituangkan dalam ajaranIslam. Dimana Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuaidengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum

(Muhammad, 2013). Adapun konsep pelayanan dalam Islam adalah sebagai berikut (Fadla, 2016):[17]

1. Prinsip Tolong Menolong (Ta'awun). Qutub (1992) mengemukakan bahwa memberikan pelayanan terbaik terhadap sesama umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang melakukannya.

[17]*Nurhadi, Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.2 No 2 hal 144*

Sebagaimana dijelaskan dalam ayat al-Qur’an:

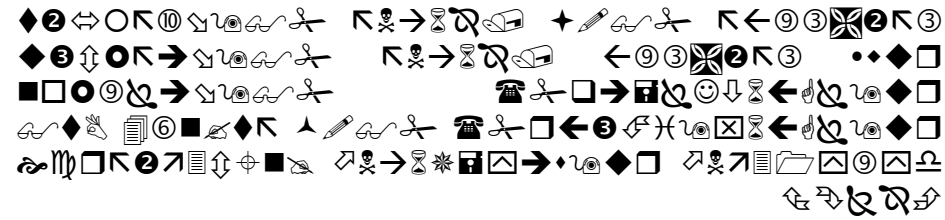


Artinya: Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya.(Q.S Al- Maidah (5):2)

Dalam sebuah hadist dikatakan bahwa: “Orang yang menunjukkan (sesama) kepada kebaikan, ia bagaikan mengerjakannya” (HR. Muslim). Maksud hadist di atas adalah diibaratkan orang berilmu membantu orang lain dengan ilmunya, orang kaya membantu dengan kekayaannya. Dan hendaknya kaum muslimin menjadi satu tangan dalam membantu orang yang membutuhkan. Jadi, seorang mukmin setelah mengerjakan suatu amal shalih, berkewajiban membantu orang laindengan ucapan atau tindakan yang memacu semangat orang lain untuk beramal (Rahman, 2010).

2. Prinsip Memberi Kemudahan (At-Taysir). Menyadari tabiat manusia yang tidak menyukai beban yang membatasi kemerdekaannya, maka Allah swt menurunkan syari’at islam untuk memelihara dan mengusahakan agar ketentuan yang dibebankan pada manusia dapat dengan mudah dilaksanakan serta dapat menghilangkan kesulitan dan kesempitan adalah menghilangkan hal-hal yang menyulitkan (masyaqah) masyarakat yang berlebih-lebihan, dan dapat menghabiskan daya manusia dalam melaksanakannya (Khatimah, 2011). Meskipun

demikian tidaklah berarti bahwa syariah islam menghilangkan sama sekali kesulitan yang mungkin di alami oleh manusia dalam kehidupannya. Hanya saja diharapkan ketentuan yang terdapat dalam syariat islam dapat mengurangi kesulitan bagi manusia. Hal ini sesuai dalam firman Allah SWTdalam surat Al-Baqarah:185 yaitu:

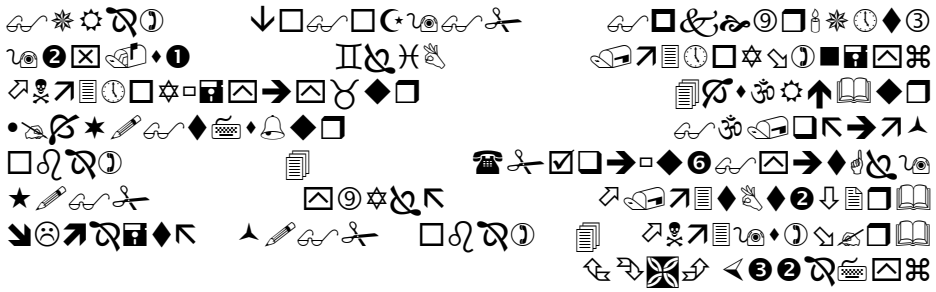


Artinya: Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur. (Q.S Al-Baqarah (2):185)

Sebagaimana sebuah hadist dari Anas bin Mali Ra, ia berkata: Rasulullah saw bersabda yang berbunyi: “Permudahlah dan jangan persulit, berilah buatlah mereka gembira dan jangan buat mereka lari”. (Muttafaq ‘Alaih) (Ahmad, 2016).

3. Prinsip Persamaan (Musawah). Manusia semuanya adalah sama, dari asal kejadian yang sama yaitu dari tanah dan dari diri yang satu yakni Adam yang diciptakan dari tanah. Karena itu tidak ada kelebihan individu satu dengan yang lainnya, karena asal-usul semua manusia adalah sama. Dalam Islam hanya dikenal 2 golongan manusia, yaitu: 1).Mereka yang berbuat bagus, bertaqwa dan mulia disisi Allah. 2). Orang-orang durhaka (Fajir), celaka dan hina disisi Allah (Fadla, 2016). Seperti yang dikatakan dalam sebuah hadist ketika Rasulullah saw

berkhutbah pada hari kemenangan Mekah, Nabi bersabda: “wahai manusia!, sesungguhnya Allah sungguh-sungguh telah menghapuskan kesombongan jahiliyah dan mengagung-agungkan bapak mereka, maka manusia terbagi dua golongan: Golongan yang bagus, bertaqwa dan mulya disisi Allah, dan golongan yang fajir celaka dan hina disisi Allah. Dan manusia adalah anak turun Adam yang diciptakan dari tanah” (Termidzi, 2014). Oleh karenanya tidak layak seseorang atau satu golongan menyombongkan diri atau menghina yang lain. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur’an:



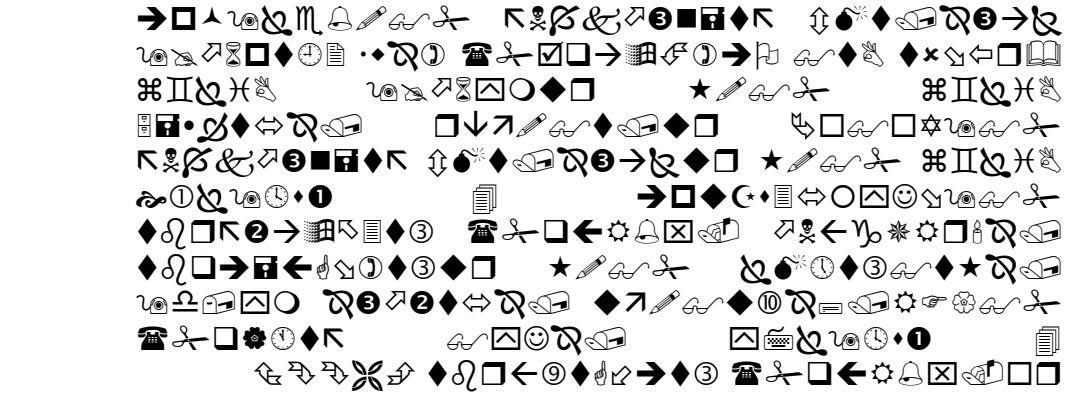
Artinya: Hai manusaia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal. (Q.S Al-Hajurat (49):13)

Dari ayat di atas sangat jelas kita ketahui bahwa kita dianjurkan Allah untuk bersosialisasi kepada masyarakat sekeliling kita, tanpa harus membedakan bangsa, agama, suku ataupun dari golongan mana individu tersebut berasal (Nasution & Effendi, 2010).[18]

4. Prinsip Saling Mencintai (Muhabbah). Rasa saling mencintai yaitu mencintai saudara sendiri seperti mencintai diri sendiri, dimana seorang

[18]*Nurhadi, Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol.2 No 2 hal 145*

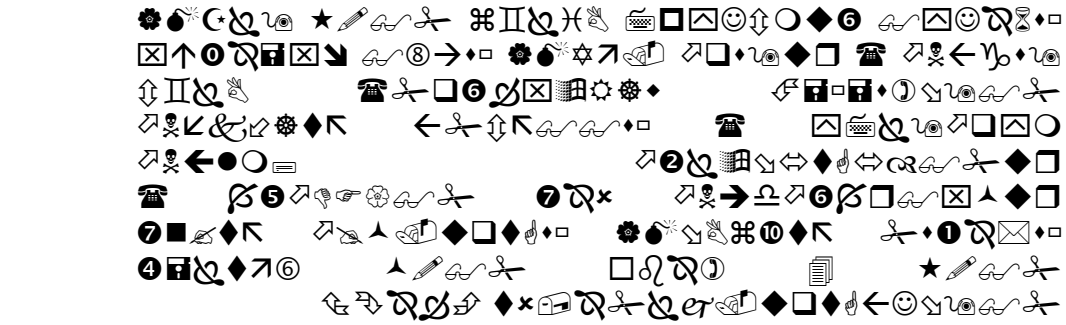
karyawan memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan memperlakukan pelanggan itu dengan baik seperti memperlakukan dirinya sendiri. Sebagaimana telah dijelaskan dalam Al-Qur'an yang berbunyi:



Artinya: Mereka diliputi kehinaan di mana saja mereka berada, kecuali jika mereka berpegang kepada tali (agama) Allah dan tali (perjanjian) dengan manusia dan mereka kembali mendapat kemurkaan dari Allah dan mereka diliputi kerendahan. yang demikian itu karena mereka kafir kepada ayat-ayat Allah dan membunuh Para Nabi tanpa alasan yang benar. yang demikian itu disebabkan mereka durhaka dan melampaui batas. (QS. Ali-Imran:112)

Dan juga dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik Ra: "Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri. (HR. Bukhori). Inti hadits ini adalah "perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri sendiri" (Utsman, 2016).

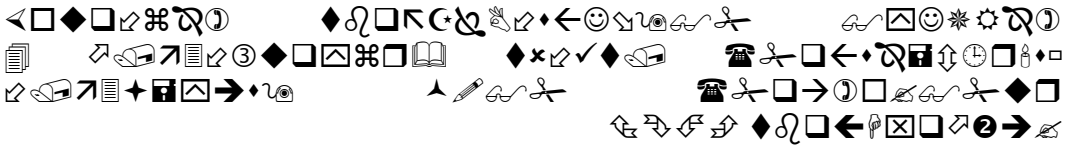
5. Prinsip Lemah Lembut (Al-Layin). Sebagaimana sebuah hadist yang diriwayatkan Muslim dari Jabir bin Abdullah bahwa Nabi bersabda: "Barang siapa yang tidak memiliki sifat lembut, maka tidak akanpernah mendapatkan kebaikan" (Al-Badr, 2014). Untuk berlaku lemah lembut juga telah dijelaskan dalam Al-Qur'an dalam QS. Ali Imron:159 yang berbunyi:



Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Yang dimaksud dengan bersikap keras disini adalah bertutur kata kasar (Katsir, 2012: 233). Al-Hasan mengatakan, "Berlaku lemah lembut inilah akhlaq Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam yang dimana beliau diutus dengan membawa akhlaq yang mulia ini" (Katsir, 2012).

6. Prinsip Kekeluargaan (ukhuwah). Ukhuwah yang secara jelas dinyatakan dalam al-Qur'an adalah persaudaraan seagama dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama. Ini tercermin jelas dalam ayat al-Qur'an surat Al-Hujurat:10 yang berbunyi:



Artinya: Orang-orang beriman itu Sesungguhnya bersaudara. sebab itu damaikanlah (perbaikilah hubungan) antara kedua saudaramu itu dan takutlah terhadap Allah, supaya kamu mendapat rahmat.(QS. Al-Hujurat:10)

Secara majasi kata ukhuwah (persaudaraan) mencakup persamaan salah satu unsur seperti suku, agama, profesi, dan perasaan. Sehingga

dalam al-Qur'an dijelaskan bahwa ukhuwah adalah persaudaraan seagama islam, dan persaudaraan yang jalinannya bukan karena agama (Shihab, 2015). Di sebuah hadist juga disebutkan: "Seorang muslim adalah saudara orang muslim lainnya. Ia tidak boleh menzhalimi dan tidak boleh membiarkannya di ganggu orang lain (bahkan ia wajib menolong dan membelanya)" (Soetari, 2013).

Menurut Fadla (2016) Islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang mempunyai niat yang baik. Adapun pelayanan yang mempunyai niat yang baik menurut Islam yaitu:

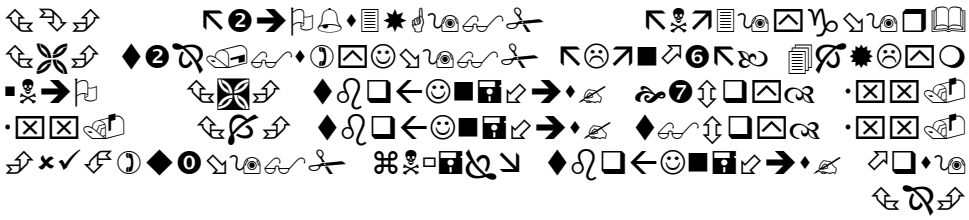
1. Pelayanan diberikan sesuai harapan pelanggan dengan kepuasan secara maksimum.
2. Terjadinya suatu kesulitan dalam memberikan pelayanan tetapi konsumen tidak mengetahuinya.
3. Terjadinya kesalahan pemberian pelayanan pelanggan mengelak merasa tidak puas terhadap hasil kerja pelaksana petugas pelayanan.

C. Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam

Adiwarman Karim menjelaskan perbedaan ekonomi islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas versus keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya. Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing.

Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan.[19]

Sedangkan dalam ekonomi Islam, keputusan pilihan tidak dapat dilakukan semunya, semua perilaku harus dipandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan Hadits. Fasilitas dalam islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5, yaitu:[20]



Artinya: 1. Bermegah-megahan telah melalaikan kamu.. 2. Sampai kamu masuk ke dalam kubur. 3. Janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), 4. Dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. 5. Janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin. (QS. At-Takaatsur:1-5)

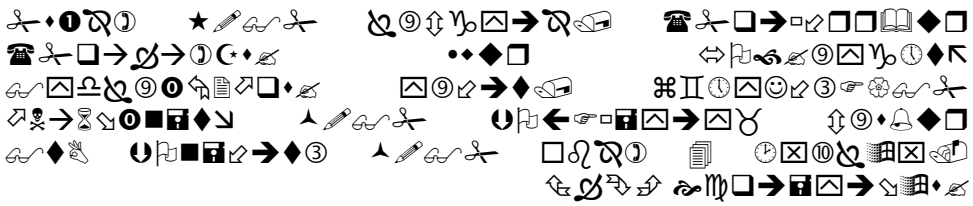
Surat ini menjelaskan tentang orang-orang yang lalai dari beribadah kepada Allah. Padahal ibadah itulah tujuan diciptakannya manusia. Yang dimaksud di sini adalah beribadah kepada Allah semata dan meninggalkan ibadah kepada selain Allah, mengenal-Nya dan mendahulukan cinta Allah dari lainnya.

---

[19]Adiwarman Karim, *Bank Islam (Analisis Fiqh dan Keuangan)*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), hal 49

[20] Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an danTerjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005), hal 601

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semu tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan terpercaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yangtelah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al Qur'an surat An-Nahlayat 91, yaitu:[21]



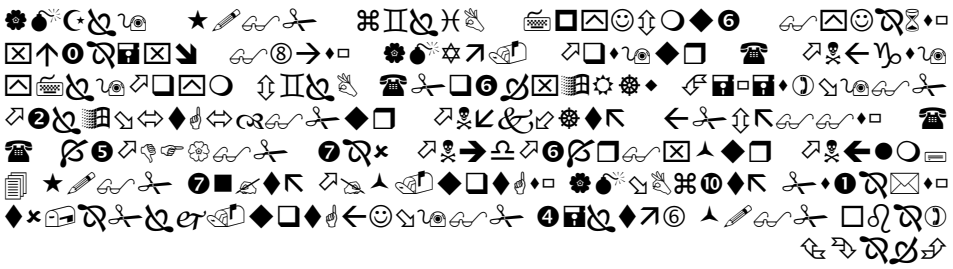
Artinya: Dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat (QS. An. Nahl:91)

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidaksesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yangditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan pelanggan. Pelanggan lebih loyal pada perusahaan yangselalu menepati janji dari pada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan. Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari

[21] Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, *Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an danTerjemahannya,* (Bandung: CV Penerbit J-ART, 2005), hal 278

responsiveness (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan danmemberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.Memberikan pelayanan dengaan cepat dan tepat menunjukkanpelaku bisnis yang profesional.

