

**PENERAPAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY* UNTUK
MENGANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KONTRAK PERJANJIAN JAMA'AH UMRAH**

SKRIPSI

**OLEH:
KHURIYATUL FAJRIN NADA
NIM. 19610107**



**PROGRAM STUDI MATEMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

**PENERAPAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY* UNTUK
MENGANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KONTRAK PERJANJIAN JAMA'AH UMRAH**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Matematika (S.Mat)**

**Oleh
Khuriyatul Fajrin Nada
NIM. 19610107**

**PROGRAM STUDI MATEMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2023**

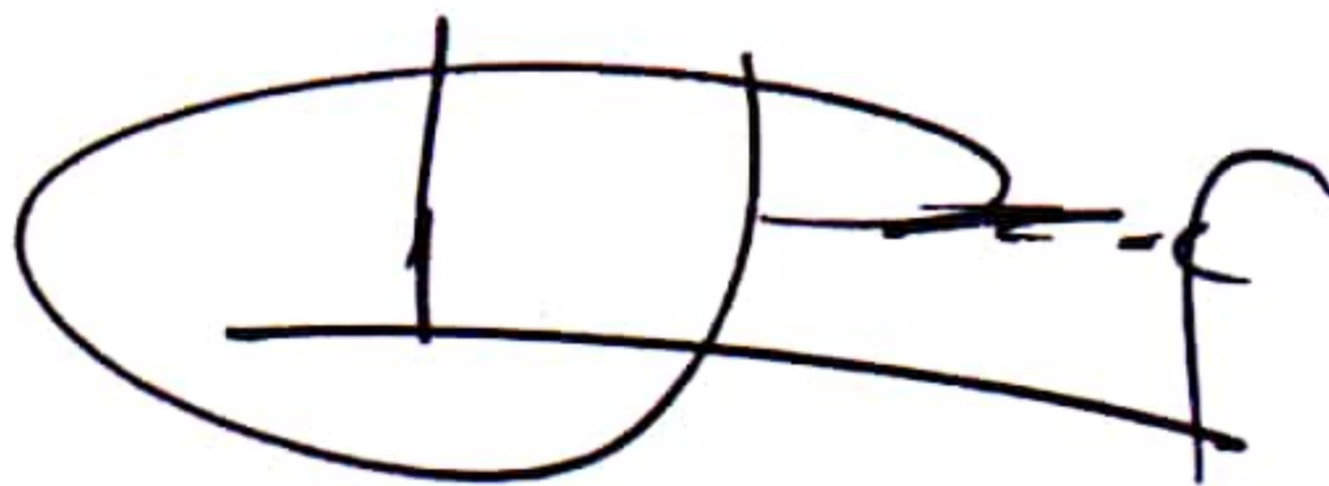
**PENERAPAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY* UNTUK
MENGANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KONTRAK PERJANJIAN JAMA'AH UMRAH**

SKRIPSI

Oleh
Khuriyatul Fajrin Nada
NIM. 19610107

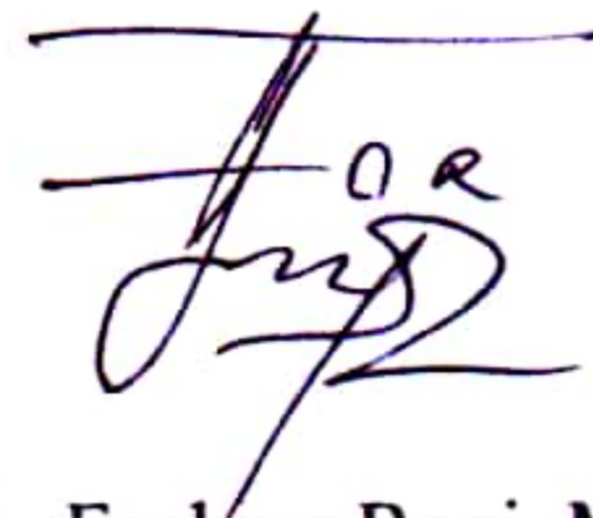
Telah Disetujui Untuk Diuji
Malang, 21 Desember 2023

Dosen Pembimbing I



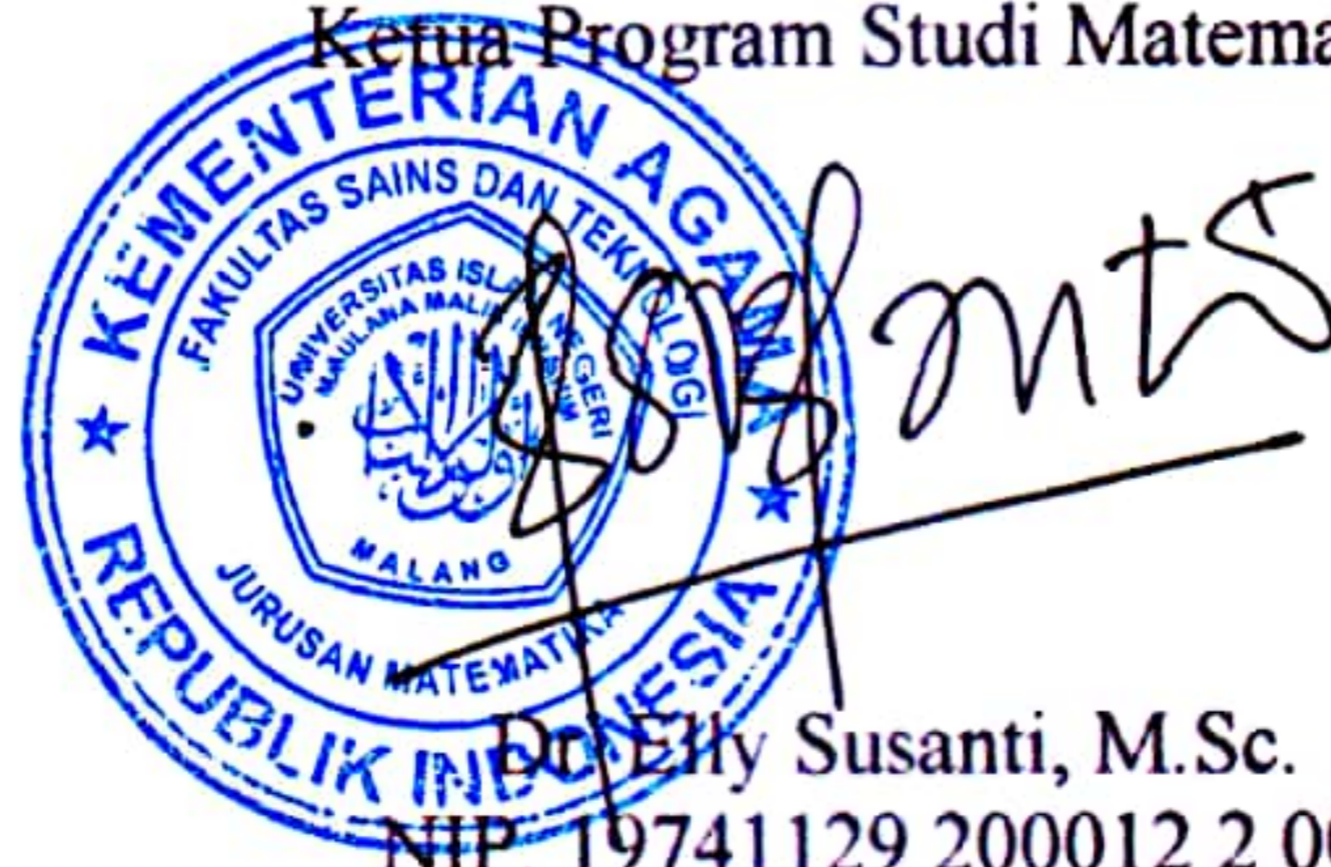
Prof. Dr. H. Turmudi, M. Si., Ph.D.
NIP. 19571005 198203 1 006

Dosen Pembimbing II



Dr. Fachrur Rozi, M.Si.
NIP. 19800527 200801 1 012

Mengetahui,
Ketua Program Studi Matematika



Dr. Elhy Susanti, M.Sc.
NIP. 19741129 200012 2 005

**PENERAPAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY* UNTUK
MENGANALISIS TINGKAT KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KONTRAK PERJANJIAN JAMA'AH UMRAH**