Adiwarman karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses-gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Qur'an Surat Ali Imran ayat 159 :[22]



Artinya: maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka . sekiranya kamu bersikap bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu karena kaena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi meraka dan bemusyawarah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya. (QS. Ali-Imran:159)

Menurut Ibn Katsir didalam tafsirnya al-Qur'an al-Azhim, sikap lemah lembut yang dimiliki oleh nabi Muhammad SAW itu tiada lain disebabkan karena rahmat Allah yang dianugrahkan kepadanya, sehingga beliau bersikap lemah lembut terhadap mereka. Demikian juga Al-Hasan Al-Basri mengatakan bahwa begitulah akhlak nabi Muhammad SAW yang diutus oleh Allah. Kemudian ayat selanjutnya mengatakan. "Dan jikalau kamu bersikap keras dan berhati kasar tentulah mereka akan menjauh

[22] Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta : Bintang Indonesia, 2011), hal 71

darimu". Artinya adalah sekiranya kamu kasar dalam bertutur kata dan berkeras hati dalam menghadapi mereka, niscaya mereka bubar darimu dan menjauhimu.

Akan tetapi Allah menghimpun mereka disekelilingmu dan membuat hatimu lemah lembut terhadap mereka sehingga mereka manyukaimu. Kemudian disini Rasulullah selalu bermusyawarah dengan mereka apabila menghadapi suatu masalah untuk mengenakkan hati mereka, agar menjadi pendorong bagi mereka untuk melakukannya. Terutama dalam hal peperangan baik itu perang badar, uhud, khandak Dan lain-lain yang mana beliau selalu bermusyawarah ketika hendak mulai peperangan seperti mengatur strategi perang,dll. Sehingga ketika kamu telah mendapatkan hasil, maka bertawakallah kepada Allah, sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakkal.[23]

D. Keputusan Pembelian

a. Pengertian Keputusan Pembelian

Kehidupan manusia tidak lepas dari melakukan jual beli. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian terlebih dahulu terhadap suatu produk. Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual.

[23]Ibn katsir, *Tafsir al-Qur'an al-'Azhim*, juz 4, hal.245-252

Menurut Peter dan Olson (2013:163), keputusan pembelian adalah proses integresi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu di antaranya.

Schiffman dan Kanuk (2008:485) mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, dengan perkataan lain, pilihan alternatif harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. Sebaliknya, jika konsumen tersebut tidak mempunyai alternatif untuk memilih dan benar-benar terpaksa melakukan pembelian tertentu dan tindakan tertentu, maka keadaan tersebut bukan merupakan suatu keputusan.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat terjadi apabila konsumen sudah mendapatkan layanan dari pemberian jasa dan setelah itu konsumen merasakan adanya kepuasan dan ketidakpuasan, maka dari itu konsep keputusan pembelian tidak lepas dari konsep kepuasan konsumen.[24]

b. Proses keputusan Pembelian

Proses keputusan pembelian konsumen yang dikemukakan Kotler (2009:204) terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa proses membeli yang dilakukan

[24]Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal 70-71

olehkonsumen dimulai jauh sebelum tindakan membelidilakukan serta mempunyai konsekuensi setelah pembeliantersebut dilakukan.

a) Pengenalan Kebutuhan

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenalisebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebutdapat dicetuskan oleh rangsangan internal ataueksternal. Pemasar perlu mengidentifikasi keadaanyang memicu kebutuhan tertentu.

b) Pencarian Informasi

Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Sumber informasi konsumen digolongkan ke dalam empat kelompok:

1) Sumber pribadi: keluarga, teman, tetangga, kenalan.
2) Sumber komersial: iklan, wiraniaga, penyalur, kemasan, pajangan di toko.
3) Sumber publik: media massa, organisasi penentu peringkat konsumen.
4) Sumber pengalaman: penanganan, pengkajian dan pemakaian produk.

c. Evaluasi Alternatif

Dalam tahap evaluasi, konsumen membentukpreferensi atas merek-merek dalam kumpulan pilihan.Konsumen juga mungkin membentuk niat untukmembeli produk yang paling disukai.

d. Keputusan Pembelian

Dalam melaksanakan niat pembelian, konsumen dapatmembuat lima sub keputusan pembelian, yaitukeputusan merek, keputusan pemasok.

e. Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalamilevel kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Tugaspemasar tidak berakhir saat produk dibeli, melainkanberlanjut hingga periode pasca pembelian.

1) Kepuasan Pasca Pembelian

Kepuasan pembeli merupakan fungsi dariseberapa dekat harapan pembeli atas suatuproduk dengan kinerja yang dirasakan pembeliatas produk tersebut. Jika kinerja produk lebihrendah dari harapan pelanggan akan kecewa, jikaternyata sesuai harapan pelanggan akan puas,jika melebihi harapan pembeli akan sangat puas.

2) Tindakan Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidak puasan konsumen akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, maka ia

akan memperlihatkan kemungkinan yang lebih tinggi untuk membeli produk tersebut.[25]

c. Indikator Keputusan Pembelian

Dimensi dan indikator keputusan pembelian menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono(2012:184) menjelaskannya bahwa keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk meliputi lima sub keputusan sebagai berikut:

1. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatuproduk, keberagaman varian produk dan kualitasproduk.

2. Pilihan merek

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merek.

3. Pilihan penyalur

[25]Meithiana Indrasari, *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hal 72-73

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya: kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

4. Waktu pembelian.

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya : ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.

5. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

E. Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Islam

Keputusan pembelian menurut Nugroho adalah proses pengintegraisan yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang pada surat *An-Nisa'*:4 ayat 29 yang berbunyi:



✶✐ ☎✂❑➔❒✉➔⍂♌❒✍ •☒♦▫ ☎ ⬀☠⬈▤⍋➿ ✍❁🕭⍂♏➏
⍃⌘⌘⬀ ✍♍❑←☺■❒⬃➔♦✍ ⬀☠⬅☞☼❒🕮◆❒ ✂✡⑩✂⍂⑨☼❒🕮

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.[26]

a. Mashlahah dalam Perilaku Konsumen Islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahterannya. Pola konsumsi pada masa kini lebih menekankan aspek pemenuhan keinginan material dari pada aspek kebutuhan yang lain.Perilaku konsumsi Islami berdasarkan tuntutan Al-Qur'an dan hadisperlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan yang mengintegrasikan keyakinan kepada kebenaran yang melampau irasionalitas manusia yang sangat terbatas ini.

Akibat dari rasionalitas konsumsi yang lebih mendukung individualisme dan *Self interest,* maka keseimbangan umum tidak dicapai. Yang terjadi adalah munculnya sebagai ketimpangan dalamberbagai persoalan sosial ekonomi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan atau keinginan adalah tujuan dari aktifitas ekonomi Islam,dan usaha pencapaian itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama(*mashlahah).*[27]

b. Kebutuhan dan Keinginan

---

[26] Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya,* (Jakarta: CV asy-syifa, 1998), hal 83

[27] Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam,* (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1,Cet ke-3, hal 61-63

Imam Al-Ghazali telah membedakan dengan jelas antara keinginan(syahwat) dan kebutuhan (hajat). Kebutuhan adalah keinginan manusiauntuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Lebih jauh Imam Al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dansteril. Konsumsi dilakukan rangka beribadah kepada Allah. Pandangan initentu sangat berbeda dari dimensi yang melekat pada konsumsi konvensional. Pandangan konvensional yang materialitas melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga, barang,pendapatan dan lain-lain tanpa memperdulikan pada dimensi spiritual karena hal itu di anggapnya berada diluar wilayah otoritas ilmu ekonomi.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan.Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan sesorang yang jika dipenuhi tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahan untuk mengonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan.

Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu *mampu* menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan*mudharat*.[28]

F. Jasa Pengiriman

a. Pengertian Jasa Pengiriman

Jasa pengiriman barang merupakan suatu bentuk pelayanan publik yang menawarkan kemudahan dalam proses mengirim suatu barang dari satu kota ke kota lainnya dengan aman dan dapat dipertanggung jawabkan oleh pihak jasa tersebut. Pengiriman barang dapat berupa dokumen, logistik, produk elektronik dan lainlain. Alat transportasi yang digunakan untuk mengirim barang dapat melalui jalur darat, laut maupun udara. Jarak menjadi bagian penting untuk menentukan alat transportasi apa yang akan digunakan untuk mengangkut barang-barang kiriman tersebut.

b. Karakteristik Pelayanan Jasa

Jasa adalah sesuatu yang diberikan satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan terjadinya perpindahan kepemilikan. Stanton mengatakan bahwa "*Service are identifiable, intangible activities that are main object of transaction designed to provide want-satisfaction to costumer".*[29]

Menurut Kotler, jasa memiliki 4 ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu :

b. Tidak Berwujud (Intangibility)

---

[28]Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam,* (Jakarta: Kencana, 2010), ed-1,Cet ke-3, hal 70

[29] Muhammad Adam, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Bandung : Alfabeta, 2015) ha 10-11

Jasa mempunyai sifat tak berwujud, karena tidak bisa di lihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Untuk mengurangi ketidakpastian, pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat (*Place*), manusia (*People*), Peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), simbol-simbol (*symbols*), dan harga (*price*) yang mereka lihat.

c. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa-jasa umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Jika jasa diberikan oleh seseorang, maka orang tersebut merupakan bagian dari jasa tersebut. *Client* juga hadir pada saat jasa diberikan, interaksi penyedia *client* merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa tersebut.

d. Beraneka Ragam (*Variability*)

Jasa itu sangat beraneka ragam, karena tergantung kepada yang menyediakannya dan kapan serta dimana disediakan. Sering kali pembeli jasa menyadari akan keanekaragaman ini dan membicarakannya dengan yang lain seelum memilih seorang penyedia jasa.

e. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa-jasa tidak dapat disimpan. Keadaan tidak tahan dari jasa-jasa bukanlah masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan

terhadapnya berfluktuasi maka perusahaan jasa menghadapi masalah yang sulit.

c. Pemasaran jasa

Penawaran suatu barang kepada pasar biasanya mencakup beberapa jenis jasa. Komponen jasa merupakan bagian kecil ataupun bagian utama dan keseluruhan penawaran tersebut. Suatu penawaran dapat bervariasi dari dua kutub yaitu berupa barang pada suatu sisi dan jasa murni lainnya. Berdasarkan kriteria ini penawaran suatu perusahaan dibedakan menjadi lima kategori, yaitu sebagai berikut:

a) Produksi fisik murni.
b) Produksi fisik dengan jasa pendukung.
c) Hybrid.
d) Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor.
e) Jasa murni.

G. Kajian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian ini, maka terlebih dahulu melihat dan memahami penelitian terdahulu yang relevan. Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan, berikut ini dijelaskan beberapa penelitian terdahulu diantaranya:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan nurlina, Milasari (2020) memalui jurnal dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan penggunaan di J&T Express surabaya. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Indah Shoifuro (2020) jurnal yang judul kualitas pelayan islami terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan biro perjalan haji dan umroh surabaya. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayan islami pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan islam terhadap jasa penggunaan.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Soelistio (2017) memalui jurnal dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan penggunaan di J&T Express surabaya. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.
4. Berdasarkan penelitian yang dilakukan rahayu (2019) memalui jurnal dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan harga, lokasi terhadap

keputusan penggunaan di PT Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa . Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan, harga, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pennggunaan serta menggunakan data parsial dan simultan. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.

5. Berdasarkan penelitian yang dilakukan nurlina, Wibowo (2018) memalui jurnal dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap keputusan penggunaan di JNE Express Surakarta. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan secara persial. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.
6. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Yuly Merta Agustin (2018) memalui jurnal dengan judul pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan di Ninja Express Express lampung. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa kualitas pelayanan positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan menggunakan data secara persier dan simultan. Persamaan dengan penelitian ini sama-sama membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan.

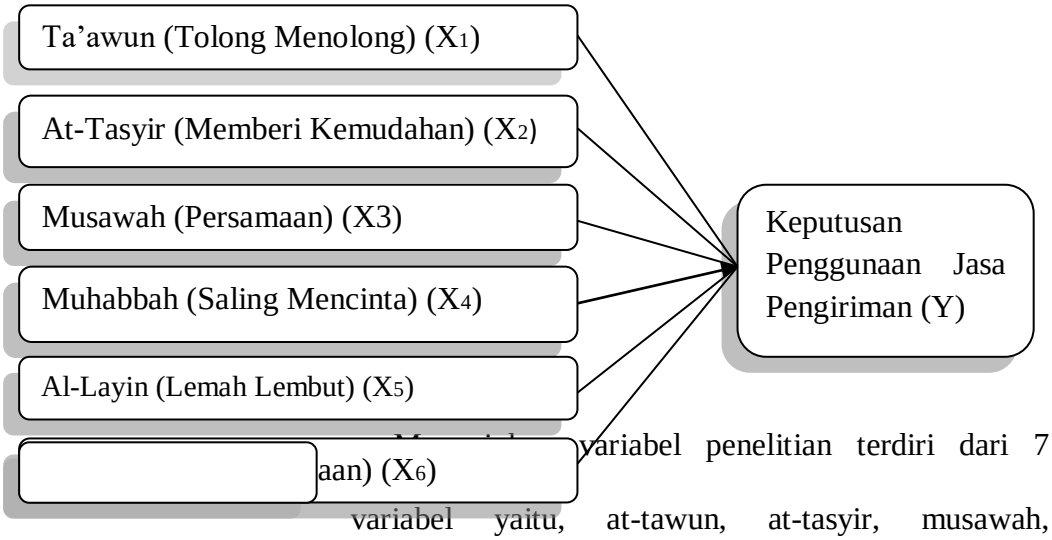
H. Kerangka Pemikiran

Kerangka berfikir merupakan model konspetual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai

masalah yang penting. Untuk melihat Pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman dapat dijelaskan sebagaimana gambar berikut, dimana variabel ;

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



variabel penelitian terdiri dari 7 variabel yaitu, at-tawun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin, ukhuwah dan keputusan penggunaan jasa pengiriman.

⟶ = Menunjukan pengaruh at-tawun, at-tasyir, musawah, muhabbah, al-layin, dan ukhuwah terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Kerangka pemikiran di atas dapat menjelaskan bahwa dimana pengaruh kualitas pelayanandalam islam merupakan faktor yang berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman ID Express Padang Lua, Agam.

I. Hipotesis

Dari kerangka pemikiran di atas, maka dapat dilakukan hipotesis sebagai berikut:

1) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *Ta'awun*terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_1 : Terdapat pengaruh *Ta'awun* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

2) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *At-Tasyir* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_2 : Terdapat pengaruh *At-Tasyir* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

3) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *Musawah* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_3 : Terdapat pengaruh *Musawah* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

4) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *Muhabbah* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_4 : Terdapat pengaruh *Muhabbah* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

5) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *AL-Layin* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_5 : Terdapat pengaruh *Al-Layin* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

6) Ho : Tidak terdapat Pengaruh *Ukhuwah* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

   Ha_6 : Terdapat pengaruh *Ukhuwah* tehadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Pendekatan Penelitian

Adapun jenis penellitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang menggunakan alat analisis bersifat kuantitatif, dimana hasil analisis disajikan dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam bentuk uraian. Dalam melakukan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan instrumen berupa survay. Metode kuantitatif yaitu penelitian yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya dengan menggunakan metode statistik.[30]

B. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih sebagai tempat penelitian adalah di ID Express Agen Agam yang berlokasi Padang Lua, Banuhampu, Agam, Sumatera Barat. Penelitian dimulai bulan Oktober 2021 sampai selesai.

[30]Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Suatu Pendekatan Praktik) : Suatu Pendekatan Praktek, (Rineka Cipta, Jakarta, 2006) hal 158

C. Jenis Dan Sumber Data

Data adalah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilakan informasi atau keterangan, baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukan fakta. Sumber data adalah subjek darimana suatu data dapat diperoleh.[31] Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

2) Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapakan secara lisan, yang dapat diperoleh secara langsung dari sumbernya ataupun lokasi objek penelitian atau keseluruhan data yang diperoleh dilapangan yang menjadi data primer dalam penelitian ini adalag hasil kuisioner yang diberikan kepada sampel didukung dengan hasil wawancara yang terdiri dari pihak terkait.