SKRIPSI

Oleh
Khuriyatul Fajrin Nada
NIM. 19610107

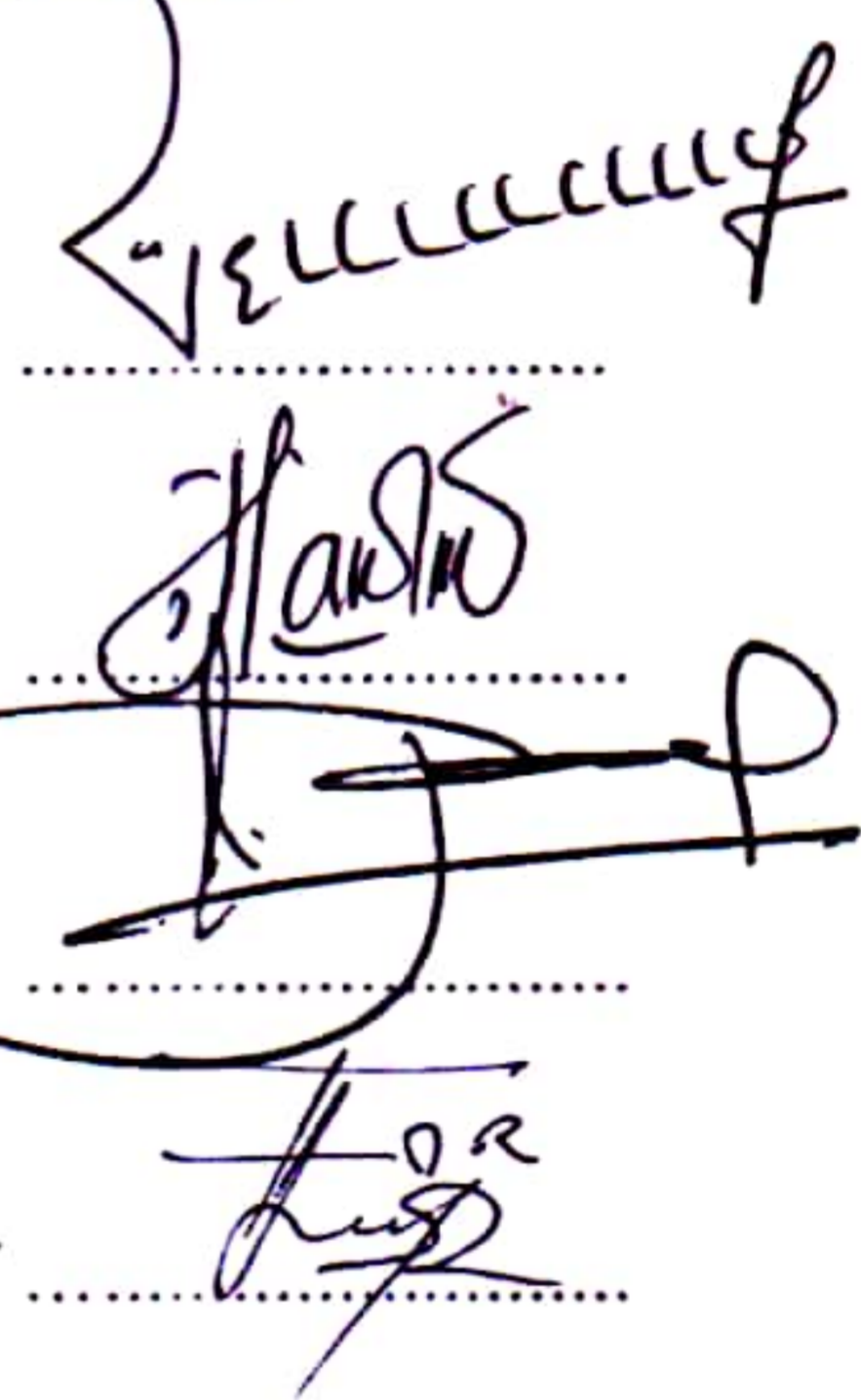
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Matematika (S.Mat)
Tanggal, 26 Desember 2023

Ketua Penguji : Evawati Alisah, M.Pd.

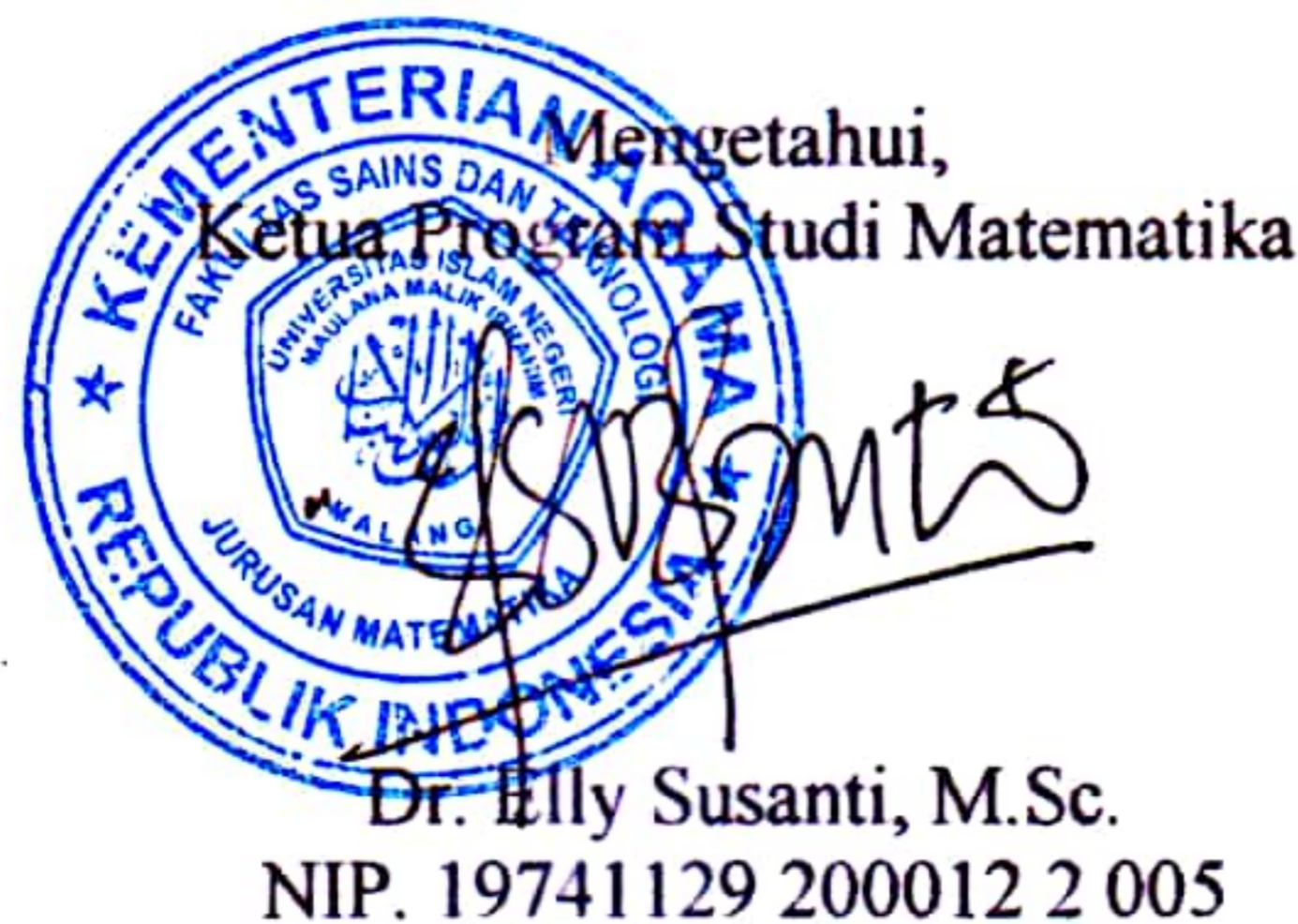
Anggota Penguji 1 : Intan Nisfulaila, M.Si.

Anggota Penguji 2 : Prof. Dr. H. Turmudi, M. Si., Ph.D.

Anggota Penguji 3 : Dr. Fachrur Rozi, M.Si.



Mengetahui,
Ketua Program Studi Matematika



Dr. Elly Susanti, M.Sc.
NIP. 19741129 200012 2 005

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Khuriyatul Fajrin Nada
NIM : 19610107
Program Studi : Matematika
Fakultas : Sains dan Teknologi
Judul Skripsi : Penerapan Metode *Fuzzy Service Quality* untuk Menganalisis 'Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kontrak Perjanjian Jama'ah Umrah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan data, tulisan, atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan dan pikiran saya sendiri, kecuali dengan mencantumkan sumber cuplikan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perilaku tersebut.

Malang, 26 Desember 2023
Yang membuat pernyataan,



Khuriyatul Fajrin Nada
NIM. 19610107

MOTO

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah [2] : 286)

“Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan melainkan menguji
kekuatan akarnya”

(Ali bin Abi Thalib)

PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, taburan rahmat, cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku ilmu, kekuatan, dan kemudahan hingga akhirnya skripsi yang sederhana ini telah terselesaikan. Shalawat serta salam selalu terlimpahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW.

Kupersembahkan karya sederhana ini kepada orang yang kukasihi dan kusayangi:

Sebagai tanda bukti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga aku persembahkan karya kecil ini kepada Ibunda (Khotimatul Musa'adah) dan Ayahanda (Syamsudin) yang telah memberikan nasihat, dukungan, do'a, ridho, dan kasih sayang tiada terhingga hingga tidak mungkin dapat aku balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Ibu dan Ayah bangga, karena aku sadar selama ini belum bisa berbuat lebih.

Sebagai tanda terima kasih, aku persembahkan karya kecil ini untuk kakak (Thoriq Dhiya Ulhaqi), adik (Ahmad Najmi Hanifa), dan keluarga besar yang tidak bisa aku sebutkan satu persatu. Terima kasih telah memberikan semangat dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga do'a dan hal-hal baik yang kalian berikan menjadikanku orang yang baik pula.

Buat orang terdekat yaitu pemilik NIM 18110109, terima kasih sudah meluangkan waktu untuk mendengar keluh kesah dan menemani segala proses ini. Sahabat cewe mambu (Fida, Qhonita, dan Alya) dan teman-teman jurusan matematika angkatan 2019 yang selalu memberikan motivasi, dukungan, saran, dan nasihat sehingga aku bisa bersemangat untuk menyelesaikan skripsi.

Terakhir, untuk diriku sendiri. Terima kasih sudah bisa bertahan hingga sejauh ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat, rahmat, nikmat serta hidayah-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Penerapan Metode *Fuzzy Service Quality* untuk Menganalisis Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kontrak Perjanjian Jama'ah Umrah” dapat diselesaikan oleh peneliti. Salawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umat manusia menuju jalan kebenaran yakni *ad-Din al-Islam*.

Peneliti menyadari skripsi ini tidak bisa diselesaikan oleh peneliti sendiri, tetapi banyak yang telah berkontribusi dengan memberikan waktu, pemikiran, dan tenaga mereka untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, pada halaman persembahan ini dengan kerendahan hati serta ketulusan hati, peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A., selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Sri Harini, M.Si., selaku dekan Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Elly Susanti, M.Sc., selaku ketua Program Studi Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Prof. Dr. H. Turmudi, M. Si., Ph.D., selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, nasihat, do'a dan motivasi kepada penulis.
5. Dr. Fachrur Rozi, M.Si., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, nasihat, do'a dan motivasi kepada penulis.
6. Evawati Alisah, M.Pd., M.Si., selaku dosen penguji skripsi yang senantiasa memberi arahan, nasehat, dan berbagai pelajaran yang berarti bagi penulis.
7. Intan Nisfulaila, M.Si., selaku dosen penguji skripsi yang senantiasa memberi arahan, nasehat, dan berbagai pelajaran yang berarti bagi penulis.

8. Seluruh dosen Program Studi Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim yang telah memberikan ilmu selama perkuliahan.
9. Ayahanda Syamsudin dan Ibunda Khotimatul Musa'adah yang telah memberikan do'a, semangat dan dukungan kepada penulis baik dari segi materi maupun batin selama menimba ilmu di bangku kuliah.
10. Kakak Thoriq Dhiya Ulhaqi dan Adik Ahmad Najmi Hanifa yang menjadi motivasi sekaligus penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Teman-teman angkatan program studi matematika 2019 yang berbagi pengalaman selama menuntut ilmu di bangku perkuliahan.

Peneliti menyadari dalam penelitian skripsi ini masih jauh dari kata 'sempurna'. Oleh karena itu, peneliti membutuhkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sebagai pertimbangan peneliti dalam memperbaiki kekurangan penelitian skripsi.

Malang, 26 Desember 2023

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR SIMBOL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
مستخلص البحث.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian.....	8
1.6 Definisi Istilah	8
BAB II KAJIAN TEORI.....	10
2.1 Teori <i>Fuzzy</i>	10
2.1.1 Logika <i>Fuzzy</i>	10
2.1.2 Himpunan <i>Fuzzy</i>	10
2.1.3 Fungsi Keanggotaan	12
2.2 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	17
2.2.1 Kualitas Pelayanan (<i>Fuzzy Service Quality</i>).....	17
2.2.2 Kepuasan Pelanggan	18
2.2.3 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan ..	19
2.3 <i>Fuzzy Service Quality</i>	20
2.3.1 Uji Validitas.....	23
2.3.2 Uji Reliabilitas	24
2.4 Persepsi	25
2.5 Harapan.....	25
2.6 PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar	26
2.7 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Lokasi Penelitian	30
3.3 Sumber Data	30
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Tahapan Penelitian.....	33

BAB IV PEMBAHASAN.....	36
4.1 Penentuan Jumlah Populasi dan Sampel.....	36
4.1.1 Populasi.....	36
4.1.2 Sampel	36
4.2 Pembentukan Variabel.....	37
4.3 Uji Validitas.....	39
4.4 Uji Reliabilitas	40
4.5 Rekapitulasi Data.....	41
4.6 Pembentukan Domain.....	42
4.7 Menentukan <i>Membering Function</i>	42
4.8 Perhitungan <i>Fuzzy Service Quality</i>	44
4.8.1 <i>Fuzzifikasi</i>	44
4.8.2 <i>Defuzzifikasi</i>	46
4.8.3 Perhitungan Gap	47
4.9 Interpretasi Hasil yang Diperoleh dan Kaitannya dengan Kualitas Pelayanan Menurut Islam	50
BAB V PENUTUP.....	54
5.1 Kesimpulan	54
5.2 Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	59
RIWAYAT HIDUP.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel Pernyataan	31
Tabel 4.1	Jumlah Jama'ah di PT Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar Tahun 2022.....	36
Tabel 4.2	Atribut Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>).....	38
Tabel 4.3	Atribut Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	38
Tabel 4.4	Atribut Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>).....	38
Tabel 4.5	Atribut Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>).....	39
Tabel 4.6	Atribut Dimensi Empati (<i>Empathy</i>)	39
Tabel 4.7	Uji Validitas	39
Tabel 4.8	Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.9	Domain Himpunan <i>Fuzzy</i>	42
Tabel 4.10	<i>Fuzzifikasi</i> Persepsi	45
Tabel 4.11	<i>Fuzzifikasi</i> Harapan	45
Tabel 4.12	<i>Defuzzifikasi</i> Persepsi dan Harapan	46
Tabel 4.13	Perhitungan Gap Per Indikator Harapan	47
Tabel 4.14	Perhitungan Gap Per Variabel.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logika Tegas (Kiri) dan Logika <i>Fuzzy</i> (Kanan)	10
Gambar 2.2	Representasi Linier Naik	13
Gambar 2.3	Representasi Linier Turun	13
Gambar 2.4	Representasi Kurva Segitiga	14
Gambar 2.5	Representasi Kurva Trapesium	15
Gambar 2.6	Representasi Kurva Bentuk Bahu.....	16
Gambar 2.7	Konsep Kepuasan Pelanggan	19
Gambar 4.1	Kurva <i>Membership Function</i>	43

DAFTAR SIMBOL

a	: Nilai batas bawah dari <i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i>
b	: Nilai batas tengah dari <i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i>
c	: Nilai batas atas dari <i>Triangular Fuzzy Number (TFN)</i>
i	: Kriteria variable linguistik (1, 2, 3, ...)
j	: Variabel linguistik
n	: Jumlah responden per tingkat kepentingan
$\mu(B \cap C)$: <i>Defuzzifikasi</i>
$\mu_B(x)$: Batas tengah <i>fuzzifikasi</i>
$\mu_C(y)$: Batas atas <i>fuzzifikasi</i>
r	: Korelasi <i>product moment</i>
N	: Cacah subjek uji coba
X	: Skor yang diperoleh subyek dari item
Y	: Skor total yang diperoleh dari seluruh item
ΣX	: Jumlah skor dalam distribusi X
ΣY	: Jumlah skor dalam distribusi Y
ΣX^2	: Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X
ΣY^2	: Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y
XY	: Jumlah perkalian skor yang diperoleh subyek dari seluruh item (X) dan skor total yang diperoleh dari seluruh item (Y)
α	: Reliabilitas kuesioner
k	: Banyaknya butir dalam skala pengukuran tiap masing-masing variabel
S_i^2	: Varian dari butir pernyataan ke- i pada setiap variabel
S_p^2	: Varian dari skor total tiap variabel

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Daftar Jama'ah Tahun 2022	59
Lampiran 2.	Hasil Kuesioner	65
Lampiran 3.	Tabel <i>r Product Moment</i>	66
Lampiran 4.	Uji Validitas.....	67
Lampiran 5.	Uji Reliabilitas	73

ABSTRAK

Nada, Khuriyatul Fajrin, 2023. **Penerapan Metode *Fuzzy Service Quality* untuk Menganalisis Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kontrak Perjanjian Jama'ah Umrah**. Skripsi. Program Studi Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing: I) Prof. Dr. H. Turmudi, M.Si., M.Pd., II) Dr. Fachrur Rozi, M.Si.

Kata kunci: Metode *Fuzzy Service Quality*, Logika *Fuzzy*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Jama'ah Umrah.

Metode *service quality* adalah metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya berdasarkan gap yang terjadi antara persepsi dan harapan pelanggan. Metode *fuzzy service quality* dapat digunakan untuk menganalisis kepuasan pelayanan seperti pada biro perjalanan umrah. Metode ini memiliki lima dimensi yaitu, bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sedangkan konsep logika *fuzzy* digunakan untuk membantu responden memberi nilai yang lebih obyektif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan langkah penerapan metode *fuzzy service quality* untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kontrak perjanjian jama'ah umrah. Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan penilaian dari jama'ah umrah melalui wawancara terstruktur berupa kuesioner. Dari hasil kuesioner, selanjutnya dilakukan perhitungan *fuzzifikasi*, *defuzzifikasi*, dan nilai gap. Nilai gap didapat berdasarkan selisih data persepsi dengan harapan. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar belum memenuhi harapan dari jama'ah umrah. Hal ini dapat diketahui dari hasil gap untuk seluruh dimensi pelayanan yang bernilai negatif. Hasil gap terbesar dari dimensi *service quality* yang menduduki peringkat 1 diperoleh oleh dimensi *empathy* sebesar $-0,359$, sehingga dimensi tersebut menjadi perhatian utama untuk ditingkatkan lagi kualitasnya. Gap terbesar selanjutnya yang menduduki peringkat ke 2 diperoleh oleh dimensi *reliability* sebesar $-0,353$. Dimensi *responsiveness* menduduki peringkat ke 3 dengan nilai gap sebesar $-0,293$. Peringkat ke 4 diperoleh dimensi *assurance* dengan nilai gap sebesar $-0,226$ dan perolehan gap terkecil diperoleh oleh dimensi *tangible* sebesar $-0,159$.

ABSTRACT

Nada, Khuriyatul Fajrin, 2023. **Application of Fuzzy Service Quality Method to Analyze the Level of Service Quality of Umrah Pilgrim Agreement Contracts.** Thesis. Mathematics Study Program, Faculty of Science and Technology, Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisors: I) Prof. Dr. H. Turmudi, M.Si., Ph.D., II) Dr. Fachrur Rozi, M.Si.

Keywords: Fuzzy Service Quality Method, Fuzzy Logic, Service Quality, Customer Satisfaction, Umrah Jama'at.

The service quality method is a method used to determine the criteria whose service quality must be improved based on the gap that occurs between customer perception and expectations. The fuzzy service quality method can be used to analyze service satisfaction such as in Umrah travel agencies. This method has five dimensions namely, physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. While the concept of fuzzy logic is used to help respondents give a more objective value. This study aims to describe the steps of applying the fuzzy service quality method to analyze the level of service quality against the Umrah pilgrim agreement contract. This research was conducted by collecting assessments from Umrah pilgrims through structured interviews in the form of questionnaires. From the results of the questionnaire, the calculation of fuzzification, defuzzification, and gap value are carried out. The gap value is obtained based on the difference between perception data and expectations. The results of this study showed that the services provided by PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar has not fulfilled the expectations of Umrah pilgrims. This can be seen from the gap results for all dimensions of service that are negative. The biggest gap result from the service quality dimension which was ranked first was obtained by the empathy dimension of $-0,359$, so this dimension is a major concern for further improving its quality. The next biggest gap which was ranked second was obtained by the reliability dimension of $-0,353$. The responsiveness dimension was ranked third with a gap value of $-0,293$. The fourth rank was obtained by the assurance dimension with a gap value of $-0,226$ and the smallest gap was obtained by the tangible dimension of $-0,159$.