3) Data Sekunder

Data sekunder adalah data atau sejumlah keterangan yang diperoleh secara tidak langsung yang melalui perantara seperti yang diperoleh dari dokumen-dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat), yang mana data ini diperoleh dengan cara menguntip dari sumber lain, sehingga tidak bersifa authentic, karena sudah diperoleh dari tangan kedua, ketiga dan seterusnya.[32]

---

[31]Muslimin Karra, *Statistik Ekonomi*, (cet. I; Makassar: Alauddin University Press, 2013) hal 110

[32]Burhan, Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*,(Jakarta:Kencana, 2017) hal 132

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah semua nilai baik hasil perhitungan maupun pengukuran baik kuantitatif maupun kualitatif, dari pada karakteristik tentu mengenai sekelompok objek yang lengkap dan jelas.[33] Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kataeristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.[34] Jadi populasi dalam penelitian adalah pelanggan ID Express Padang Lua, Agam menyediakan jasa pengiriman.

Untuk menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus slovin yaitu sebagai berikut:

$$\text{Rumus Slovin} \quad :n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Dimana : n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Estimasi kesalahan.

$$n = \frac{160}{1+160(0{,}05)^2} = \frac{160}{1+160(0{,}0025)} = \frac{160}{1{,}4} = 114$$

Jadi jumlah sampel yang diambil sebanyak 114 responden

[33]Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, (Bandung, Alfabeta, cetakan ke16, 2013, hal 142

[34]Sayuti Una (Editor), *Pedoman Penulis Skripsi: Edisi Revisi*, (Jambi: Syariah Press, 2012) hal 252

E. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini mengunakan dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1) Variabel Terikat (variabel dependen)

   Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya varaibel bebas. Dalam penelitian ini ada satu variabel terikat yang digunakan yaitu Jasa Pengiriman (Y). Data diambil dari informan yaitu Pelanggan yang menggunakan jasa penggiriman melalui ID Express Padang Lua, Agam.

2) Variabel Bebas (Variabel Independen)

   Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan

   Kualitas Pelayanan dalam islam (X) yaitu kualitas pelayanan yang pengaruhi keputusan pelanggan menggunakan jasa pengiriman. Indikator-indikator yang membentuknya. Definisi operasional dapat dilihat dalam tabel berikut :

Tabel 3.1

Defenisi Operasional Variabel

NO	Variabel	Definisi Variabel	Indikator Variabel
1	Kualitas Pelayanan dalam islam (X)	perbandingan antara persepsi konsumen atas pelayanan yang mereka dapatkan dengan layanan yang sesungguhnya, yang mereka harapkan dan inginkan.	1. Ta'awun (tolong menolong) - Empati -Rela Berkorban 2. At-Tasyir (memberi kemudahan) -Berpengetahuan Luas -Cepat Tanggap 3.Musawah (persamaan) -Tidak Sombong -Tidak Egois -Saling Menghargai 4. Muhabbah (saling mencintai) -Saling Menghormati -Patuh -Beretika 5. Al-Layin (lemah lembut) -Sopan -Santun -Sabar 6. Ukhuwah (kekeluargaan) -Lemah Lembut -Musyawarah -Toleransi
2	Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman(Y)	Segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.	-Biaya -Promosi -Kualitas -Jangka Waktu -Lokasi

F. Teknik Pengumpulan Data

1) Kuesioner

Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.[35]

2) Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarrti mengumpulkan data langsung dari lapangan.dalam menggunakan metode observasi cara yang paling efektif adalah melengkapinya dengan format atau blangko pengamatan sebagai instrumen.[36]

3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode suatu metode pengumpulan data yang mengandung keterangan dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih actual dan sesuai dengan masalah penelitian dokumen, dan sebagainya.Yang dimaksud dengan metode dokumentasi adalah metode pengumpulan dan pencarian data mengenai hal-hal yang berupa catatan, buku-buku, majalah.

---

[35]Nur Asmawi dan Musyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, UIN-Malang:UIN Malang Press,2009) hal 194

[36] Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian,* (Sleman : Literasi Media Publishing, 2015) hal 77

4) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah mengumpulkan data serta informasi melalui telaah aneka macam literatur yang relavan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada pada skripsi ini yang dapat diperoleh dari buku-buku, jurnal dan lain-lain.[37]

G. Teknik Analisis Data

Skala yang dipakai untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan adalah skala likert yang terdiri dari: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, sangat tidak baik. Kelima penilaian berikut diberi bobot sebagai berikut:

Tabel 3.2

Pengukuran skala Likert

Penilaian	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

[37]Mundir, *metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jember:STAIN Jember Press,2013) hal 133

1. Uji Deskriptif

Yaitu metode yang dilakukan untuk menafsirkan data-data dan keterangan yang diperoleh dengan cara mengumpulkan, menyusun, dan mengklasifikasikan data-data yang diperoleh yang selanjutnya dianalisis sehingga diperoleh gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Ilmu statistik ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan bagaimana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam penelitian ini, analisis deskrptif menjelaskan mengenai karakteristik responden yang digunakan.

2. Uji Kualitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dengan reliabilitas alat ukur itu sendiri. Ini artinya bahwa alat ukur harus lah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut yang digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang diinginkan peneliti, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya dengan bantuan SPSS. Untuk mengetahui penelitian valid atau tidak.

Menurut Duwi, uji validitas item digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur,

atau bisa dilakukan penilaian langsung dengan metode korelasi person atau metode *corrected item total coralation.*[38]

Metode uji validitas ini dengan cara mengkolerasikan masing-masing skor item dengan skor total item. Skor total item dengan penjumlahan dari keseluruhan item. Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan menggunakan *SPSS Statistic* dengan kriteria berikut:

Jika r hitung > r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Jika r hitung < r tabel, maka pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Duwi, reliabilitas merupakan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.[39]

Penguji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS Statistics. Butir pertanyaan sudah dinyatakan valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitasnya dengan kriteria sebagai berikut:

[38] Duwi Prayatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat,* (Yogyakarta: Medikom, 2011), hal 24

[39] Duwi Prayatno, *SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat,* (Yogyakarta: Medikom, 2011), hal 26

Jika r alpha > r tabel, maka pertanyaan reliable

Jika r alpha < r tabel, maka pertanyaan tidak reliabel

Reabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diproleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliable. Uji reliabelitas ini sangat tergantung pada kesungguhan konsumen dalam menjawab semua item pertanyaan penelitian. Standar Cronbach's Alpha > 0,6 maka dinyatakan reliabel.

3. Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji suatu model yang termasuk layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas.[40]

Sebelum melakukan analisis regresi, agar dapat perkiraan yang efisien dan tidak bisa, maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi, yaitu:

a. Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang

[40]Ridwan, *Rumus dan Data dalam Analisis Statistik*, (Bandung : Alfabeta, 2007), hal 54

baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisa grafik normal P-P *plot of regression standardized residual.* Deteksinya dengan melihatpenyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Dasar pengambilan keputusan dari analisa grafik tersebut adalah:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikoliniaritas

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Serta menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas dapat diketahui *variance inflation faktor* (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas adalah sebagai berikut:

- Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1. Jika nilai VIF lebih dari 10, maka kesimpulannya data tersebut memiliki multikolinieritas. Apabila nilai VIF dibawah 10, maka kesimpulannya data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.

- Rumus: VIF = 1/1 – R2

- Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1. Apabila nilai tolerance lebih besar dari 0,01, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas. Sedangkan nilai tolerance data yang di uji lebih kecil dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendekati heteroskedastisitas adalah dengan melihat *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda yaitu untuk menganalisis seberapa besar pengaruh antara beberapa variabel independen. Dalam penelitian ini menggunakan model analisis regresi linier berganda. Model ini digunakan untuk mengetahui tentang pengaruh variabel Ta’awun, (X1) At-Taysir, (X2) Musawah, (X3) Muhabbah,, (X4) Al-Layin, (X5) Ukhuwah (X6) dan kepuasan konsumen (Y).

Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut= a+b1X1+b2X2+b3X3+b4X4+b5X5+b6X6+e

Keterangan:

Y : Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

X1 : Ta'awun

X2 : At-Tasyir

X3 : Musawah

X4 : Muhabbah

X5 : Al-Layin

X6 : Ukhuwah

a : Konstanta

b : Koefesien perubahan yang menunjukan angka peningkatan atau penurunan variabel independen (X1, X2,X3, X4, X5,X6) terhadap variabel dependen (Y)

e : tingkat kesalahan

H. Uji Hipotesis

1) Uji - t

Uji - t ini dilakukan secara parsial antar dua variabel bebas (Independent) terhadap variabel tak bebas (dependent) buat mengukur secara terpisah kontribusi yang didapatkan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Uji ini didapatkan dengan menggunakan alat bantu yang berupa SPSS dengan cara membandingkan antara nilai signifikan hitung dengan signifikan a=5%. Pengambilan

kesimpulannya merupakan dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai a (5%) dengan ketentuan apabila nilai sig < a maka H0 di tolak dan apabila nilai sig > a maka H0 diterima.[41]

2) Uji F

Uji F ini dilakukan agar dapat melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Uji ini dilakukan untuk membandingkan di tingkat nilai signifikansi dengan menggunakan nilai a (5%) pada taraf derajat 5%. Pengambilan kesimpulannya ialah dengan melihat nilai signifikan a (5%) dengan ketentuan bila nilai sig < a maka H0 ditolak, dan apabila nilai sig > a maka H0 diterima.[42]

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini bertujuan untuk mengukur tingkat ketepatan dari regresi berganda, yang dapat menjelaskan persentase variabel independen terhadap naik turunnya nilai variabel dependen. Nilai RSquare dikatakan baik apabila di atas 0.05

[41]Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2015), hal 303

[42]Juliyani, Pengaruh Luas Lahan , Pupuk dan Jumlah Tenaga Kerja tehadap Produksi Padi Gampong Matang Baloi, Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal Volume 01 Nomor 01 Mei 2018, hal 35

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umun Perusahaan

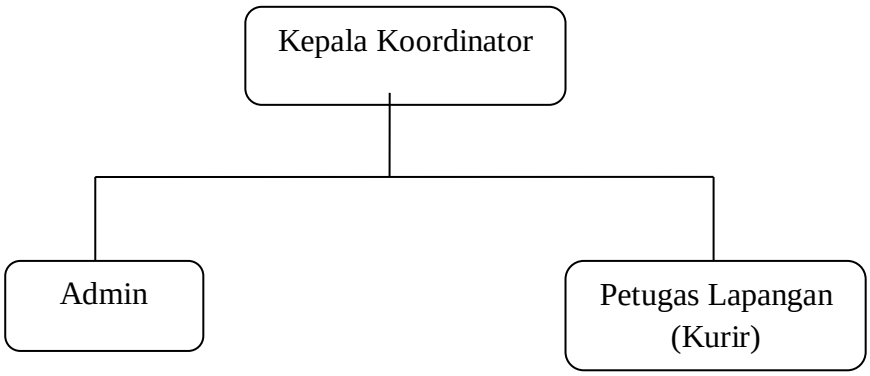
1) Sejarah ID Express

Perusahaan secara resmi berdiri pada Maret 2019 yang terdapat kantor pusatnya di Jakarta. Namun pertama kalinya melayani masyarakat dan mitra *marketplace* dalam proses pengiriman pada pertengahan tahun 2020. Saat ini ID Express Logistik Indonesia melayani pengiriman paket ke seluruh provinsi di Indonesia.

PT ID Express Logistik Indonesia merupakan perusahaan logistik yang didukung dengan teknologi berbasis perangkat lunak. ID Express yang ada di Kabupaten Agam terdapat 2 kantor yaitu *pertama* ID Express Padang Luar, *kedua* ID Express Lubuk Basung. Pada penellitian ini penulis mengambil Kantor ID Express yang ada di Padang Luar

ID Express Padang Luaberdiri pada Maret 2021. Lokasi bangunan Jl. Raya Kapas Panji No. 37, Nagari Ladang Laweh, Kec. Banuhampu Sungai Puar, Kab. Agam, Sumatera Barat. Luasnya 63 M^2 (Panjang : 14 M Dan Lebar : 4,5 M)

2) Struktur Perusahaan



Gambar 4.1

Struktur Organisasi ID Express Padang Luar, Agam

Sumber: ID Expess Padang Lua, Agam

3) Jenis jasa atau produk Id Express

a. Layanan Reguler adalah layanan ini paling banyak digunakan oleh konsumen dengan estimasi waktu paket datang hingga 5 hari kerja, selain itu harga ongkos kirinnya yang terjangkau sesuai jarak pengirimannya.

b. Layanan Same Day adalah layanan yang menawarkan pengiriman barang sampai diesok harinya, dalam waktu maksimal 24 jam barang sudah tiba ditujuaan. Namun layanan same day id express ini disayangkan tidak bisa digunakan karena hanya bisa digunakan untuk wilayah jabodetabek saja.

c. Layanan IDlite adalah layanan yang menawarkan harga cukup murah Rp. 6000 saja dengan maksimal 500 gram barang atau paket akan tiba sampai ketangan penerimanya. Sama dengan

Same Day, untuk saat ini baru bisa dilayani pengiriman di wilayah Jabodetabek saja.

4) Visi dan Misi Perusahaan

Visi:

Ingin menjadi jasa pengiriman Express berbasis teknologi terbesar di Asia Tenggara dan mereka ingin fokus sebagai patner e-commerce dan juga patner marketplace.

Misi:

- Memudahkan akses pelayanan pengiriman tanpa ada batas
- Lebih mengutamakan kecepatan , ketepatan dan keamanan teknologi terbaru yang mereka adopsi yaitu berbasis robot dan selalu berinovasi dalam penggunaan teknologi untuk mengembangkan layanan pengiriman yang terpercaya dan super handal.
- Memberikan pengalaman layanan pengiriman yang mempunyai kualitas terbaik di Indonesia dan Asia Tenggara.

B. Analisis Data Pembahasan Penelitian

1. Analisis Deskripsi Responden (Uji Deskriptif)

Analisis deskriftif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu data yang telah terkumpul.

Berdasarkan sampel penelitian ini penulis melalukan penelitian kepada pengguna jasa pengiriman ID Express. Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengelolaan data dalam bentuk kuesioner yang terdiri dari 3 pertanyaan Variabel Ta'awun (tolong menolong), 3 pertanyaan Variabel At-Tasyir (memberi kemudahan), 3 pertanyaan Variabel Musawah (persamaan), 3 pertanyaan Variabel Muhabbah (saling mencintai), 3 pertanyaan Variabel Al-Layin (lemah lembut), 3 pertanyaan Variabel Ukhuwah (kekeluargaan), 5 pertanyaan Variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman yang disebarkan kepada 114 responden dengan menggunakan Skala Likert.

Tabel 4.1

No	Pertanyaan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Pengukuran Skala Likert

No	Pertanyaan	Skor
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	KS = Kurang Setuju	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

a. Distribusi Frekuensi Responden Menurut Jenis Kelamin

Deskriptif responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Laki-laki	34	29,83%
Perempuan	80	70,17%
Jumlah	114	100%

Sumber data diolah 2022

Dari tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 34 (29,83%) orang, sedangkan perempuan berjumlah 80 (70,17%) orang. Ini dapat diartikan bahwa pelanggan jasa pengiriman id express lebih dominan berjenis kelamin perempuan.

b. Penyajian Responden Berdasarkan Usia

Deskriptif responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persentase
11 – 20	21	18,42%
21 - 30	45	39,47%
31 - 40	34	29,83%
41 - 50	14	12,28%
Jumlah	114	100%

Sumber data diolah 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden berdasarkan usia 11 – 20 tahun berjumlah 21 (18,42%) orang, usia 21 – 30 tahun berjumlah 45 (39,47%) orang, usia 31 – 40 tahun 34 (29,28%) orang, usia 41 – 50 tahun 14 (12,28%) orang. Dengan demikian tingkat usia yang paling potensial adalah usia 21 – 30 tahun.

c. Penyajian Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskriptif berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.4

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Orang	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	35	30,71%
Pegawai/Karyawan	47	41,22%
Wiraswasta	14	12,28%
Lain-lain	18	15,79%
Jumlah	114	100%

Sumber data diolah 2022

Berdasarkan data diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden pelajar/mahasiswa berjumlah 35 (30,71%) orang, pegawai/karyawan berjumlah 47 (41,22%) orang, wiraswasta berjumlah 14 (12,28%) orang, lain-lain berjumlah 18 (15,79%) orang. Dengan demikian dapat diihat bahwa pegawai/karyawan yang paling berpotensial menggunakan jasa pengiriman.

d. Penyajian Data Responden Pengguna ID Express

Deskriptif berdasarkan freuensi penggunaan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.5

Responden Berdasarkan Frekuensi Pengguna ID Express

Pengguna ID Express	Jumlah Orang	Persentase
2 -5 Kali	32	28,07%
Diatas 6 Kali	82	71,93%
Jumlah	114	100%

Sumber data diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa jumlah responden menggunakan jasa pengiriman id express 2 – 5 kali yaitu sebanyak 32 (28,07%) orang, sedangkan diatas 5 kali berjumlah

82(71,93%) orang. Hal ini menunjukan bahwa responden orang yang sudah beberapa kali menggunakan jasa pengiriman id express.