مستخلص البحث

ندى، خوريات الفجر، ٢٠٢٣. تطبيق أسلوب جودة الخدمة الضبابية لتحليل مستوى جودة الخدمة لعقود الاتفاق عند جماعة العمرة. البحث العلمي. قسم الرياضيات، كلية العلوم والتكنولوجيا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف: (١) البروفيسور الدكتور. ترمودي، الماجستير. (٢) الدكتور. فخرو الرازي، الماجستير.

الكلمات الرئيسية: أسلوب جودة الخدمة الضبابية، المنطق الضبابي، جودة الخدمة، رضا العملاء، جماعة العمرة.

طريقة جودة الخدمة هي طريقة تستخدم لتحديد المعايير التي يجب تحسين جودة الخدمة بناء على الفجوة التي تحدث بين تصور العميل وتوقعاته. يمكن استخدام طريقة جودة الخدمة الضبابية لتحليل رضا الخدمة كما هو الحال في وكالات سفر العمرة. هذه الطريقة لها خمسة أبعاد وهي الأدلة المادية والموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف. بينما يستخدم مفهوم المنطق الضبابي لمساعدة المستجيبين على إعطاء قيمة أكثر موضوعية. هدف هذا الدراسة إلى وصف خطوات تطبيق أسلوب جودة الخدمة الضبابية لتحليل مستوى جودة الخدمة مقابل عقود الاتفاق عند جماعة العمرة. تم إجراء هذا البحث من خلال جمع التقييمات من المعتمرين من خلال مقابلات منظمة في شكل الاستبانة. من نتائج الاستبانة، ثم تم حساب التشويش، وإزالة التشويش، وقيمة الفجوة. تم الحصول على قيمة الفجوة بناء على الفرق بين بيانات الإدراك والتوقعات. بناء على نتائج هذا البحث تبين أن الخدمات التي تقدمها شركة نبيل هبة الله (Enha) بليتار لم تحقق توقعات المعتمرين. ويمكن ملاحظة ذلك من نتائج الفجوة لجميع أبعاد الخدمة السلبية. إن أكبر فجوة ناتجة عن بُعد جودة الخدمة الذي يحتل المرتبة الأولى يتم التقاطها بواسطة بُعد التعاطف، بحيث يكون هذا البعد مرة أخرى مصدر قلق كبير للتحسين. تم الحصول على الفجوة الأكبر التالية في المركز الثاني في بُعد الموثوقية البالغ ٠.٣٥٩. استجابة ٠.٣٥٣ - تحتل المرتبة الثالثة بقيمة فجوة. تم الحصول على المرتبة الرابعة في بُعد الضمان البالغ ٠.٢٩٣ - بنفس قيمة الفجوة وتم الحصول على أصغر فجوة في بعد المادية ٠.٢٢٦ - البالغ ٠.١٥٩.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fuzzy secara bahasa diartikan sebagai kabur atau samar-samar. Istilah sistem *fuzzy* tidak mengacu kepada suatu sistem yang samar atau tidak jelas cara kerja, definisi atau deskripsinya. Sebaliknya, sistem *fuzzy* merupakan sebuah sistem yang dibangun dengan cara kerja, definisi dan deskripsi yang jelas berdasarkan teori *fuzzy logic* atau *logika fuzzy* (Hapiz, 2017). Artinya, meskipun suatu keadaan yang ingin direpresentasikan menggunakan sistem *fuzzy* yang bersifat samar, sistem *fuzzy* tersebut mempunyai deskripsi dan pengertian cara kerja yang jelas berdasarkan pada teori logika *fuzzy*. Konsep logika *fuzzy* memiliki nilai kemungkinan antara 0 sampai 1 untuk menyatakan kebenaran. Hal yang mendasari terbentuknya logika *fuzzy* adalah teori himpunan *fuzzy*. Dalam teori himpunan *fuzzy* yang memiliki peranan penting untuk menentukan keberadaan elemen adalah derajat keanggotaan.

Pada prinsipnya himpunan *fuzzy* adalah perluasan dari himpunan *crisp*, yaitu himpunan yang membagi sekelompok individu ke dalam kategori anggota dan bukan anggota (Kartika, 2017). Sebenarnya konsep logika *fuzzy* sudah mulai diperkenalkan sejak tahun tiga puluhan. Ilmuan matematika J. Lukawiesic memiliki teori logika yang bernilai banyak yang menghasilkan konsep himpunan samar namun tidak mengalami perkembangan. Baru pada tahun 1965 ilmuan matematika bernama Prof. L.A. Zadeh dari California University mengembangkan untuk pertama kali teori himpunan *fuzzy*.

Kelebihan menggunakan metode logika *fuzzy* ialah konsep logika *fuzzy* mudah dimengerti, konsep matematis yang mendasari penalaran *fuzzy* sangat sederhana dan mudah dimengerti. Logika *fuzzy* sangat fleksibel dan memiliki toleransi terhadap data-data yang tidak tepat. Logika *fuzzy* juga mampu memodelkan fungsi-fungsi *nonlinear* yang sangat kompleks dan dapat membangun serta mengaplikasikan pengalaman-pengalaman para pakar secara langsung tanpa harus melalui proses pelatihan.

Pada era globalisasi saat ini, persaingan usaha bagi penyedia jasa pelayanan semakin ketat, sehingga perusahaan harus mampu bersaing dengan kompetitor penyedia jasa dibidang yang sama. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan dituntut untuk mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya dengan memberikan kualitas pelayanan yang optimal agar dapat mempertahankan serta meningkatkan jumlah konsumen yang menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan (Frieyadi & Alramur, 2017). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2007). Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat pelayanan yaitu metode *fuzzy service quality*. *Fuzzy service quality* adalah teori

himpunan *fuzzy* yang merupakan alat untuk pemodelan ketidakpastian yang berhubungan dengan kesamaran, ketidakpastian dan kekurangan informasi mengenai elemen-elemen tertentu dari problem yang dihadapi. Sedangkan metode *service quality* adalah metode untuk mengukur kualitas pelayanan yang terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Jadi dengan adanya gabungan metode *fuzzy service quality* mencegah pandangan individu yang tidak pasti atau (samar) terhadap penilaian persepsi dan harapan yang diinginkan (Suprayogi dkk, 2017). *Fuzzy service quality* dapat diterapkan dalam suatu permasalahan tentang sebuah pelayanan. Salah satu penerapan *fuzzy service quality* adalah tentang biro travel perjalanan ibadah umrah.

Semua umat Islam di seluruh dunia berlomba-lomba untuk mendaftarkan haji, baik haji reguler ataupun haji plus untuk mewujudkan impian mereka. Namun, karena prosedur yang panjang atau daftar tunggu keberangkatan haji yang lama, beberapa orang tidak dapat berangkat. Oleh karena itu, jama'ah haji tetap bisa melakukan perjalanan ke Mekkah dan Madinah dengan menunaikan ibadah umrah, yang merupakan pilihan lain dari ibadah haji. Serangkaian ibadah yang dikenal dengan umrah ini bisa dilakukan kapan saja.

Ibadah umrah merupakan ibadah yang dalam penyelenggaraannya tidak ditangani langsung oleh pemerintah. Maka peluang inilah yang dilirik oleh biro travel perjalanan umrah. Semakin banyak biro travel perjalanan umrah yang berpartisipasi dalam proses pelaksanaan umrah, maka akan menimbulkan persaingan antara biro travel satu dengan yang lainnya. Hal ini akan mempersulit jama'ah untuk menemukan lembaga atau biro travel yang dapat memberikan

pelayanan yang baik. Semuanya berlomba-lomba menawarkan paket dan program umrah yang menarik, meliputi pembinaan, pelayanan, dan perlindungan dengan kelebihan fasilitas yang berbeda-beda. Jika jama'ah mendapatkan pelayanan atau jasa yang baik maka akan merasa puas, yang pada akhirnya akan menimbulkan loyalitas jama'ah kepada pengelola biro travel. Dan jika jama'ah mendapatkan pelayanan atau jasa yang buruk maka jama'ah akan merasa tidak puas, yang pada akhirnya akan menimbulkan kekecewaan jama'ah kepada pengelola biro travel.

Ciri pelayanan yang baik yang dapat memuaskan jama'ah adalah pegawai yang profesional, sarana dan prasarana yang tersedia dengan mudah, tersedianya segala barang yang diinginkan, bertanggung jawab kepada setiap jama'ah dari awal sampai akhir, kemampuan melayani secara mandiri dengan cepat dan tepat, komunikasi yang jelas, dan pengetahuan umum lainnya, serta kemampuan untuk menimbulkan rasa percaya diri pada jama'ah (Kasturiani, 2018).

Saat ini, kepuasan pelanggan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pihak, baik pemerintah, pelaku bisnis, konsumen, dan sebagainya. Hal ini disebabkan semakin baiknya pemahaman terhadap kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan kompetisi di dunia bisnis. Kompetisi (perlombaan/persaingan) merupakan hal yang penting dalam kehidupan, karena kompetisi memiliki tujuan untuk mengukur seberapa mampu sebuah perusahaan dapat memberikan pelayanan terbaik untuk konsumennya. Namun dalam berkompetisi, kita umat Islam dituntut untuk jujur karena kita ketahui kompetisi yang tidak sehat sangat dilarang oleh Allah swt. Seperti yang disebutkan dalam surat Al-Baqarah:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٍ هُوَ مُوَلِّيهَا ۖ فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ ۚ إِنَّ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: "Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sesungguhnya Allah Mahakuasa atas segala sesuatu."