2. Analisis Deskriptif Variabel

Adapun hasil penelitian yang dilalukan degan penyebaran kuesioner kepada pelanggan ID Express Padang Lua, Agam untuk melihat persentase besarnya jawaban mayoritas dan minoritas dari responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.6
Responden terhadap Ta'awun

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	27	23,69%	64	56,14%	17	14,91%	4	3,50%	2	1,76%	114	100%
2	20	17,54%	78	68,42%	11	9,65%	5	4,39%	0	0%	114	100%
3	25	21,93%	72	63,15%	11	9,65%	5	4,39%	1	0,88%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Ta'awun* yaitu:

a) Untuk pernyataan p1"Pegawai ID Express mampu melayani pelanggan dengan cepat", mendapatkan tanggapan 27 responden (23,69%) menyatakan sangat setuju, 64 responden (56,14%) menyatakan setuju, 17 responden (14,91%) menyatakan kurang setuju, 4 responden (3,50%) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (1,76%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p2"Pegawai ID Express dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik", mendapatkan tanggapan 20 responden (17,54%) menyatakan sangat setuju, 78 responden (68,42%) menyatakan setuju, 11 responden (9,65%) menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,39%)

menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p3“Pegawai ID Express selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan”, mendapatkan tanggapan 25 responden (21,93%) menyatakan sangat setuju, 72responden (63,15%) menyatakan setuju, 11 responden (9,65%) menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,39%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.7
Responden terhadap At-Tasyir

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
4	21	18,42%	64	56,14%	22	19,30%	5	4,39%	2	1,75%	114	100%
5	12	10,53%	80	70,17%	20	17,54%	1	0,88%	1	0,88%	114	100%
6	38	33,33%	67	58,77%	5	4,39%	4	3,51%	0	0%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *At-Tasyir* yaitu:

a) Untuk pernyataan p4“Pegawai ID Express memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelangan”, mendapatkan tanggapan 21 responden (18,42%) menyatakan sangat setuju, 64 responden (56,14%) menyatakan setuju, 22 responden (19,30%) menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,39%) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (1,75%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p5“Pegawai ID Express mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan”, mendapatkan tanggapan 12 responden (10,53%) menyatakan sangat setuju, 80 responden (70,17%) menyatakan setuju, 20 responden (17,54%) menyatakan kurang setuju, 1 responden (0,88%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p6“Pengiriman paket yang dilakukan secara cepat dan tepat waktu”, mendapatkan tanggapan 38 responden (33,33%) menyatakan sangat setuju, 67 responden (58,77%) menyatakan setuju, 5 responden (4,39%) menyatakan kurang setuju, 4 responden (3,51%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.8
Responden terhadap Musawah

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
7	23	20,17%	69	60,53%	19	16,67%	3	2,63%	0	0%	114	100%
8	19	16,67%	53	46,49%	28	24,56%	10	8,77%	4	3,51%	114	100%
9	25	21,93%	63	55,26%	22	19,30%	4	3,51%	0	0%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Musawah* yaitu:

a) Untuk pernyataan p7“Pegawai ID Express perbedaan agama, suku, ras serta budaya antar pelanggan”, mendapatkan tanggapan 23 responden (20,17%) menyatakan sangat setuju, 69 responden (60,53%) menyatakan

setuju, 19 responden (16,67%) menyatakan kurang setuju, 3 responden (2,63%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p8"Pegawai ID Express menghargai dan menerima setiap kekurangan pelangan", mendapatkan tanggapan 119 responden (16,67%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (60,53%) menyatakan setuju, 28 responden (24,56%) menyatakan kurang setuju, 10 responden (8,77%) menyatakan tidak setuju dan 4 responden (3,51%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p9"Pegawai ID Express tidak merasa paling benar diantara yang lain", mendapatkan tanggapan 25 responden (21,93%) menyatakan sangat setuju, 63 responden (55,26%) menyatakan setuju, 22 responden (19,30%) menyatakan kurang setuju, 4 responden (3,51%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.9
Responden terhadap Muhabbah

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
10	22	19,30%	55	48,25%	30	26,31%	5	4,39%	2	1,75%	114	100%
11	18	15,79%	58	50,88%	31	27,19%	6	5,26%	1	0.88%	114	100%
12	15	13,16%	70	61,40%	21	18,42%	7	6,14%	1	0,88%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Muhabbah* yaitu:

a) Untuk pernyataan p10“Pegawai ID Express saling mengasihi antar pegawai maupun pelanggan”, mendapatkan tanggapan 22 responden (19,30%) menyatakan sangat setuju, 55 responden (48,25%) menyatakan setuju, 30 responden (26,31%) menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,39%) menyatakan tidak setuju dan 2 responden (1,75%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.
b) Untuk pernyataan p11“Pegawai ID Express saling menghormati antar pegawai maupun pelanggan”, mendapatkan tanggapan 18 responden (15,79%) menyatakan sangat setuju, 58 responden (50,88%) menyatakan setuju, 31 responden (27,19%) menyatakan kurang setuju, 6 responden (5,26%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.
c) Untuk pernyataan p12“Pegawai ID Express tidak membeda-bedakan pelanggan”, mendapatkan tanggapan 15 responden (13,16%) menyatakan sangat setuju, 70 responden (61,40%) menyatakan setuju, 21 responden (18,42%) menyatakan kurang setuju, 7 responden (6,14%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.10
Responden terhadap Al-Layin

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
13	38	33,33%	64	56,14%	9	7,89%	2	1,76%	1	0,88%	114	100%
14	13	11,40%	77	67,54%	18	15,79%	5	4,39%	1	0,88%	114	100%
15	23	20,18%	57	50%	27	23,68%	7	6,14%	0	0%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Al-Layin* yaitu:

a) Untuk pernyataan p13“Pegawai ID Express ramah dalam melayani pelanggan”, mendapatkan tanggapan 38 responden (33,33%) menyatakan sangat setuju, 64 responden (56,14%) menyatakan setuju, 9 responden (7,89%) menyatakan kurang setuju, 2 responden (1,76%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p14“Pegawai ID Express sabar ketika pelanggan banyak bertanya”, mendapatkan tanggapan 13 responden (11,40%) menyatakan sangat setuju, 77 responden (67,54%) menyatakan setuju, 18 responden (15,79%) menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,39%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p15“Pegawai ID Express sopan dalam bertutur kata”, mendapatkan tanggapan 23 responden (20,18%) menyatakan sangat setuju, 57 responden (50%) menyatakan setuju, 27 responden (23,68%) menyatakan kurang setuju, 7 responden (6,14%) menyatakan tidak setuju

dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.11
Responden terhadap Ukhuwah

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
16	22	19,30%	52	45,61%	31	27,20%	9	7,89%	0	0%	114	100%
17	20	17,54%	53	46,49%	31	27,20%	7	6,14%	3	2,63%	114	100%
18	20	17,54%	74	64,91%	13	11,40%	6	5,27%	1	0,88%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Ukhuwah* yaitu:

a) Untuk pernyataan p16“Pegawai ID Express membantu dan menolong pelanggan ketika ada masalah dalam pengiriman barang”, mendapatkan tanggapan 22 responden (19,30%) menyatakan sangat setuju, 52 responden (45,61%) menyatakan setuju, 31 responden (27,20%) menyatakan kurang setuju, 9 responden (7,89%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p17“Pegawai ID Express mampu menangani setiap keluhan yang ada pada pelanggan”, mendapatkan tanggapan 20 responden (17,54%) menyatakan sangat setuju, 53 responden (46,49%) menyatakan setuju, 31 responden (27,20%) menyatakan kurang setuju, 7 responden (6,14%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan

sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p18“Pegawai ID Express mempunyai hubungan yang baik kepada setiap pelanggan”, mendapatkan tanggapan 20 responden (17,54%) menyatakan sangat setuju, 74 responden (64,91%) menyatakan setuju, 13 responden (11,40%) menyatakan kurang setuju, 6 responden (5,27%) menyatakan tidak setuju dan 1 responden (0,88%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

Tabel 4.12
Responden terhadap keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

No	SS		S		KS		TS		STS		Total F	Total %
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
19	12	10,52%	59	51,76%	28	24,57%	11	9,65%	4	3,50%	114	100%
20	10	8,77%	78	68,42%	23	20,18%	3	2,63%	0	0%	114	100%
21	43	37,72%	62	54,38%	8	7,01%	1	0,88%	0	0%	114	100%
22	17	14,91%	76	66,67%	16	14,04%	5	4,38%	0	0%	114	100%
23	17	14,91%	55	48,25%	30	26,32%	12	10,52	0	0%	114	100%

Sumber: data primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui pernyataan variabel *Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman* yaitu:

a) Untuk pernyataan p19“ID Express adalah jasa pengiriman yang anda butuhkan”, mendapatkan tanggapan 12 responden (10,52%) menyatakan sangat setuju, 59 responden (51,76%) menyatakan setuju, 28 responden

(24,57%) menyatakan kurang setuju, 11 responden (9,65%) menyatakan tidak setuju dan 4 responden (3,50%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

b) Untuk pernyataan p20“Saya memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman barang dari ID Express karna harga sesuai dengan kualitas pelayanan”, mendapatkan tanggapan 10 responden (8,77%) menyatakan sangat setuju, 78 responden (68,42%) menyatakan setuju, 23 responden (20,18%) menyatakan kurang setuju, 3 responden (2,663%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

c) Untuk pernyataan p21“Saya sudah terbiasa menggunakan jasa pengiriman dari ID Express”, mendapatkan tanggapan 43 responden (37,72%) menyatakan sangat setuju, 62 responden (54,38%) menyatakan setuju, 8 responden (7,01%) menyatakan kurang setuju, 1 responden (0,88%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

d) Untuk pernyataan p22“Saya akan menggunakan jasa pengiriman dari ID Express kembali, jika saya membutuhkan kembali”, mendapatkan tanggapan 17 responden (14,91%) menyatakan sangat setuju, 76 responden (66,67%) menyatakan setuju, 16 responden (14,04%)

menyatakan kurang setuju, 5 responden (4,38%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

e) Untuk pernyataan p23“Saya memutuskan menggunakan jasa pengiriman, karena pengalaman dari teman saya yang telah menggunakan jasa ID Express”, mendapatkan tanggapan 17 responden (14,91%) menyatakan sangat setuju, 55 responden (48,25%) menyatakan setuju, 30 responden (26,32%) menyatakan kurang setuju, 12 responden (10,52%) menyatakan tidak setuju dan 0 responden (0%) menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan tersebut.

C. Uji Kualitas Data

1. Uji Validilitas

Uji validilitas dilakukan dengan membandingkan r hitung atau nilai *person correlation* dengan dengan nilai r tabel. Dengan kriteria, apabila r hitung > r tabel maka butir pertanyaan dari kuesioner dinyatakan valid. Apabila *peson correlation*< dari r tabel maka butir pernyataan dari kuesioner dinyatakan tidak valid. Pengujian dilakukan dengan menggunakan SPSS 18 dimana hasil validitas dari pernyataan dapat dilihat berdasarkan ouput *SPSS*

Tabel 4.13
Uji Validitas Variabel Ta'awun

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Ta'awun	1	0,708	0,184	Valid
	2	0,779	0,184	Valid
	3	0,676	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.13 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 1 dari variabel Ta'awun nilai r hitung > r tabel (0,708 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 2 dari variabel Ta'awun nilai r hitung > r tabel (0,779 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 3 dari variabel Ta'awun nilai r hitung > r tabel (0,676 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *Ta'awun* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.14
Uji Validitas Variabel At-Taysir

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
At-Taysir	4	0,750	0,184	Valid
	5	0,753	0,184	Valid
	6	0,516	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.14 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 4 dari variabel At-Taysir nilai r hitung > r tabel (0,750 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 5 dari variabel At-Taysir nilai r hitung > r tabel (0,753 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 6 dari variabel At-Taysir nilai r hitung > r tabel (0,516 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *At-Tasyir* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.15
Uji Validilitas Variabel Musawwah

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Musawwah	7	0,690	0,184	Valid
	8	0,811	0,184	Valid
	9	0,717	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.15 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 7 dari variabel Musawwah nilai r hitung > r tabel (0,690 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 8 dari variabel Musawwah nilai r hitung > r tabel (0,811 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 9 dari variabel Musawwah nilai r hitung > r tabel (0,717 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *Musawah* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.16

Uji Validilitas Vatiabel Mahabbah

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Musawwah	10	0,702	0,184	Valid
	11	0,767	0, 184	Valid
	12	0,663	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.16 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 10 dari variabel Mahabbah nilai r hitung > r tabel (0,702 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 11 dari variabel Mahabbah nilai r hitung > r tabel (0,767 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 12 dari variabel Mahabbah nilai r hitung > r tabel (0,663 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *Muhabbah* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.17

Uji Validilitas Vatiabel Al-Layin

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Al-Layin	13	0,519	0,184	Valid
	14	0,730	0,184	Valid
	15	0,674	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 13 dari variabel Al-Layin nilai r hitung > r tabel (0,519 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 14 dari variabel Al-Layin nilai r hitung > r tabel (0,730 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 15 dari variabel Al-Layin nilai r hitung > r tabel (0,674 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *Al-Layin* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.18
Uji Validitas Variabel Ukhuwah

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Ukhuwah	16	0,747	0,184	Valid
	17	0,789	0,184	Valid
	18	0,695	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.18 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 16 dari variabel Ukhuwah nilai r hitung > r tabel (0,747 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 17 dari variabel Ukhuwah nilai r hitung > r tabel (0,789 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 18 dari variabel Ukhuwah nilai r hitung > r tabel (0,695> 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel *Ukhuwah* memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

Tabel 4.19
Uji Validitas Variabel Keputusan penggunaan Jasa Pengiriman

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	keterangan
Keputusan Jasa Pengiriman	19	0,737	0,184	Valid
	20	0,636	0,184	Valid
	21	0,551	0,184	Valid
	22	0,637	0,184	Valid
	23	0,753	0,184	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.19 diatas maka analisis outputnya adalah sebagai berikut:

1) Pernyataan 19 dari variabel Keputusan Jasa Pengiriman nilai r hitung > r tabel (0,737 > 0,184) maka dinyatakan valid.
2) Pernyataan 20 dari variabel Keputusan Jasa Pengiriman nilai r hitung > r tabel (0,636 > 0,184) maka dinyatakan valid.
3) Pernyataan 21 dari variabel Keputusan Jasa Pengiriman nilai r hitung > r tabel (0,551 > 0,184) maka dinyatakan valid.
4) Pernyataan 22 dari variabel Keputusan Jasa Pengiriman nilai r hitung > r tabel (0,637 > 0,184) maka dinyatakan valid.
5) Pernyataan 23 dari variabel Keputusan Jasa Pengiriman nilai r hitung > r tabel (0,753 > 0,184) maka dinyatakan valid.

Kesimpulan bahwa variabel Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman memiliki kriteria valid untuk semua item pernyataan berdasarkan r hitung lebih besar dari 0,184.

2. Uji Reliabilitas

Tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas. Suatu kuesioner dinyatakan seliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas untuk variabel-variabel dalam penelitian ini menggunakan Cronbach Alpa. Adapun cara mengetahui rwliabelnya variabel-variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dibawah ini

Tabel 4.20
UjiReliabilitas

CroanbachAlpha	**TingkatReliabilitas**
0,00s.d 0,20	KurangReliabel
>0,20s.d 0,40	AgakReliabel
>0,40s.d 0,60	CukupReliabel
0,60s.d 0,80	Reliabel
0,80s.d 1	SangatReliabel

Sumber:DataPrimeryangdiolah,2018

Hasil pengujian reliabilitas untuk variabel-variabel dalam penelitian dapatdilihat pada tabel dibawah ini yang dihitung dengan menggunakan *software SPSS*

Tabel 4.21
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach Alpha	Keterangan
Ta'awun	0,783	Reliable
At-Taysir	0,753	Reliable
Musawah	0,796	Reliable
Muhabbah	0,780	Reliable
Al-Layin	0,729	Reliable
Ukhuwah	0,799	Reliable

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Dari tabel diatas disimpulkan bahwa semua data kuesioner yang diuji reliabel.