Kepuasan konsumen mendasari perusahaan melakukan kompetisi untuk meningkatkan pelayanan yang terbaik agar konsumen tetap menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Allah SWT mengisyaratkan kompetisi dengan kata "berlomba-lombalah" (Taufik, 2004). Berlomba-lomba dalam kebaikan atau dalam bahasa Arab disebut *fastabiqul khairat* merupakan salah satu amalan yang dianjurkan dalam Islam. Amalan inilah yang akan memberatkan timbangan kebaikan kelak di akhirat. Salah satu contoh orang yang mengamalkan *fastabiqul khairat* adalah Nabi kita Nabi Muhammad SAW. Allah SWT telah menjadikan sosok Nabi Muhammad SAW sebagai teladan bagi seluruh umat manusia. Keteladanan Nabi Muhammad SAW tidak hanya dimulai setelah diangkat sebagai seorang Nabi dan Rasul, tetapi keteladanan tersebut telah ada sebelum kerasulannya karena Allah SWT telah memilih dan menyiapkan sejak kelahirannya di dunia.

Dunia usaha kini memerlukan contoh *entrepreneur* (pebisnis) yang bisa sukses tanpa harus bertumpu pada modal dan uang tetapi bisa bertumpu pada kompetensi dan kepercayaan (Antonio, 2007). Nabi Muhammad SAW adalah contoh nyata pebisnis yang sukses dan contoh seorang manajemen yang tidak diragukan lagi kehebatannya. Rasulullah SAW selalu mementingkan mitra dagangnya (bisnis), dan selalu menjaga kualitas pelayanan terhadap

konsumennya. Kepuasan pelanggan tidak terlepas dari bagus tidaknya suatu perusahaan memberikan pelayanan kepada konsumen.

Pada dasarnya produk dari sebuah perusahaan biro travel adalah sebuah jasa, karena perusahaan memasarkan sebuah jasa yang berupa pelayanan dan fasilitas. Menyadari bahwa masyarakat muslim di Indonesia membutuhkan suatu kepuasan dalam pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh biro travel umrah khususnya di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar, oleh karena itu PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar harus memberikan sebuah pelayanan dan fasilitas yang bagus kepada jama'ah.

Beberapa penelitian terdahulu, tentang kualitas pelayanan diantaranya Na'imatul Hanim (Hanim, 2020) yang menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan fasilitas terhadap kepuasan jama'ah umrah di Al-Marwah Trans Tour Travel Umrah Ponorogo. Metode yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi linier berganda. Penelitian lainnya dilakukan oleh Umi Sholihah (Sholihah, 2021) yang menggunakan metode *fuzzy service quality* untuk analisis kepuasan masyarakat terhadap pelayanan administrasi kependudukan (studi kasus pada Kecamatan Kesugihan). Studi menggunakan 5 variabel, dengan angket (kuisisioner) sebagai alat penelitian. Penelitian lainnya, dilakukan Rizqya Puteri Kinasih (Kinasih, 2022) yang menganalisis atribut kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *fuzzy service quality* (studi kasus pada Resto Yum Chicken Yogyakarta).

Berdasarkan penjelasan di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Penerapan Metode *Fuzzy Service Quality* untuk Menganalisis Tingkat Kualitas Pelayanan terhadap Kontrak Perjanjian Jama'ah Umrah", untuk

menganalisis sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak perusahaan. Pendekatan *service quality* digunakan untuk menentukan atribut serta mengukur kesenjangan (gap) antara harapan dengan persepsi konsumen terhadap suatu pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana prosedur penerapan metode *fuzzy service quality* untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kontrak perjanjian jama'ah umrah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan langkah penerapan metode *fuzzy service quality* untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kontrak perjanjian jama'ah umrah.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini bisa bermanfaat untuk berbagai pihak sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan tambahan pengetahuan dan pengalaman tentang pemecahan masalah di lingkungan perusahaan. Penelitian ini juga sebagai penerapan teori-teori yang sebelumnya telah diperoleh peneliti selama kegiatan perkuliahan khususnya dibidang pelayanan jasa

2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam menyempurnakan kebijaksanaan manajemen terutama dalam bidang peningkatan kualitas pelayanan.

3. Bagi Pembaca

Manfaat bagi kalangan pembaca yang diharapkan dari penelitian skripsi ini adalah dapat memberikan informasi yang bermanfaat dan dapat menambah pengetahuan dan referensi bagi pembaca.

1.5 Batasan Penelitian

Supaya fokus penyelesaian masalah penelitian yang akan dicapai dengan maksimal, maka masalah penelitian dibatasi menjadi tiga yaitu:

1. Fungsi keanggotaan direpresentasikan menggunakan kurva segitiga.
2. Data yang digunakan berupa data jama'ah umrah pada tahun 2022 yang bersumber dari PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar.
3. Melakukan indeks wawancara dengan alat pengumpulan data berupa kuisioner.

1.6 Definisi Istilah

Terdapat definisi-definisi pada penelitian sebagai berikut:

1. Logika *fuzzy* merupakan cabang ilmu matematika yang mempunyai fungsi untuk memberikan pemodelan pemecahan masalah seperti yang dilakukan manusia dengan bantuan teknologi komputer. *Fuzzy* sendiri memiliki arti

samar. Oleh karena itu, maksud dari logika kabur sendiri berarti nilai yang bisa benar atau bisa memiliki salah secara bersamaan.

2. Himpunan *fuzzy* adalah pengelompokan sesuatu berdasarkan variabel bahasa (linguistik variable), yang dinyatakan dengan fungsi keanggotaan, dalam semesta U.
3. Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.
4. *Fuzzy service quality* adalah suatu teori himpunan *fuzzy* yang dijadikan sarana dalam mempresentasikan ketidakpastian dan merupakan alat untuk memodelkan ketidakpastian yang berkaitan dengan kesamaran, ketidakpastian serta kekurangan mengenai informasi yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

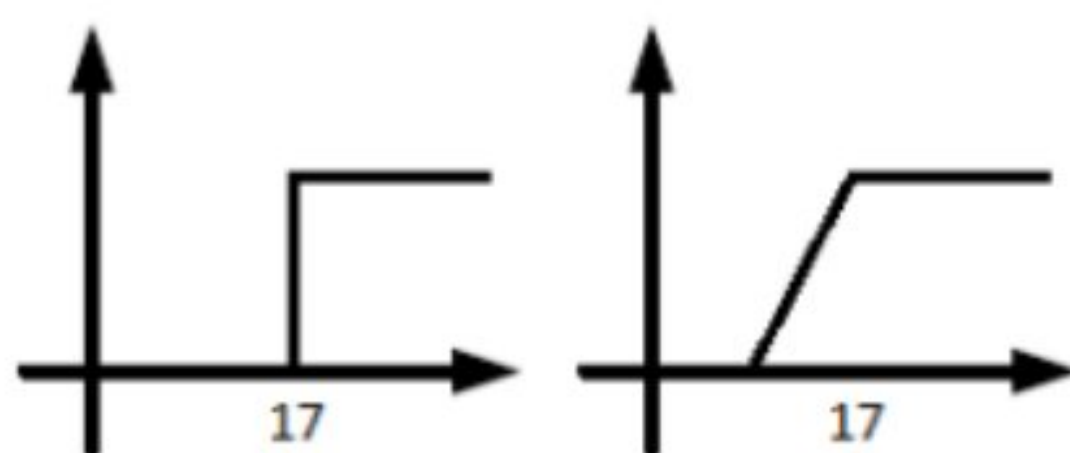
BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Teori *Fuzzy*

2.1.1 Logika *Fuzzy*

Dalam bahasa Inggris, *fuzzy* mempunyai arti kabur atau tidak jelas. Jadi, logika *fuzzy* adalah logika yang kabur, atau mengandung unsur ketidakpastian. Pada logika biasa, yaitu logika tegas, kita hanya mengenal dua nilai, salah atau benar, 0 atau 1. Sedangkan logika *fuzzy* mengenal nilai antara benar dan salah. Kebenaran dalam logika *fuzzy* dapat dinyatakan dalam derajat kebenaran yang nilainya antara 0 sampai 1. Misalnya dalam kehidupan sehari-hari, dewasa didefinisikan dengan berusia 17 tahun ke atas. Jika menggunakan logika tegas, seseorang yang berusia 17 tahun kurang 1 hari akan didefinisikan sebagai tidak dewasa. Namun dalam logika *fuzzy*, orang tersebut dapat dinyatakan dengan hampir dewasa (Saelan, 2009). Diilustrasikan seperti pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Logika Tegas (kiri) dan Logika Fuzzy (kanan)
Sumber : Saelan (2009)

2.1.2 Himpunan *Fuzzy*

Pada tahun 1965, Lotfi Zadeh memodifikasi teori himpunan dimana setiap anggotanya memiliki derajat keanggotaan yang bernilai kontinu antara 0 dan 1. Himpunan ini disebut dengan himpunan *fuzzy* (Kusumadewi, 2010). Himpunan

fuzzy didasarkan pada gagasan untuk memperluas jangkauan fungsi karakteristik dari himpunan tegas sedemikian hingga fungsi tersebut akan mencakup bilangan real dari interval 0 dan 1. Nilai 0 menunjukkan salah, nilai 1 menunjukkan benar, dan masih ada nilai-nilai yang terletak antara benar dan salah (Kusumadewi, 2010). Pernyataan tersebut jelas bahwa nilai pada himpunan *fuzzy* tidak hanya mutlak dikatakan benar atau salah namun juga ada nilai yang berada diantaranya.

Keberadaan suatu anggota dalam himpunan *fuzzy* dinyatakan dengan derajat keanggotaan dalam interval 0 dan 1. Suatu anggota himpunan *fuzzy* akan semakin mendekati nilai kebenarannya jika derajat keanggotaannya semakin mendekati nilai 1. Setiap anggota pada himpunan *fuzzy* bersifat tunggal, artinya masing-masing anggota pada himpunan *fuzzy* pasti memiliki derajat keanggotaan.