D. Uji Asumai Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Untuk mengetahui apakah data beristribusi normal maka dalam hal ini penulis menggunakan uji One – Sampel Kolmogorov – Smirnov Test, yaitu jika nilai sig ≥ 0,05, maka data normal dan apabila sig < 0,05 maka data tidak normal. Adapun hasil uji normalitas pada garfik dan tabel berikut ini:

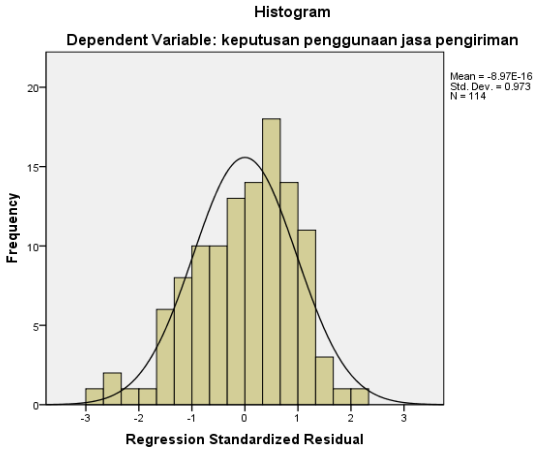
Tabel 4.22
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40043434
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.048
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.027
Asymp. Sig. (2-tailed)		.242

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

Dapat dilihat pada tabel bahwa uji One Sampel Kolmogorov – Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,242 Oleh karena itu, nilai probabilitas lebih dari 0,05 atau 0,242 > 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal. Artinya, sampel berasal dari populasi yang sama.

Gambar 4.2



Berdasarkan gambar tampilan diatas, dapat dilihat bahwa histogram yangberbentuk lonceng, grafik tersebut tidak miring kesamping kiri maupun kanan.Yangartinyaadalah databerdistribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dikatakan bebas multikolinearitas jika nilai VIF (*variance inflation faktor)* kurang dari 10 maka tidak terjadi gejala multikolinearitas diantara variabel bebas.

Tabel 4.23

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000		
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.220	.956	1.045
	at-taysir	-.196	.166	-.113	-1.181	.240	.933	1.071
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814	.973	1.028
	Mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173	.932	1.073
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.097	.871	1.147
	Ukhuwah	.065	.129	.049	.503	.616	.902	1.108

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

Sumber: Data primer yang diolah, 2022

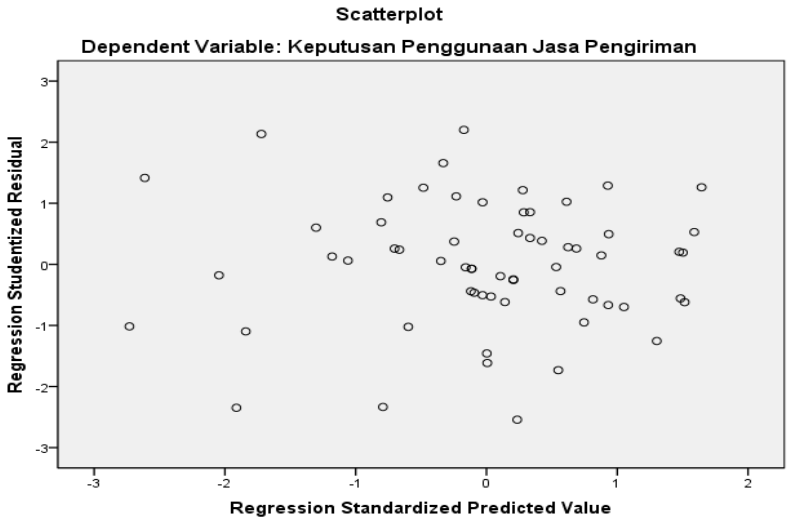
Dari tabel diketahui bahwa nilai VIF untuk ta'awun, at-taysir, musawwah, al-layin, mahabbah dan ukhuwah terlihat bahwa semua masing-masing variabel mempunyai nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance masing-masing variabel besar dari 0,1. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan atau observasi. Suatuu variabel tidak terjadi heteroskedastisitas apabila angka signifikan > 0,05 dan dilihat dari *scatter-plot,* apabila titik-titik pada

scatter-plot menyebar secara acak, baik dibagian atas angka nol ataupun dibagian bawah angka nol dari sumbu vertical atau sumbu Y, maka dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas atau disebut homokedastisitas. Adapun uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari scatterplot tersebut, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, baik di bagian atas nol atau dibagian bawah angka nol dari sumbu vertical dan sumbu Y. dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam regresi ini.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh variabel kualitas pelayanan (ta'awunn, at-taysir, musawah, al-layin, mahabbah dan ukhuwah) terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman adalah sebagi berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + b_6X_6 + e$

Dimana:

Y : Keputusan penggunaan jasa pengiriman

a : konstanta

b : Koefisien regresi dari masing-masing penelitian

X1: Ta'awun

X2: At-Taysir

X3: Musawwah

X4: Al-Layin

X5: Mahabbah

X6: ukhuwah

e : Standar error

Perhitungan dengan model regresi linear berganda ini dilakukan dengan menggunkan bantuan program SPSS 18. Adapun rangkuman hasil perhitungan linear berganda dapat ditunjukkan dalm tabel berikut:

Tabel 4.24
Hasil Analisis Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.220
	at-taysir	.196	.166	.113	1.181	.240
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814
	mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.097
	Ukhuwah	.065	.129	.049	.503	.616

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Y= 17.802 + 0.180 X1+ 0,196 X2 – 0,031 X3 – 0,188 X4 – 0,288 X5 + 0,065 X6

Berdasarkan tabel 4.24 regresi linear berganda diatas dapat diartikan dan disimpilkan keputusan sebagai berikut:

1) Konstanta positif (17,802)

   Sebelum dipengaruhi oleh variabel independen (kualitas pelayanan), maka nilai variabel dependen (Keputusan penggunaan jasa pengiriman) sudah ada sebesar 17,802 satuan.

2) Koefisien regresi variabel ta'awun (0,180)

   Koefisien regresi variabel ta'awun terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai negatif. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel ta'awun, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami penurunan

sebesar 0,180 satuan.

3) Koefisien regresi variabel *at-taysir* (0,196)

Koefisien regresi variabel at-taysir terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai positif. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel at-taysir, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami kenaikan sebesar 0,196 satuan.

4) Koefisien regresi variabel *musawah* (-0,031)

Koefisien regresi variabel *musawah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai positif. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel *musawah*, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami *kenaikan* sebesar -0,031 satuan.

5) Koefisien regresi variabel *mahabbah* (-0,188)

Koefisien regresi variabel *mahabbah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai negatif. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel *mahabbah*, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami *kenaikan* sebesar -0,188 satuan.

6) Koefisien regresi variabel *al-layin* (0,288)

Koefisien regresi variabel *al-layin* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai negatif. Hal ini menunjukkan

setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel *musawah*, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami *kenaikan* sebesar 0,288 satuan.

7) Koefisien regresi variabel *ukhuwah* (0,065)

Koefisien regresi variabel *ukhuwah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y) adalah bernilai positif. Hal ini menunjukkan setiap kenaikan sebesar 1 satuan pada variabel *ukhuwah*, maka keputusan penggunaan jasa pengiriman akan mengalami *kenaikan* sebesar 0,065 satuan.

E. Uji Hipotesis

Sebelum melihat hasil pengujian terhadap hipotesis, maka perlu diketahui bahwa yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Uji T

Uji t digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh secara parsial kualitas pelayanan (*ta'awun, at-taysir, musawah, al-layin, mahabbah, dan ukhuwah)* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak, yang berarti *ta'awun, at-taysir, musawah, al-layin, mahabbah, dan ukhuwah* berpengaruh secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman. Dengan α = 5% (0,05) dan df = 112 dan diperoleh t_{tabel} sebesar 1,658. Berikut ini hasil perhitungan uji t dengan menggunakan bantuan program SPSS 18.

Tabel 4.25
Hasil Uji T
Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.002
	at-taysir	.065	.166	.049	1.503	.040
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814
	mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.007
	Ukhuwah	-.196	.129	-.113	-1.181	.616

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman
Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Untuk melakukan uji t dilakukan proses pengujian sebagai berikut:

1) Pengaruh *ta'awun* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

   Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *ta'awun* sebesar1.234 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} 1,658 atau 1.234< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,002 atau 0,002< 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *ta'awun* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

2) Pengaruh *at-taysir* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

   Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *at-taysir* sebesar1.503 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} 1,503 atau 1,503< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,04 atau 0,040< 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *at-taysir* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

3) Pengaruh *musawah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *musawah* sebesar-0,236 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} -0,236 atau -0,236< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,814 atau 0,814 > 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan Ha ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *musawah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

4) Pengaruh *mahabbah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *muhabbah* sebesar-1,371 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} -1,371 atau -1,371< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,173 atau 0,173> 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan Ha ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *musawwah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

5) Pengaruh *al-layin* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *al-layin* sebesar1.673 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} 1,658 atau 1.673< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,007 atau 0,007< 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 ditolak dan Ha diterima, yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *al-layin* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

6) Pengaruh *Ukhuwah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman (Y)

Berdasarkan tabel 4.25 diketahuinilai t_{hitung} variabel *ukhuwah* sebesar-1,181 oleh karena itu nilai tersebut kecil dari t_{tabel} -1,181 atau -1,181< 1,658 dengan nilai signifikan sebesar 0,616 atau 0,616 > 0,05. Maka keputusan yang diambil adalah H0 diterima dan Ha ditolak, yang artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *ukhuwah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman di Id Express Padang Lua.

2. Uji F

Pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari uji F, adapun syarat uji F adalah:

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada a = 5%

HaditerimajikaF_{hitung}>F_{tabel}padaa=5%

Berdasarkan hasil pengujian statistik (Uji Anova/Uji F) dilihat pada tabel dibawah sebagai berikut:

Tabel 4.26
Hasil uji F
ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.902	6	9.317	21.531	.000[a]
	Residual	651.116	107	6.085		
	Total	707.018	114			

a. Predictors: (Constant), Ukhuwah, mahabbah, Ta'awun, Musawaah, at-taysir, Al-Layin

b. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

Sumber : Data Primer yang diolah 2022

Pada tabel diats diperoleh bahwa nilai F hitung =21.531 dengan tingakat probability (0,000<0,05). Setelah mengetahui besarnya F hitung, maka akan dibandingkan dengan F tabel. Untuk mencari F tabel maka memerlukan rumus: k;n-k

Keterangan: k= jumlah variabel independent (bebas)

n= jumlah responden

jadi F tabel = 6; 114-6

5 ; 108

Kemudian dicari pada distribusi nilai F tabel dan ditemukan nilai F tabelsebesar 2,30. Karena nilai F hitung 21.531 lebih besar dari nilai F tabel 2,30 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas X1,X2,X3,X4,X5dan X6 berpengaruh terhadap variabel terikat (Y).

3. Uji R

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari variabel bebas kualitas pelayanan (ta'awun, at-taysir, musawah, al-layin, mahabbah dan ukhuwah) serta besarnya kontribusi variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini terhadap naik turunnya variabel terikat yaitu keputusan penggunaan jasa pengiriman pada id express.

Berikut hasil perhitungan untuk nilai Rsquare dengan bantuan program SPSS 18

Tabel 4.27
Hasil Uji Koefisien Determinasi

ModelSummary[b]

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of theEstimate
1	,277[a]	,355	,034	2,458

a. Predictors:(Constant),Emphaty,Responsiveness,Tangible,Reliability,Assurance

b. DependentVariable:KepuasanKonsumen

Dari perhitungan di atas diperoleh bahwa nilai R Square (R^2) = 0,355 atau35,5%.KarenaRsquareberkisarantaraangka0sampai1,dengancatatansemakin besar R square maka semakin kuat variabelnya. Hal ini berarti bahwavariabelindependenyaitu*ta.awun, at-taysir, musawah, mahabbah, al-layin dan ukhuwah* terhadap kepuasan konsumen ID Express sebesar 0,355 atau 35,5%.Sisanyasebesar0,645atau64,5%dapatdijelaskanolehvariabellaindiluar penelitianini, seperti faktorlokasi, harga,*brandimage*dan lain-lain.

F. Analisis Hasil Penelitian Secara Statistik

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dalam islam seperti ta'awun, at-tasyir, musawah,muhabbah,al-layin dan ukhuwah terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman ID Express Padang Lua. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden penggunaan layanan jasa pengiriman ID Express dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan *SPSS versi 18*.

a. Pengaruh *Ta'awun* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh ta'awun sebesar 1.234 dengan tingkat signifikan sebesar 0,002. Dengan hasil signifikan sebesar 0,002 atau 0,002<0,05 artinya ta'awun berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Dimana prakteknya sesuai dengan pelayanan ekonomi islam hal ini karena adanya tolong menolong dapat meringankan beban pelanggan dan pengiriman barang lebih mudah

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saefur Rohman dan Fino Wahyudi Abdul dengan judul pengaruh ta'awun terhadap kepusan pelanggan menggunakan jasa pengiriman barang di Ninja Express . dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel ta'awun berpengaruh terhadap kepuasan pelanggandi Ninja Express karena nilai probabilitasnya 0,041< 0,05[43]

b. Pengaruh *At-taysir* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh at-taysir sebesar 1.503 dengan tingkat signifikan sebesar 0,040. Dengan hasil signifikan sebesar 0,040 atau 0,040<0,05 artinya at-taysir berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

[43] Saefur Rohman dan Fino Wahyu Abdul, Pengaruh Ta'awun terhadap kepuasan pelanggan menggunakan jasa pengiriman Ninja Express, Jurnal Logistik Indonesia, Vol 5. No 1, April 2021 hal 82

Dimana prakteknya sesuai dengan ekonomi islam yang saling memberi kemudahan kepada orang lain. Karena dengan kita menghilangkan kesulitaan dan memberi solusi terhadap keluhan pelanggan maka banyak pelanggan yang akan menggunakan jasa pengiriman ini dimana kita memberi solusi kepada mereka dalam menyelesaikan suatu masalah yang ada.

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Imilda Krisnawati dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan pembelian di J&T Express Cabang Ganjuk. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel kualitas pelayanan yang terdapat at-tasyir berpengaruh terhadap keputusan pembelian di J&T Express Cabang Ganjukm karena nilai probabilitasnya 0,017< 0,05[44]

c. Pengaruh *Musawah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh musawah sebesar -0,236 dengan tingkat signifikan sebesar 0,814. Dengan hasil signifikan sebesar 0,814 atau 0,814>0,05 artinya musawah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Dimana prakteknya tidak sesuai dengan ekonomi islam yang masih ada juga perbedaan status sosial atau siapa yang kenal sama orang yang

[44] Imelda Krisnawati, pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan pembelian di J&T Express Cabang Ganju,. Kualitas Pelayanan Vol 01 No 02 mei 2017 hal 75

bekerja disana dia yang lebih dulu dilayani dari pada orang yang sudah lama menunggu. Dalam islam semua orang itu sama tidak ada bedanya semoga pelayanan tersebut tidak membedakan orang lagi dan sesuai dengan ajaran islam.

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irhasr maha adiparayitno dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriamn barang JNE diagen putro agung wetan surabaya. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel musawah tidak berpengaruh dalam kualitas pelayanan yang terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman barang JNE diagen putro agung wetan surabaya karena nilai probabilitasnya 0,225>0,05[45]

d. Pengaruh *Muhabbah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh muhabbah sebesar -1371 dengan tingkat signifikan sebesar 0,173. Dengan hasil signifikan sebesar 0,173 atau 0,173>0,05 artinya musawah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

[45] Irhasr maha adiparayitno,pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriamn barang JNE diagen putro agung wetan surabaya, Jurnal Kualitas pelayan dalam islam Vol. 01 No. 01 Juni 2017 hal 93

Dimana prakteknya tidak sesuai dengan ekonomi islam yang masih ada yang kurang menghormati orang lain dan berkata-kata kasar yang dimana mengakibatkan pelanggan enggan menggunakan pelayanannya tersebut. padahal dalam islam kita harus saling menghormati dan beretika baik terhadap orang lain.

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dwi Richa Farokha dan Ahmad Syafi'ijudulnya pengaruh kualitas pelayanan pengiriman pos express di PT. Pos Indonesia Cabang Baratjaya Surabaya. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel tidak berpengaruh kualitas pelayanan pengiriman pos express di PT. Pos Indonesia Cabang Baratjaya Surabaya karena nilai probabilitasnya 0,562>0,05[46]

e. Pengaruh *Al-layin* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh musawah sebesar 1.673 dengan tingkat signifikan sebesar 0,007. Dengan hasil signifikan sebesar 0,007 atau 0,007<0,05 artinya al-layin berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Dimana prakteknya sesuai dengan pelayanan ekonomi islam yang dimana pegawai lemah lembut dan sopan dalam melayani keluhan

[46] Dwi Richa Farokha dan Ahmad Syafi'i, pengaruh kualitas pelayanan pengiriman pos express di PT. Pos Indonesia Cabang Baratjaya Surabaya, Jurnal Universitas Vol 02. No 2 April 2018 hal 64

pelanggan. Dimana itu bisa mejadi nilai plus bagi pelanggan sehingga pelanggan menggunakan layanan tersebut.

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Altofu Rohman dan Aglis Andhita Hatmawan dengan judul pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel al-Layin berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk 0,026< 0,05.[47]

f. Pengaruh *ukhuwah* terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman

Berdasarkan hasil pengolahan yang dilakukan dengan SPSS uji T menunjukan perolehan t hitung yang dihasilkan oleh musawah sebesar -1.181 dengan tingkat signifikan sebesar 0,616. Dengan hasil signifikan sebesar 0,616 atau 0,616>0,05 artinya musawah tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman.

Dimana prakteknya tidak sesuai dengan ekonomi islam yang masih ada yang membedakan orang lain berdasarkan suku dan profesi. Yang dimana kita tidak boleh menzolimi dan menganggu orang lain karena itu ajaran dalam pelayanan dalam islam. Serta kurangnya musyawarah dalam setiap permasalahan yang pada pelanggan. Dalam islam dianjurkan

[47] Altofu Rohman dan Aglis Andhita Hatmawan, pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk, Jurnal Kualitas Pelayanan Vol.1 No. 1 mei 2020 hal 112

bermusyawarah agar menemukan solusi dari permarsalahan tersebut.

Penelitian yang diteliti ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indah Shoifuro dengan judul kualitas pelayanan islami dan citra biro perjalanan terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan biro pejalanan haji dan umroh surabaya. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa secara persial variabel tidak berpengaruh terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan biro pejalanan haji dan umroh surabaya karena nilai probabilitasnya 0,257> 0,05.[48]

.

[48] Indah Shoifuro, kualitas pelayanan islami dan citra biro perjalanan terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan biro pejalanan haji dan umroh surabaya, Jurnal Kualitas Pelayanan islami Vol.2 No. 2 mei 2020 hal 98

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa krim ID Express Padang Lua, Agam meliputi variabel Ta'awun, At-Tasyir, Musawah, Muhabbah, Al-Layin, dan Ukhuwah terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman, maka dapat disimpulkan bahwa:

1) Ta'awun(X1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,002 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.
2) At-taysir(X2)berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,040< 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.
3) Musawah(X3) tidak terdapat berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,814> 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.
4) Mahabbah(X4)tidak terdapat berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,173> 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak..
5) Al-layin(X5)berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,007< 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima.

6) Ukhuwah(X6)tidak terdapat berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman(Y) dengan nilai signifikan 0,616> 0,05 maka H0 diterima dan Ha ditolak.
7) Ta'awun, At-Tasyir, dan Al-Layin berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman dengan nilai signifikan 0.000 atau 0,000 < 0,05.
8) Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R2 = 0,355. Hal ini berarti bahwa 35,5% keputusan penggunaan jasa pengiriman id express dipengaruhi oleh ta'awun (sikap saling tolong menolong), at-tasyir (memberi kemudahan), musawah (persamaan), muhabbah (saling mengasihi), al-layin (lemah lembut), ukhuwah (kekeluargaan). Sedangkan 64,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini, seperti faktor lokasi, harga, *brand image* dan lain-lain.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis mengemukakan beberapa saran-saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh ID Express Padang Lua, Agam.

Kepada ID Express utuk meningkatkan lagi

1. Kepada ID Express supaya meningkatkan lagi kualitas pelayanannya supaya banyaknya konsumen yang mengunakan jasa ID Express kedepannya.
2. Kepada peneliti diharapkan bagi peneliti selanjutnya mampu

menggembangkan penelitian yang telah dilakukan untuk melihat faktor-faktor lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan dalam islam.

DAFTAR PUSTAKA

Adam, Muhammad. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa Bandung: Alfabeta

Aldursanie, Ridwan. 2013. Kualitas Pelayanan Dalam Islam, available on : http: //ridwan202wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/, diakses tanggal 10 januari 2022 pada jam 22.18

Alma, Buchari. 2011. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahnya. 1997. Departemen Agama RI. Semarang. PT. Toha Putra

Arikunto, Suharsimi. 2006. Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktik) : Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta. Rineka Cipta,

Bungin, Burhan 2017. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta:Kencana

Departemen Agama RI. 1998. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta: CV asy-syifa

Departemen Agama RI. 2011. Al-Qur'an dan Terjemahannya. Jakarta : Bintang Indonesia

DepartemenPendidikanNasional. 2008. KamusBesarBahasa Indonesia. Jakarta: PusatBahasa

Edwin, Mustafa Nasution. 2010. Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam. Jakarta: Kencana

Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press

Juliyani. 2018. Pengaruh Luas Lahan , Pupuk dan Jumlah Tenaga Kerja tehadap Produksi Padi Gampong Matang Baloi, Jurnal Ekonomi Pertanian Unimal Volume 01 Nomor 01

Karim, Adiwarman. 2003. Bank Islam (Analisis Fiqh dan Keuangan). Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

Karra, Muslimin. 2013. Statistik Ekonomi. cet. I; Makassar: Alauddin University Press

Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi ketiga belas Jakarta : Airlangga

Krisnawati, Imelda. 2017. Pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan pembelian di J&T Express Cabang Ganjuk. Jurnal Kualitas Pelayanan Vol 01 No 02

Maha. Irhasr Adiparayitno. 2017.Pengaruh kualitas pelayanan dalam islam terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriamn barang JNE diagen putro agung wetan surabaya. Jurnal Kualitas pelayan dalam islam Vol. 01 No. 01

Mundir. 2013. Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Jember:STAIN Jember Press,

Nogi, Hessel S. Tangkilisan. 2005. Manajemen Publik. Jakarta: PT. Grasindo

Nurhadi. 2017. Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 2, No. 2

Prayatno,Duwi. 2011. SPSS Analisis Statistik Data Lebih Cepat Lebih Akurat, Yogyakarta: Medikom

Richa, Dwi Farokha dan Ahmad Syafi'i. 2018. Pengaruh kualitas pelayanan pengiriman pos express di PT. Pos Indonesia Cabang Baratjaya Surabaya, Jurnal Universitas Vol 02. No 2

Ridwan. 2007. Rumus dan Data dalam Analisis Statistik Bandung : Alfabeta

Rohman. Altofu dan Aglis Andhita Hatmawan. 2020. Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pengiriman JNE Express Across Nations Cabang Nganjuk, Jurnal Kualitas Pelayanan Vol.1 No. 1

Shoifuro. Indah. 2020. kualitas pelayanan islami dan citra biro perjalanan terhadap keputusan jamaah dalam menggunakan biro pejalanan haji dan umroh surabaya, Jurnal Kualitas Pelayanan islami Vol.2 No. 2

Simamora, Bilson. 2003. Panduan Riset Perilaku Konsumen Jakarta : PT.Gramedia Pusataka Utama

Siregar, Syofian. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana

Sugiarto, Endar. 2002. Psikologi Pelayanan dalam Industri Jasa. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung, Alfabeta, cetakan ke16

Tim Penerjemah Lajnah Penfashih Mushaf Al-Qur'an, Al-Jumanatul 'Ali Al-Qur'an danTerjemahannya. 2005. Bandung: CV Penerbit J-ART

Tjiptono, Fandi dan Anastasia Diana, 1996. Total Quality Management. Yogyakarta: Andi Offse

Tjiptono, Fandi. 1996. Manajamen Jasa. Yogyakarta: Andi Offiset

Una, Sayuti. 2021. Pedoman Penulis Skripsi: Edisi Revisi. Jambi: Syariah Press, 2012

Wawancara dengan koordinator Walfajri ghafiqi fitra Minggu, 14 November 2021, bertempat kantor ID Express Padang Lua, Agam

Lampiran

Jadwal Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM PERSPEKTIF ISLAM TERHADAP KEPUTUSAN PENGUNAAN JASA PENGIRIMAN (STUDI KASUS ID EXPRESS PADANG LUA, AGAM)

No	Kegiatan	Bulan Ke								
		Okt 2021	Nov 2021	Des 2021	Jan 2022	Feb2022	Maret 2022	April 2022	Mei2022	Juni 2022
1	Observasi Awal									
2	Persetujuan Judul Skripsi									
3	Bimbingan									
4	Penelitian Lapangan									
5	Pengelolaan dan Analisis Data									
6	Laporan Akhir									

KUESIONER PENELITIAN

Assalamua'alaikum wr.wb

Dalam rangka pelaksanaan tugas akhir, maka ananda.

Nama : Yesi Elvira
Nim : 3217208
Prodi/Fakultas : Prodi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Perguruan : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi

Bermaksud untuk melaksanakan penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dalam Perspektif Islam Terhadap Keputusan Pengunaan Jasa Pengiriman (Studi Kasus Id Express Padang Lua, Agam)"**. Data ini bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Oleh karena itu ananda mohon kesediaan bapak/ibu untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini sehingga dapat membantu dalam penelitian ananda. Atas kesediaan bapak/ibu ananda ucapkan terimakasih.

I. DATA RESPONDEN/KONSUMEN

Petunjuk pengisian:

a. Responden mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
b. Berilah tanda (√) pada pilihan yang telah disediakan.
    1. Nama :
    2. Jenis Kelamin :
        a. Laki-laki
        b. Perempuan
    3. Umur:
        a. 11 tahun - 20 tahun
        b. 21 tahun - 30 tahun
        c. 31 tahun - 40 tahun
        d. 41 tahun - 50 tahun

4. Pekerjaan:
    a. Pelajar/Mahasiswa
    b. Pegawai/Karyawan
    c. Wiraswasta
    d. Lain-lain
5. Berapa kali anda menggunakan jasa pengiriman id express?
    a. 2 – 5 kali
    b. Diatas 5 kali

II. KUALITAS PELAYANAN DALAM ISLAM

A. Petunjuk Pengisian :

1. Responden dimohon mengisi kuesioner dengan menjawab pertanyaan yang telah disediankan, usahakan tidak ada jawaban yang dikosongkan.
2. Berikan tanda (√) pada jawaban yang anda pilih sesuai dengan pendapat anda.

   Keterangan.

Predikat	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

B. Pertanyaan Penelitian

1. Variabel Ta'awan (Tolong Menolong)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1	Pegawai Id Express mampu melayani pelanggan dengan baik dan cepat merespon pelanggan					
2	Pegawai Id Express dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik.					
3	Pegawai id Express selalu bersedia membantu menyelesaikan kesulitan pelanggan					

2. Variabel At-Tasyir (Memberi Kemudahan)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
4	Pegawai Id Express mempunyai pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.					
5	Pengiriman paket yang dilakukan selalu cepat dan tepat waktu.					
6	Pegawai Id Express mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan.					

3. Variabel Musawah (Persamaan)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
7	Pegawai Id Express menghargai perbedaan agama, suku, ras serta budaya antar pelanggan.					
8	Pegawai Id Express menghargai dan menerima setiap kekurangan pelanggan.					
9	Pegawai Id Express tidak merasa paling benar diantara yang lain.					

4. Variabel Muhabbah (Saling Mencintai)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
10	Pegawai Id Express saling menghormati antar pegawai maupun pelanggan.					
11	Pegawai dan pelanggan Id Express saling mematuhi peraturan yang ada.					
12	Pegawai Id Express saling menghormati antar pegawai ataupun pelanggan.					

5. Variabel Al-Layin (Lemah Lembut)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
13	Pegawai Id Express ramah dalam melayani Pelanggan					
14	Pegawai Id Express sabar ketika pelanggan banyak bertanya.					
15	Pegawai Id Express sopan dalam bertutur kata.					

6. Variabel Ukhuwah (Kekeluargaan)

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
16	Pegawai Id Express membantu dan menolong pelanggan tanpa membedakan suku, agama dan ras					
17	Pegawai Id Express bertutur kata dengan lemah lembut kepada setiap pelanggan atau para pegawai di Id Express.					
18	Pegawai Id Express bisa memusyawarahkan setiap permasalahan yang ada apada setiap pelanggan.					

III. KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PENGIRIMAN

No	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
19	Saya merasa senang karena barang yang datang tepat waktu dari Id Express					
20	Saya memutuskan untuk menggunakan jasa pengiriman barang dari Id Ekpress karna harga sesuai dengan kualitas pelayanan.					
21	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan menggunakan jasa pengiriman dari Id Exprss.					
22	Saya menggunakan jasa ini karena ada promosinya					
23	Saya menggunakan jasa Id Express karena lokasinya dekat dengan tempat tinggal					

Tabulasi Data

NO	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Berapa Kali
1	Anggraini Oktavia	Perempuan	17	Pelajar	3 kali
2	Nella Dasmai Yanti	Perempuan	36	Pegawai	10 kali
3	Fiona Sri Clarissa	Perempuan	22	Mahasiswa	6 kali
4	Anggi Rulyana	Perempuan	21	Mahasiswa	5 kali
5	Intan Lestari	Perempuan	18	Pelajar	4 kali
6	Annisa Yuliani Fitri	Perempuan	20	Karyawan	5 kali
7	Rima Melati	Perempuan	20	Mahasiswa	7 kali
8	Elfa Susanti	Perempuan	25	Pegawai	9 kali
9	Mega Purmita Sari	Perempuan	29	Karyawan	12 kali
10	Suci Rahmadani	Perempuan	21	Mahasiswa	9 kali
11	Yanti Sofia	Perempuan	38	Pegawai	11 kali
12	Fani Rahma Sari	Perempuan	25	Ibu R.T	8 kali
13	Chica Shafira	Perempuan	23	Mahasiswa	7 kali
14	Dinda Rahmasari	Perempuan	24	Karyawan	5 kali
15	Jenni Ramadhan	Perempuan	28	Pegawai	12 kali
16	Ayu Kartika Sari	Perempuan	40	Wiraswasta	10 kali
17	Siti Nazra Syafira	Perempuan	22	Karyawan	15 kali
18	Yori Sania Islami	Perempuan	21	Mahasiswa	4 kali
19	Febri Gustina	Perempuan	22	Mahasiswa	10 kali
20	Rany Hafizah	Perempuan	20	Karyawan	10 kali
21	Nurlia Astari	Perempuan	26	Pegawai	15 kali

22	Dea Ansari	Perempuan	25	Pegawai	10 kali
23	Sri Marina	Perempuan	41	Karyawan	5 kali
24	Yulia Martika	Perempuan	43	Buruh Tani	8 kali
25	Maharani	Perempuan	26	Karyawan	10 kali
26	Wati Karnila	Perempuan	35	Wiraswasta	4 kali
27	Fanica Maisandha	Perempuan	29	Karyawan	7 kali
28	Putriayu Mardhiyah	Perempuan	30	Karyawan	10 kali
29	Leni Rahmawati	Perempuan	39	Pegawai	10 kali
30	Laura Simarmata	Perempuan	22	Mahasiswa	5 kali
31	Isnaini Ulfah	Perempuan	21	Mahasiswa	8 kali
32	Fitry Handayani	Perempuan	27	Wiraswasta	10 kali
33	Salsa Faradina	Perempuan	25	Karyawan	11 kali
34	Fitrawati Suci	Perempuan	38	Ibu R.T	4 kali
35	Santy Dewi	Perempuan	39	Pegawai	7 kali
36	Miftahul Rahmi	Perempuan	18	Pelajar	3 kali
37	Muzia Sevani	Perempuan	32	Pegawai	6 kali
38	Rahmadina	Perempuan	30	Ibu R.T	8 kali
39	Yunita Ayen	Perempuan	36	Pegawai	5 kali
40	Tiara Prillia	Perempuan	17	Pelajar	4 kali
41	Utari Nurmala	Perempuan	18	Pelajar	4 kali
42	Putri Rivani	Perempuan	20	Karyawan	13 kali
43	Hilda Riyuni	Perempuan	37	Ibu R.T	8 kali
44	Nina Lisa Yanti	Perempuan	38	Buruh Tani	4 kali
45	Dona Yolanda	Perempuan	35	Wiraswasta	12 kali