Himpunan *fuzzy* memiliki dua atribut, yaitu:

1. Linguistik, yaitu penamaan suatu grup yang mewakili suatu keadaan atau kondisi tertentu dengan menggunakan bahasa alami.
2. Numeris, yaitu suatu nilai (angka) yang menunjukkan ukuran dari suatu variabel.

Ada beberapa hal yang perlu diketahui dalam memahami sistem *fuzzy*, yaitu:

1. Variabel *Fuzzy*

Variabel *fuzzy* merupakan bentuk penamaan suatu himpunan *fuzzy* yang hendak dibahas dalam suatu sistem *fuzzy*.

2. Himpunan *Fuzzy*

Himpunan *fuzzy* merupakan suatu grup yang mewakili suatu kondisi atau keadaan tertentu dalam suatu variabel *fuzzy*.

3. Semesta Pembicaraan

Semesta pembicaraan adalah keseluruhan nilai yang diperbolehkan untuk dioperasikan dalam suatu variabel *fuzzy*. Semesta pembicaraan merupakan himpunan bilangan real yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan. Nilai semesta pembicaraan dapat berupa bilangan positif maupun negatif.

4. Domain

Domain himpunan *fuzzy* adalah keseluruhan nilai yang diijinkan dalam semesta pembicaraan dan boleh dioperasikan dalam suatu himpunan *fuzzy*. Seperti halnya semesta pembicaraan, domain merupakan himpunan bilangan real yang senantiasa naik (bertambah) secara monoton dari kiri ke kanan. Nilai domain dapat berupa bilangan positif maupun negatif.

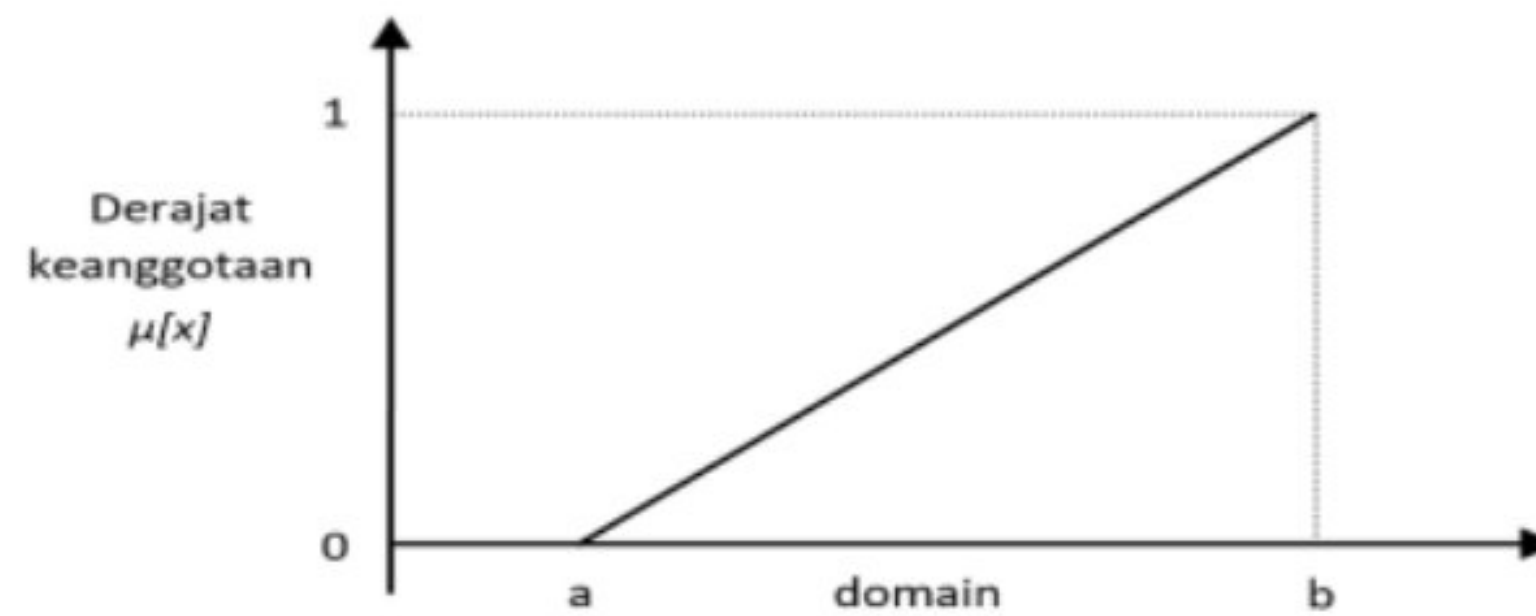
2.1.3 Fungsi Keanggotaan

Menurut Kusumadewi (2004), fungsi keanggotaan (*membership function*) adalah suatu kurva yang menunjukkan pemetaan titik-titik input data ke dalam nilai keanggotaannya (sering juga disebut dengan derajat keanggotaan) yang memiliki interval antara 0 sampai 1. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendapatkan nilai keanggotaan adalah dengan melalui pendekatan fungsi. Ada beberapa fungsi yang bisa digunakan yaitu (Agustin, 2015):

1. Representasi Linier

Pada representasi linier, pemetaan input ke derajat keanggotaannya digambarkan sebagai suatu garis lurus. Ada 2 keadaan himpunan *fuzzy* yang linier. Pertama, kenaikan himpunan dimulai pada nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan nol bergerak ke kanan menuju ke nilai

domain yang memiliki derajat keanggotaan lebih tinggi. Diilustrasikan seperti pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2 Representasi Linier Naik
Sumber : Kusumadewi (2004)

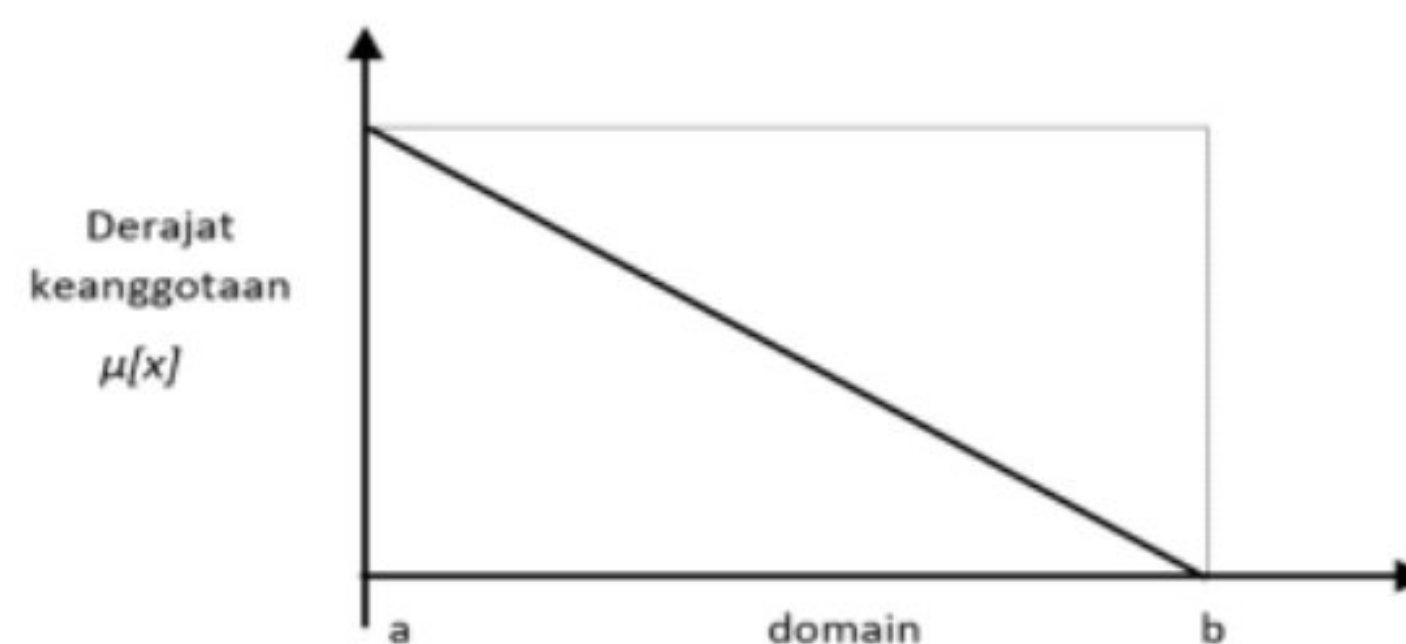
Fungsi Keanggotaan

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ 1; & x \geq b \end{cases} \quad (2.1)$$

Keterangan:

- a = Nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan nol
- b = Nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan satu
- c = Nilai input yang akan dirubah ke dalam himpunan *fuzzy*

Kedua, merupakan kebalikan yang pertama. Garis lurus dimulai dari nilai domain dengan derajat keanggotaan tertinggi pada sisi kiri, kemudian bergerak menurun ke nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan lebih rendah. Diilustrasikan seperti pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Representasi Linier Turun
Sumber : Kusumadewi (2004)

Fungsi Keanggotaan

$$\mu[x] = \begin{cases} 1; & x \leq a \\ \frac{b-x}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ 0; & x \geq b \end{cases} \quad (2.2)$$

Keterangan :

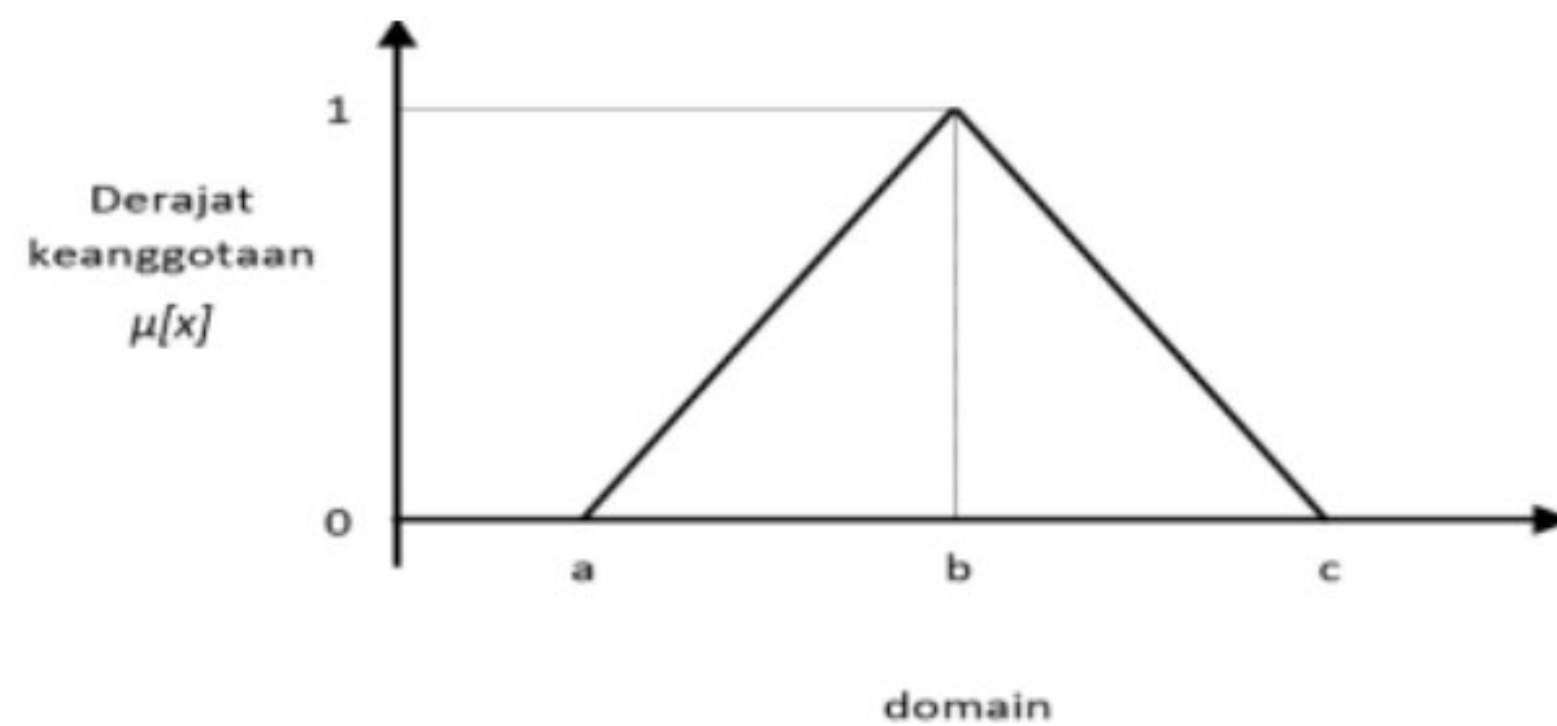
a = Nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan satu

b = Nilai domain yang memiliki derajat keanggotaan nol

c = Nilai input yang akan dirubah ke dalam himpunan *fuzzy*

2. Representasi Kurva Segitiga

Kurva sigitiga pada dasarnya merupakan gabungan antara 2 garis (linier) seperti terlihat pada Gambar 2.4



Gambar 2.4 Kurva Segitiga
Sumber : Kusumadewi (2004)

Fungsi Keanggotaan

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \text{ atau } x \geq c \\ \frac{x-a}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ \frac{c-x}{c-b}; & b \leq x \leq c \end{cases} \quad (2.3)$$

Keterangan:

a = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan nol

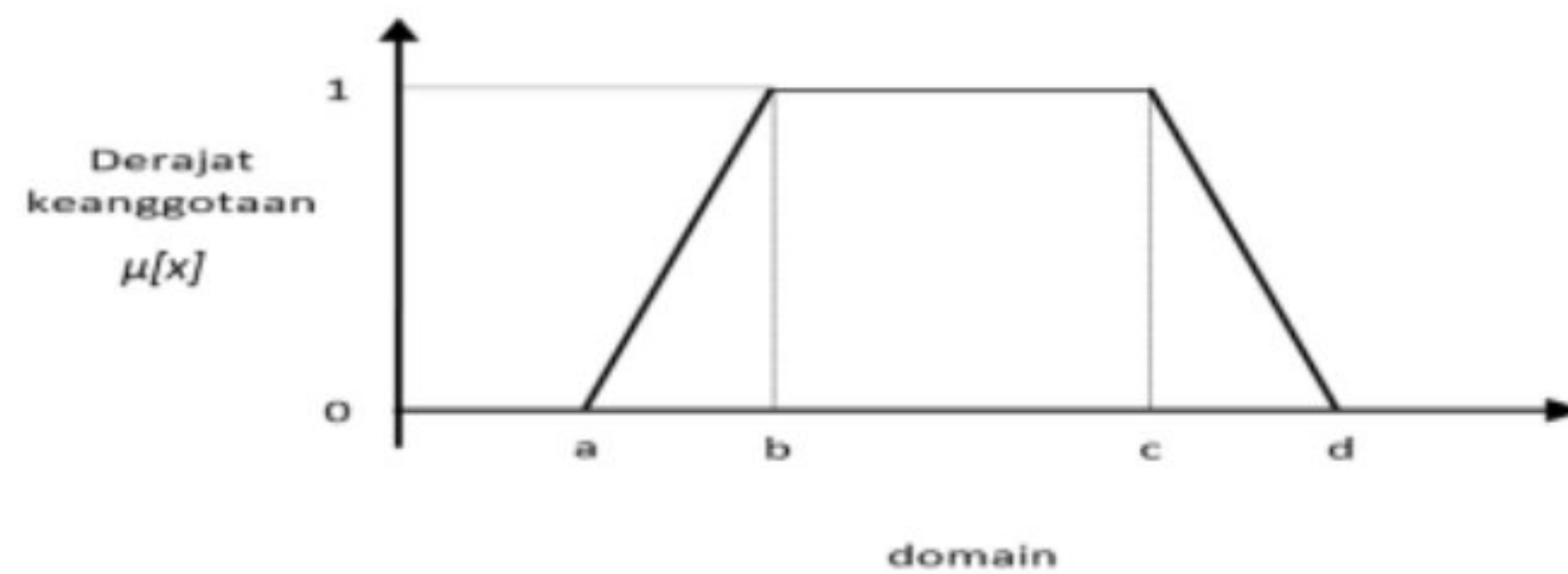
b = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan satu

c = Nilai domain terbesar yang memiliki derajat keanggotaan nol

x = Nilai input yang akan dirubah ke dalam himpunan *fuzzy*

3. Representasi Kurva Trapesium

Kurva trapesium pada dasarnya seperti bentuk kurva segi tiga, hanya saja ada beberapa titik yang memiliki nilai keanggotaan. Diilustrasikan seperti pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5 Kurva Trapesium
Sumber : Kusumadewi (2004)

Fungsi Keanggotaan

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \text{ atau } x \geq d \\ \frac{x-a}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ 1; & b \leq x \leq c \\ \frac{d-x}{d-c}; & c \leq x \leq d \end{cases} \quad (2.4)$$

Keterangan:

a = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan nol

b = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan satu

c = Nilai domain terbesar yang memiliki derajat keanggotaan satu

d = Nilai domain terbesar yang memiliki derajat keanggotaan nol

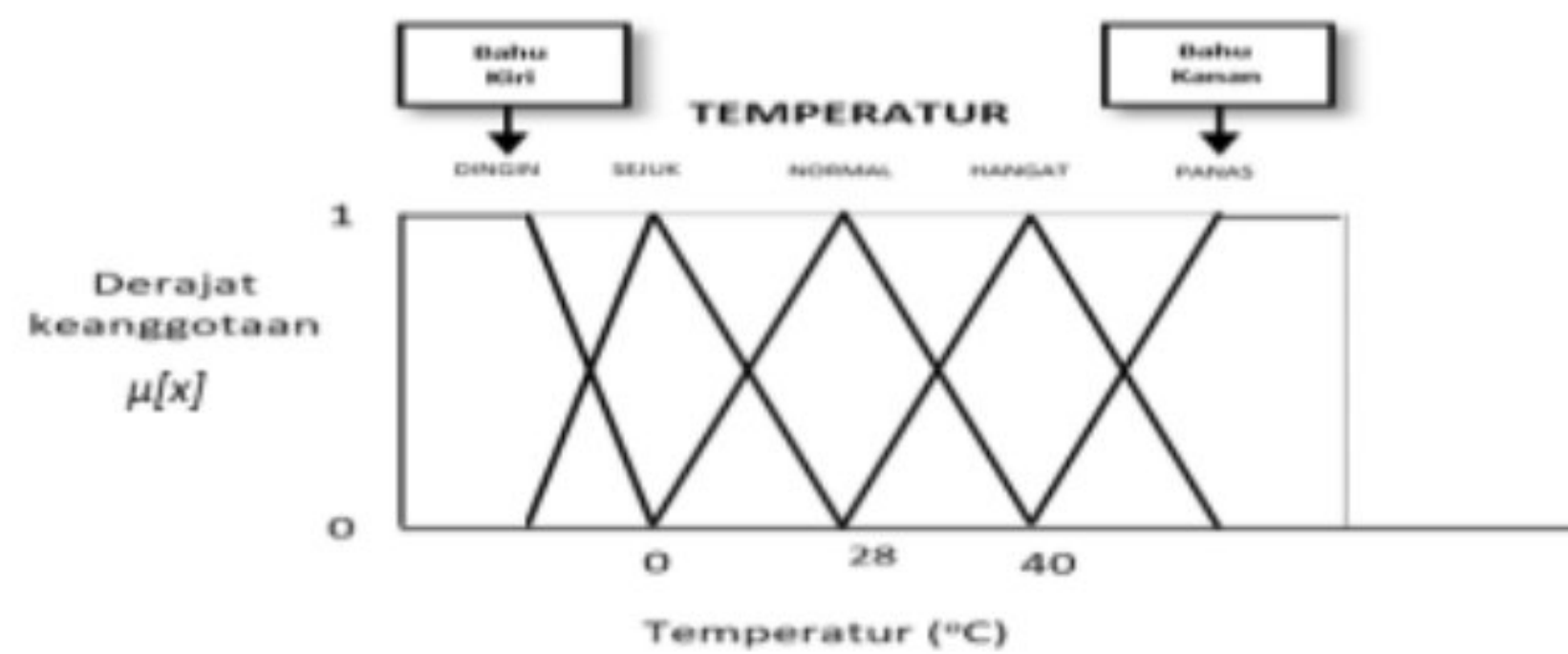
x = Nilai input yang akan dirubah ke dalam himpunan *fuzzy*