46	Amelia Difa	Perempuan	22	Mahasiswa	10 kali
47	Feby Ramadhani	Perempuan	31	Karyawan	18 kali
48	Nur Afia	Perempuan	35	Wiraswasta	15 kali
49	Rahima Saifa	Perempuan	18	Pelajar	7 kali
50	Tania Alpiani	Perempuan	33	Karyawan	9 kali
51	Rizka Putri Aryanti	Perempuan	26	Karyawan	10 kali
52	Dova Yulvina	Perempuan	23	Mahasiswa	5 kali
53	Faradila	Perempuan	16	Pelajar	3 kali
54	Riri Efrita	Perempuan	22	Pelajar	7 kali
55	Winda Nelsa	Perempuan	27	Karyawan	8 kali
56	Dessy Nuraini	Perempuan	23	Mahasiswa	10 kali
57	Annisa Rahmani	Perempuan	18	Pelajar	6 kali
58	Lisa Mutia Sari	Perempuan	36	Pegawai	8 kali
59	Elfira Roza	Perempuan	24	Ibu R.T	4 kali
60	Elfa Yenti	Perempuan	16	Pelajar	4 kali
61	Mailiza Fitria	Perempuan	29	Karyawan	9 kali
62	Desli Yenita	Perempuan	20	Mahasiswa	7 kali
63	Hanna Elyura	Perempuan	31	Pegawai	6 kali
64	Nensi Rahayu	Perempuan	32	Wiraswasta	8 kali
65	Tina Sambrianti	Perempuan	19	Mahasiswa	9 kali
66	Nadifa Della	Perempuan	33	Karyawan	6 kali
67	Retna Juwita	Perempuan	30	Pegawai	7 kali
68	Anastasya	Perempuan	32	Pegawai	3 kali
69	Nur Azizah	Perempuan	34	Wiraswasta	8 kali

70	Fika Melani	Perempuan	17	Pelajar	7 kali
71	Siti Islamiati	Perempuan	37	Karyawan	9 kali
72	Putri Vatia	Perempuan	24	Mahasiswa	4 kali
73	Sandra Asyfa	Perempuan	38	Karyawan	3 kali
74	Sri Marina	Perempuan	20	Mahasiswa	10 kali
75	Neli Hartati	Perempuan	37	Pegawai	5 kali
76	Andini Giwang Puti	Perempuan	37	Karyawan	4 kali
77	Risa Sabrina	Perempuan	28	Karyawan	8 kali
78	Azizah Syafitri	Perempuan	27	Wiraswasta	3 kali
79	Afrina Sri Delfita	Perempuan	23	Mahasiswa	9 kali
80	Dewi Febriani	Perempuan	34	Karyawan	10 kali
81	Muhammad Dwianda Hanafi	Laki-Laki	18	Pelajar	9 kali
82	Dedi Fernanda	Laki-Laki	37	Petani	5 kali
83	Muhammad Ridwan	Laki-Laki	30	Wiraswasta	9 kali
84	Rizki Zulkarnain	Laki-Laki	45	Buruh Tani	8 kali
85	Zulfikar	Laki-Laki	42	Pegawai	18 kali
86	Affauzini Azis	Laki-Laki	28	Karyawan	13 kali
87	Muhammad Isra	Laki-Laki	18	Pelajar	8 kali
88	Agung Budiman	Laki-Laki	40	Petani	5 kali
89	Fernandi	Laki-Laki	20	Mahasiswa	10 kali
90	Muhamad Ilham	Laki-Laki	22	Mahasiswa	9 kali
91	Redho Arian Saputra	Laki-Laki	41	Wiraswasta	7 kali
92	Ade Putra	Laki-Laki	44	Pegawai	9 kali

93	Andika Nofrizal	Laki-Laki	41	Sarabutan	8 kali
94	Teguh	Laki-Laki	17	Pelajar	6 kali
95	Muhammad Fauzan	Laki-Laki	34	Karyawan	8 kali
96	Arif Firmansyah	Laki-Laki	28	Buruh Pabrik	6 kali
97	Mendra	Laki-Laki	24	Mahasiswa	10 kali
98	Budi Gustiawan	Laki-Laki	43	Wiraswasta	7 kali
99	Benni Saputra	Laki-Laki	42	Pegawai	10 kali
100	Fahmi	Laki-Laki	19	Pelajar	8 kali
101	Bayu Pratama	Laki-Laki	48	Wiraswasta	5 kali
102	Robby Cahyadi	Laki-Laki	27	Buruh Pabrik	2 kali
103	Muhammad Zaki	Laki-Laki	42	Karyawan	7 kali
104	Egi Satria Pratama	Laki-Laki	45	Pegawai	7 kali
105	Ryan Pratama	Laki-Laki	28	Buruh Tani	9 kali
106	Andi Kurniawan	Laki-Laki	25	Buruh Pabrik	4 kali
107	Wahyudi	Laki-Laki	45	Pegawai	8 kali
108	Irwan Maulana	Laki-Laki	41	Wiraswasta	8 kali
109	Judri Beni	Laki-Laki	26	Buruh Pabrik	9 kali
110	Rinaldi	Laki-Laki	35	Karyawan	4 kali
111	Andika Nofrizal	Laki-Laki	33	Karyawan	9 kali
112	Wen Hendri	Laki-Laki	32	Wiraswasta	10 kali
113	Eko Naldo	Laki-Laki	31	Karyawan	5 kali
114	Ramzi Khairi	Laki-Laki	39	Pegawai	6 kali

Data Kuesioner Responden

1. **Ta’awun**

No	P1	P2	P3	Total
1	3	5	4	12
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	4	4	1	9
5	4	4	4	12
6	2	3	4	9
7	5	5	5	15
8	4	5	4	13
9	4	4	4	12
10	5	5	5	15
11	5	5	3	13
12	4	4	3	11
13	4	4	4	12
14	5	4	4	13
15	4	4	4	12
16	4	3	4	11
17	4	4	4	12
18	3	4	4	11
19	4	4	4	12
20	2	5	5	12
21	5	5	5	15
22	4	4	4	12
23	4	5	5	14
24	4	4	4	12
25	5	4	4	13
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	4	5	5	14
29	4	4	4	12
30	5	2	2	9
31	4	4	4	12
32	3	3	4	10

33	4	4	5	13
34	3	4	4	11
35	5	4	4	13
36	1	4	5	10
37	4	4	5	13
38	3	4	5	12
39	3	4	5	12
40	4	4	4	12
41	4	2	4	10
42	4	4	4	12
43	3	3	4	10
44	3	3	4	10
45	3	4	4	11
46	4	4	5	13
47	3	3	5	11
48	3	4	5	12
49	1	4	3	8
50	4	4	4	12
51	4	5	4	13
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	5	4	4	13
55	5	4	4	13
56	4	4	5	13
57	5	4	4	13
58	4	4	5	13
59	5	4	4	13
60	4	4	4	12
61	4	4	3	11
62	5	5	5	15
63	4	5	3	12
64	5	4	5	14
65	4	4	4	12
66	5	4	4	13
67	3	3	3	9
68	4	5	4	13
69	4	4	4	12

70	5	5	5	15
71	5	5	3	13
72	3	3	3	9
73	4	4	4	12
74	5	4	4	13
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	3	4	4	11
79	4	4	4	12
80	2	2	2	6
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	5	4	4	13
86	4	4	4	12
87	4	4	4	12
88	4	4	4	12
89	4	4	4	12
90	5	4	2	11
91	4	4	3	11
92	5	4	4	13
93	3	4	4	11
94	4	5	4	13
95	4	4	4	12
96	4	4	5	13
97	4	4	4	12
98	4	4	4	12
99	5	4	2	11
100	4	4	3	11
101	5	5	5	15
102	2	2	2	6
103	5	4	5	14
104	4	4	4	12
105	5	4	4	13
106	3	3	3	9

107	4	5	4	13
108	4	4	4	12
109	5	5	5	15
110	4	4	4	12
111	4	2	4	10
112	4	4	4	12
113	3	3	4	10
114	4	4	5	13

2. At-Tasyir

No	P4	P5	P6	Total
1	4	4	4	12
2	5	5	4	14
3	5	4	4	13
4	4	4	3	11
5	5	3	2	10
6	4	4	5	13
7	5	4	4	13
8	4	4	4	12
9	3	3	4	10
10	2	4	4	10
11	5	3	2	10
12	5	5	5	15
13	4	4	4	12
14	4	5	2	11
15	4	4	4	12
16	3	3	5	11
17	3	4	4	11
18	4	4	4	12
19	5	3	2	10
20	5	5	5	15
21	4	4	3	11
22	5	4	4	13
23	3	4	4	11
24	4	5	4	13
25	4	4	4	12

26	4	4	5	13
27	4	4	4	12
28	3	4	4	11
29	4	5	4	13
30	4	4	4	12
31	4	4	5	13
32	4	1	4	9
33	5	4	5	14
34	4	4	5	13
35	4	4	5	13
36	4	4	4	12
37	3	3	4	10
38	4	4	5	13
39	4	5	4	13
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	3	4	4	11
43	5	4	5	14
44	5	5	4	14
45	3	4	5	12
46	5	4	4	13
47	1	2	5	8
48	4	4	5	13
49	4	4	5	13
50	5	5	5	15
51	4	4	5	13
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	3	4	5	12
55	4	4	5	13
56	3	4	5	12
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	3	3	4	10
62	4	4	5	13

63	5	4	4	13
64	5	4	4	13
65	4	5	4	13
66	3	3	4	10
67	4	4	4	12
68	3	3	4	10
69	4	4	4	12
70	4	4	5	13
71	3	4	4	11
72	3	4	4	11
73	4	4	4	12
74	3	4	4	11
75	4	4	4	12
76	3	3	4	10
77	4	4	4	12
78	4	4	5	13
79	3	3	5	11
80	4	4	5	13
81	3	3	4	10
82	2	3	4	9
83	4	3	4	11
84	3	4	5	12
85	1	4	3	8
86	4	4	3	11
87	5	4	4	13
88	4	4	5	13
89	4	4	5	13
90	4	4	4	12
91	4	3	4	11
92	2	3	5	10
93	5	4	4	13
94	4	4	5	13
95	4	4	5	13
96	2	3	4	9
97	4	5	5	14
98	3	3	3	9
99	3	3	4	10

100	4	4	4	12
101	2	3	4	9
102	5	4	5	14
103	4	4	5	13
104	4	4	4	12
105	4	4	4	12
106	5	5	4	14
107	4	4	4	12
108	4	4	4	12
109	4	4	4	12
110	4	4	5	13
111	4	4	4	12
112	5	4	5	14
113	4	4	5	13
114	4	4	5	13

3. Musawah

No	P7	P8	P9	Total
1	4	4	3	11
2	5	5	5	15
3	5	4	2	11
4	5	4	5	14
5	4	3	4	11
6	5	4	4	13
7	3	4	5	12
8	4	5	4	13
9	3	4	3	10
10	3	5	4	12
11	4	4	5	13
12	4	4	5	13
13	4	5	2	11
14	4	4	4	12
15	5	5	5	15
16	3	4	4	11
17	4	3	5	12
18	4	4	4	12

19	3	5	4	12
20	4	3	4	11
21	4	5	5	14
22	4	3	4	11
23	4	5	5	14
24	4	3	3	10
25	4	4	4	12
26	3	3	3	9
27	3	1	4	8
28	5	4	4	13
29	4	2	3	9
30	3	4	4	11
31	4	3	4	11
32	4	4	4	12
33	2	3	3	8
34	4	4	4	12
35	5	3	4	12
36	4	3	4	11
37	5	2	5	12
38	4	5	5	14
39	2	3	3	8
40	3	2	4	9
41	3	3	3	9
42	2	2	3	7
43	5	5	5	15
44	3	4	4	11
45	4	2	4	10
46	5	5	5	15
47	4	4	4	12
48	4	2	2	8
49	4	4	3	11
50	4	5	4	13
51	4	3	4	11
52	4	4	4	12
53	4	3	4	11
54	5	4	4	13
55	4	3	4	11

56	4	4	4	12
57	4	4	5	13
58	4	4	5	13
59	4	3	4	11
60	4	3	3	10
61	3	3	4	10
62	4	3	3	10
63	4	4	4	12
64	5	4	4	13
65	4	4	4	12
66	4	3	3	10
67	3	2	4	9
68	3	3	3	9
69	4	4	4	12
70	4	3	4	11
71	4	3	3	10
72	3	2	3	8
73	4	4	5	13
74	5	4	4	13
75	3	3	3	9
76	4	5	4	13
77	4	4	4	12
78	5	5	5	15
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	4	1	4	9
82	4	4	4	12
83	5	5	5	15
84	5	5	3	13
85	5	5	3	13
86	3	4	4	11
87	3	3	3	9
88	3	3	3	9
89	4	4	4	12
90	4	4	5	13
91	4	1	4	9
92	5	4	4	13

93	4	4	4	12
94	4	4	4	12
95	4	4	5	13
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	5	5	5	15
99	4	4	4	12
100	4	4	4	12
101	4	4	4	12
102	5	4	4	13
103	4	4	4	12
104	4	4	4	12
105	4	4	4	12
106	4	1	4	9
107	5	2	2	9
108	4	4	3	11
109	5	3	5	13
110	4	4	5	13
111	5	5	5	15
112	4	2	4	10
113	4	3	4	11
114	4	4	5	13

4. Muhabbah

No	P10	P11	P12	Total
1	3	4	4	11
2	4	3	3	10
3	4	4	4	12
4	3	5	4	12
5	4	4	4	12
6	4	5	5	14
7	4	3	4	11
8	4	5	3	12
9	4	3	3	10
10	4	4	4	12
11	3	3	3	9

12	3	3	4	10
13	5	4	4	13
14	4	2	4	10
15	5	4	4	13
16	4	4	2	10
17	4	3	1	8
18	4	4	4	12
19	3	4	4	11
20	4	4	4	12
21	4	5	4	13
22	5	5	5	15
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	2	4	10
26	5	4	4	13
27	1	4	5	10
28	4	4	4	12
29	4	3	5	12
30	4	4	3	11
31	4	4	5	13
32	4	4	3	11
33	4	4	4	12
34	5	3	3	11
35	5	3	3	11
36	5	5	4	14
37	4	4	2	10
38	4	3	4	11
39	4	4	3	11
40	5	4	4	13
41	4	4	4	12
42	3	5	4	12
43	4	4	4	12
44	3	3	4	10
45	4	4	4	12
46	5	5	5	15
47	3	4	4	11
48	5	5	5	15

49	3	3	4	10
50	4	4	4	12
51	3	3	5	11
52	3	4	4	11
53	4	4	4	12
54	3	3	4	10
55	4	4	4	12
56	3	4	4	11
57	4	3	4	11
58	3	3	4	10
59	4	4	4	12
60	3	4	4	11
61	3	4	4	11
62	4	5	4	13
63	5	5	5	15
64	3	3	3	9
65	2	4	4	10
66	3	3	4	10
67	2	3	3	8
68	5	5	5	15
69	4	4	3	11
70	5	4	4	13
71	5	5	5	15
72	4	4	4	12
73	2	2	2	6
74	4	3	4	11
75	5	3	4	12
76	3	4	4	11
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	3	4	4	11
80	4	4	4	12
81	4	5	4	13
82	4	5	5	14
83	3	4	4	11
84	3	3	4	10
85	3	4	4	11

86	3	3	4	10
87	4	4	4	12
88	4	4	5	13
89	4	4	4	12
90	3	3	4	10
91	2	4	2	8
92	3	3	3	9
93	4	4	4	12
94	3	4	4	11
95	3	3	3	9
96	2	3	3	8
97	4	5	5	14
98	5	4	4	13
99	3	3	4	10
100	5	5	4	14
101	4	4	2	10
102	4	3	4	11
103	4	4	3	11
104	5	1	4	10
105	3	2	3	8
106	5	4	4	13
107	4	5	3	12
108	5	4	3	12
109	1	2	4	7
110	5	4	5	14
111	4	2	3	9
112	4	3	2	9
113	4	3	3	10
114	5	4	2	11

5. Al-Layin

No	P13	P14	P15	Total
1	5	4	4	13
2	5	4	3	12
3	4	4	4	12
4	4	3	4	11

5	5	4	3	12
6	4	4	4	12
7	5	5	4	14
8	5	4	4	13
9	4	4	3	11
10	5	3	2	10
11	3	5	5	13
12	5	4	4	13
13	4	1	4	9
14	5	4	4	13
15	4	4	3	11
16	5	4	4	13
17	4	5	4	13
18	5	2	4	11
19	5	4	4	13
20	4	4	5	13
21	5	5	4	14
22	5	4	5	14
23	5	4	4	13
24	5	4	4	13
25	5	4	4	13
26	4	4	4	12
27	4	4	5	13
28	5	4	4	13
29	5	5	4	14
30	5	3	3	11
31	4	3	2	9
32	4	4	4	12
33	4	4	3	11
34	4	2	2	8
35	4	4	3	11
36	5	4	5	14
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	4	4	5	13
40	4	4	4	12
41	4	5	5	14

42	4	3	4	11
43	4	4	3	11
44	5	4	4	13
45	1	4	5	10
46	4	4	4	12
47	4	3	5	12
48	4	4	3	11
49	4	4	5	13
50	4	4	3	11
51	4	4	4	12
52	5	3	3	11
53	5	3	3	11
54	5	5	4	14
55	4	4	2	10
56	4	3	4	11
57	4	4	3	11
58	5	4	4	13
59	3	2	3	8
60	5	4	4	13
61	4	5	3	12
62	5	4	3	12
63	5	5	4	14
64	5	4	5	14
65	4	2	3	9
66	4	3	2	9
67	4	3	3	10
68	5	2	2	9
69	4	5	5	14
70	4	3	4	11
71	4	4	5	13
72	5	5	5	15
73	5	4	4	13
74	4	4	2	10
75	5	4	4	13
76	4	4	5	13
77	4	4	3	11
78	3	4	4	11

79	3	4	3	10
80	4	5	4	13
81	4	4	3	11
82	3	4	4	11
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	3	4	11
86	3	4	3	10
87	4	4	3	11
88	4	4	4	12
89	3	3	4	10
90	4	4	3	11
91	5	4	4	13
92	4	4	5	13
93	4	4	5	13
94	2	4	5	11
95	4	4	4	12
96	4	3	4	11
97	3	4	3	10
98	4	4	3	11
99	4	4	4	12
100	3	3	4	10
101	4	4	3	11
102	5	4	4	13
103	4	4	5	13
104	4	4	5	13
105	4	4	4	12
106	4	3	4	11
107	2	3	5	10
108	5	4	4	13
109	5	4	5	14
110	4	4	5	13
111	4	4	4	12
112	4	4	4	12
113	5	5	4	14
114	4	4	4	12

6. Ukhuwah

No	P16	P17	P18	Total
1	3	3	4	10
2	4	4	5	13
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	3	3	4	10
6	2	3	4	9
7	3	3	4	10
8	4	1	4	9
9	4	3	4	11
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	2	3	4	9
13	5	5	5	15
14	4	3	4	11
15	4	4	4	12
16	5	4	5	14
17	4	3	5	12
18	5	5	5	15
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	4	4	5	13
22	4	4	4	12
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	4	3	2	9
26	3	3	4	10
27	2	4	4	10
28	4	4	4	12
29	3	4	4	11
30	2	4	3	9
31	3	3	4	10
32	5	4	1	10
33	4	5	4	13
34	4	5	4	13
35	5	2	5	12

36	4	4	4	12
37	5	5	5	15
38	4	4	4	12
39	3	5	4	12
40	4	1	4	9
41	3	3	4	10
42	4	4	4	12
43	5	5	5	15
44	3	4	4	11
45	5	5	5	15
46	3	3	4	10
47	4	2	4	10
48	3	3	5	11
49	3	4	4	11
50	4	4	4	12
51	3	3	4	10
52	4	4	4	12
53	3	4	4	11
54	4	4	4	12
55	3	3	4	10
56	4	4	4	12
57	3	4	4	11
58	3	3	4	10
59	4	5	4	13
60	5	5	5	15
61	3	3	3	9
62	2	4	4	10
63	3	3	4	10
64	2	3	3	8
65	5	5	5	15
66	4	4	3	11
67	5	4	4	13
68	5	5	5	15
69	4	4	4	12
70	2	2	2	6
71	4	3	4	11
72	5	4	4	13

73	3	4	4	11
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	3	2	4	9
77	4	4	4	12
78	4	5	4	13
79	4	5	5	14
80	3	4	4	11
81	3	3	4	10
82	3	4	4	11
83	3	3	4	10
84	4	4	4	12
85	4	4	5	13
86	4	4	4	12
87	3	3	4	10
88	2	4	2	8
89	3	3	3	9
90	4	4	4	12
91	3	4	4	11
92	3	3	3	9
93	2	3	3	8
94	4	5	5	14
95	5	4	4	13
96	3	3	4	10
97	5	5	4	14
98	4	4	2	10
99	4	3	4	11
100	4	4	3	11
101	5	4	4	13
102	3	2	3	8
103	5	4	4	13
104	4	5	3	12
105	5	4	3	12
106	5	5	4	14
107	5	4	5	14
108	4	2	3	9
109	4	3	2	9

110	4	3	3	10
111	5	2	2	9
112	4	5	5	14
113	4	1	4	9
114	4	4	4	12

Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

No	P19	P20	P21	P22	P23	Total
1	4	4	5	5	4	22
2	4	4	4	4	4	20
3	5	4	5	4	5	23
4	4	4	5	4	4	21
5	4	4	5	5	4	22
6	4	4	4	4	3	19
7	3	3	4	4	3	17
8	4	4	5	5	4	22
9	4	5	4	4	4	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	4	4	20
12	3	4	4	4	2	17
13	5	4	5	5	5	24
14	5	5	4	4	4	22
15	3	4	5	4	4	20
16	5	4	4	4	5	22
17	1	2	5	5	4	17
18	4	4	5	4	5	22
19	4	4	5	4	4	21
20	5	5	5	4	4	23
21	4	4	5	4	4	21
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	4	4	3	17
24	2	4	4	2	4	16
25	4	4	4	4	3	19
26	3	4	4	4	4	19
27	4	4	4	4	5	21
28	3	4	5	4	4	20

29	4	4	5	5	4	22
30	3	4	5	3	3	18
31	4	4	4	3	2	17
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	3	19
34	4	4	4	2	2	16
35	3	3	4	3	3	16
36	4	4	5	3	5	21
37	5	4	4	4	4	21
38	5	4	4	4	4	21
39	4	5	4	4	5	22
40	3	3	4	4	4	18
41	4	4	4	5	5	22
42	3	3	4	3	4	17
43	4	4	4	4	3	19
44	4	4	5	4	4	21
45	3	3	4	4	4	18
46	3	4	4	4	4	19
47	4	4	4	4	5	21
48	3	4	4	4	3	18
49	4	4	4	4	5	21
50	3	3	4	4	3	17
51	4	3	4	4	4	19
52	4	4	3	4	4	19
53	5	4	4	4	4	21
54	3	2	3	3	2	13
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	5	3	3	19
57	3	3	5	3	3	17
58	4	4	5	5	4	22
59	3	3	4	4	2	16
60	2	3	4	3	4	16
61	4	3	4	4	3	18
62	3	4	5	4	4	20
63	1	4	3	2	3	13
64	4	4	5	4	4	21
65	1	4	4	5	3	17

66	4	4	5	4	3	20
67	2	4	5	5	4	20
68	2	5	5	4	5	21
69	3	3	4	4	4	18
70	3	3	4	3	2	15
71	2	3	4	3	3	15
72	3	5	5	2	2	17
73	4	4	4	5	5	22
74	4	5	4	3	4	20
75	4	4	4	4	5	21
76	4	5	5	5	5	24
77	4	5	5	4	4	22
78	2	4	4	4	2	16
79	3	3	4	2	2	14
80	2	4	2	4	3	15
81	3	3	3	4	4	17
82	4	4	4	4	3	19
83	2	4	5	4	4	19
84	4	4	4	4	5	21
85	4	3	4	4	3	18
86	3	4	3	4	4	18
87	4	4	3	4	3	18
88	4	4	4	5	4	21
89	3	3	4	4	3	17
90	4	4	3	4	4	19
91	5	4	4	4	4	21
92	4	4	5	4	4	21
93	4	4	5	4	3	20
94	4	4	4	4	3	19
95	4	3	4	3	3	17
96	2	3	5	4	3	17
97	5	4	4	4	4	21
98	4	4	5	5	4	22
99	4	4	5	4	4	21
100	2	3	4	4	3	16
101	4	5	5	3	2	19
102	1	2	3	3	3	12

103	3	4	5	4	4	20
104	4	4	4	4	3	19
105	3	4	5	4	3	19
106	2	3	4	3	2	14
107	4	4	5	4	4	21
108	3	4	4	4	2	17
109	5	4	5	5	5	24
110	4	4	5	5	4	22
111	4	4	4	4	4	20
112	5	4	5	4	5	23
113	4	4	5	4	4	21
114	4	4	5	5	4	22

1. Validitas

Validilitas *Ta'awun*

Correlations

		P1	P2	P3	Total
P1	Pearson Correlation	1	.364**	.099	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.295	.000
	N	114	114	114	114
P2	Pearson Correlation	.364**	1	.382**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
P3	Pearson Correlation	.099	.382**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.295	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.708**	.779**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas *At-Taysir*

Correlations

		P4	P5	P6	Total
P4	Pearson Correlation	1	.446**	-.035	.750**
	Sig. (2-tailed)		.000	.711	.000
	N	114	114	114	114
P5	Pearson Correlation	.446**	1	.142	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.132	.000
	N	114	114	114	114
P6	Pearson Correlation	-.035	.142	1	.516**
	Sig. (2-tailed)	.711	.132		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.750**	.753**	.516**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas *Musawwah*

Correlations

		P7	P8	P9	Total
P7	Pearson Correlation	1	.331**	.308**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	114	114	114	114
P8	Pearson Correlation	.331**	1	.342**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
P9	Pearson Correlation	.308**	.342**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.690**	.811**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas *Mahabbah*

Correlations

		P10	P11	P12	Total
P10	Pearson Correlation	1	.314**	.133	.702**
	Sig. (2-tailed)		.001	.157	.000
	N	114	114	114	114
P11	Pearson Correlation	.314**	1	.326**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	114	114	114	114
P12	Pearson Correlation	.133	.326**	1	.663**
	Sig. (2-tailed)	.157	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.702**	.767**	.663**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas *Al-Layin*

Correlations

		P13	P14	P15	Total
P13	Pearson Correlation	1	.128	-.082	.519**
	Sig. (2-tailed)		.175	.383	.000
	N	114	114	114	114
P14	Pearson Correlation	.128	1	.308**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.175		.001	.000
	N	114	114	114	114
P15	Pearson Correlation	-.082	.308**	1	.674**
	Sig. (2-tailed)	.383	.001		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.519**	.730**	.674**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas *Ukhuwah*

Correlations

		P16	P17	P18	Total
P16	Pearson Correlation	1	.370**	.287**	.747**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000
	N	114	114	114	114
P17	Pearson Correlation	.370**	1	.336**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114
P18	Pearson Correlation	.287**	.336**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000
	N	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.747**	.789**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Validilitas Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

Correlations

		P19	P20	P21	P22	P23	Total
P19	Pearson Correlation	1	.448**	.202*	.266**	.385**	.737**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.004	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P20	Pearson Correlation	.448**	1	.287**	.160	.320**	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.088	.001	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P21	Pearson Correlation	.202*	.287**	1	.259**	.240*	.551**
	Sig. (2-tailed)	.031	.002		.005	.010	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P22	Pearson Correlation	.266**	.160	.259**	1	.472**	.637**
	Sig. (2-tailed)	.004	.088	.005		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P23	Pearson Correlation	.385**	.320**	.240*	.472**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.010	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
Total	Pearson Correlation	.737**	.636**	.551**	.637**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Reabilitas

Reabilitas Ta'awun

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	3

Reabilitas *At-Taysir*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.753	3

Reabilitas*Musawwah*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	3

Reabilitas Mahabbah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	3

Reabilitas *Al-Layin*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.729	3

Reabilitas Ukhuwah

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	3

Reabilitas Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	114	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	114	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	5

3. Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		114
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40043434
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.048
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		1.027
Asymp. Sig. (2-tailed)		.242

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

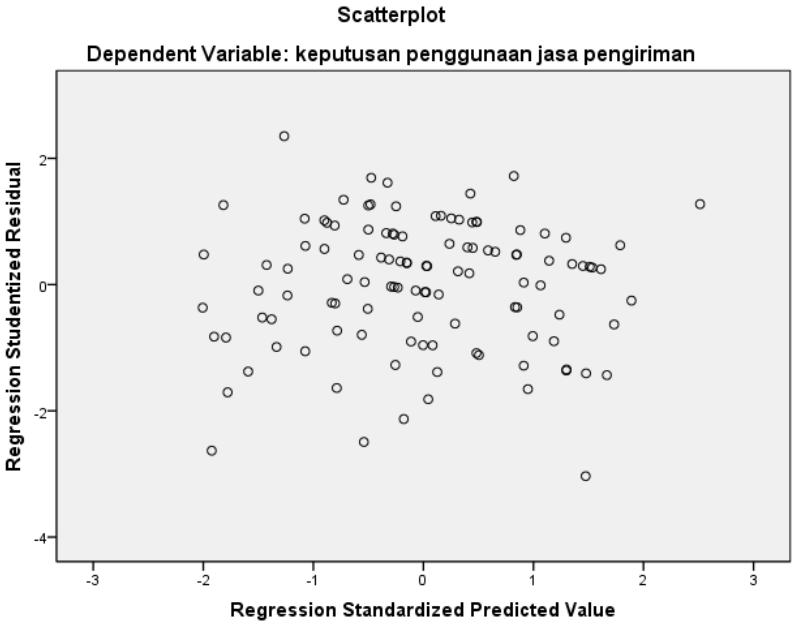
b. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000		
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.220	.956	1.045
	at-taysir	-.196	.166	-.113	-1.181	.240	.933	1.071
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814	.973	1.028
	Mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173	.932	1.073
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.097	.871	1.147
	Ukhuwah	.065	.129	.049	.503	.616	.902	1.108

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman
Sumber: Data primer yang diolah, 2022

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas



d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.220
	at-taysir	.196	.166	.113	1.181	.240
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814
	mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.097
	Ukhuwah	.065	.129	.049	.503	.616

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

e. Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.802	4.606		3.865	.000
	Ta'awun	.180	.146	.117	1.234	.220
	at-taysir	.196	.166	.113	1.181	.240
	Musawaah	-.031	.130	-.022	-.236	.814
	mahabbah	-.188	.137	-.132	-1.371	.173
	Al-Layin	.288	.172	.166	1.673	.097
	Ukhuwah	.065	.129	.049	.503	.616

a. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

f. Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.902	6	9.317	21.531	.000[a]
	Residual	651.116	107	6.085		
	Total	707.018	114			

a. Predictors: (Constant), Ukhuwah, mahabbah, Ta'awun, Musawaah, at-taysir, Al-Layin

b. Dependent Variable: keputusan penggunaan jasa pengiriman

g. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted RSquare	Std. Error of theEstimate
1	,277[a]	355	,034	2,458









DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	: Yesi Elvira
Tempat/Tanggal Lahir	: Sungai Kambut, 23 Desember 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Kewarganegaraan	: Indonesia
Alamat	: Jorong Koto Lamo, Nagari Sungai Kambut, Kec. Pulau Punjung, Kab. Dharmasraya

Riwayat Pendidikan

1. 2004-2010: SDN 08 Pulau Punjung
2. 2010-2013: SMPN 1 Pulau Punjung
3. 2013-2016: SMAN 2 Pulau Punjung