4. Representasi Kurva Bentuk Bahu

Daerah yang terletak di tengah-tengah suatu variabel yang direpresentasikan dalam bentuk segitiga, pada sisi kanan dan kirinya akan naik dan turun. Bahu kiri merupakan nilai awal dari suatu variabel yang nilai keanggotaannya turun dari 1 menuju 0. Bahu kiri merupakan nilai

akhir dari suatu variabel yang nilai keanggotaannya naik dari 0 menuju ke

1. Diilustrasikan seperti pada Gambar 2.6.



Gambar 2.6 Representasi Kurva Berbentuk Bahu
Sumber : Kusumadewi (2004)

Fungsi Keanggotaan Turun

$$\mu[x] = \begin{cases} 1; & x \leq a \\ \frac{b-x}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ 0; & x \geq b \end{cases} \quad (2.5)$$

Fungsi Keanggotaan Segitiga

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \text{ atau } x \geq c \\ \frac{x-a}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ \frac{c-x}{c-b}; & b \leq x \leq c \end{cases} \quad (2.6)$$

Fungsi Keanggotaan Naik

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq a \\ \frac{x-a}{b-a}; & a \leq x \leq b \\ 1; & x \geq b \end{cases} \quad (2.7)$$

Keterangan:

a = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan nol

b = Nilai domain terkecil yang memiliki derajat keanggotaan satu

c = Nilai domain terbesar yang memiliki derajat keanggotaan satu

x = Nilai input yang akan dirubah ke dalam himpunan *fuzzy*

2.2 Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

2.2.1 Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Menurut Tjiptono (2007), *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*). Menurut Harto (2015), *service quality* dapat didefinisikan sebagai tingkat ketidakcocokan antara ekspektasi atau keinginan konsumen dan persepsi konsumen. Mereka menyatakan ada 10 dimensi yang diperlukan pelanggan untuk menilai kualitas, antara lain hal-hal yang berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), cepat tanggap/daya tanggap (*responsiveness*), kompetensi (*competence*), kesopanan (*courtesy*), kredibilitas (*credibility*), komunikasi (*communication*), keamanan (*security*), akses (*access*), dan memahami pelanggan (*understanding the customer*). Dari sepuluh dimensi pelayanan tersebut dikelompokkan menjadi lima dimensi *service quality*, yaitu:

1. Bukti fisik (*tangible*), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi perusahaan.
2. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk menyampaikan layanan yang dijanjikan secara akurat sejak pertama kali.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.

4. Jaminan (*assurance*), berkenaan dengan pengetahuan dan ketrampilan pegawai, sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh pegawai, jaminan dari keamanan dalam memberikan pelayanan, sikap sopan dan ramah yang ditunjukkan pegawai, kemampuan pegawai dalam memberikan informasi yang diperlukan oleh masyarakat, serta kemampuan pegawai dalam mengatasi permasalahan yang dialami masyarakat.
5. Empati (*empathy*), berarti bahwa pihak pelayanan mampu memahami kebutuhan dari masyarakat.

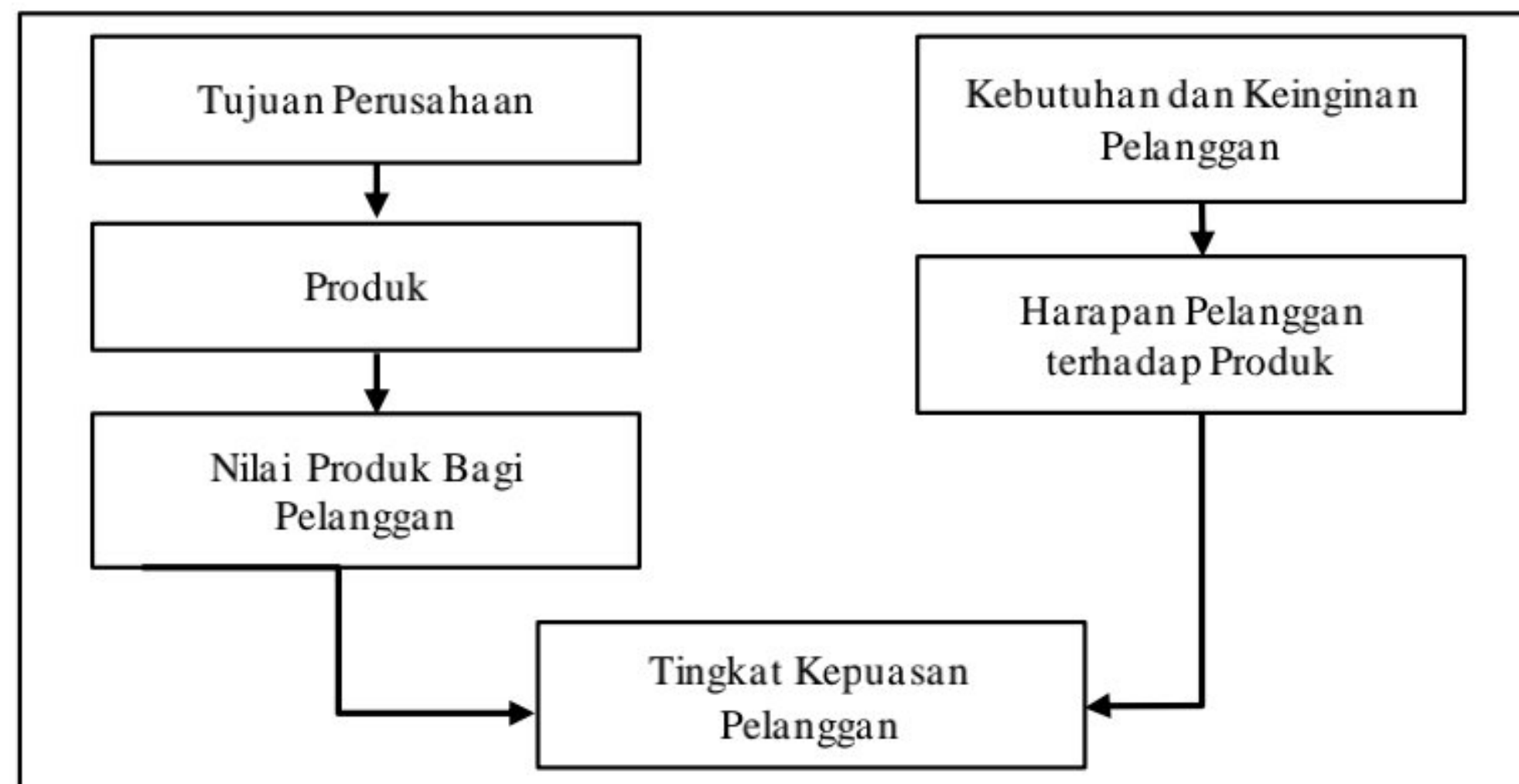
Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, 10 dimensi untuk menilai kualitas pelayanan telah terangkum dan terwakilkan dalam 5 dimensi *service quality*. Menggunakan metode *service quality* dapat digunakan untuk mengetahui aspek-aspek pelayanan mana saja yang harus ditingkatkan.

2.2.2 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Bila kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap tingkatan kinerja produk dan jasa riil atau aktual dengan kinerja sesuai harapan (Sangadji, 2013). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja ataupun hasil dari di rasakan dibandingkan dengan harapan (Kotler, 2002). Jadi

harapan dari pelanggan merupakan tolak ukur dari kepuasan pelanggan tentang apa yang akan diterima bila membeli suatu produk tersebut baik jasa ataupun barang. Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam Gambar 2.7



Gambar 2.7 Konsep Kepuasan Pelanggan
Sumber : Tjiptono (2007)

2.2.3 Hubungan Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan konsumen akan menimbulkan rasa kepuasan dan kepercayaan konsumen dalam menikmati produk atau jasa yang digunakan. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk atau tidak sesuai dengan yang diharapkan konsumen akan menyebabkan munculnya rasa tidak puas pada diri konsumen.

Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan atau hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan antara konsumen dengan perusahaan akan memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dari konsumen serta kebutuhan konsumen.

Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara memaksimalkan kualitas pelayanan perusahaan yang dapat menyenangkan konsumen dan meminimalkan kualitas pelayanan yang membuat konsumen kecewa. Kemudian pada akhirnya kepuasan konsumen dapat menciptakan kepercayaan dan kesetiaan konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan.

Salah satu kemungkinan hubungan yang banyak disepakati adalah kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa. Dasar pemikirannya seperti dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2005), yaitu:

1. Bila konsumen tidak memiliki pengalaman sebelumnya dengan suatu perusahaan, maka persepsinya terhadap kualitas jasa perusahaan tersebut akan didasarkan pada ekspektasinya.
2. Interaksi (*service encounter*) berikutnya dengan perusahaan tersebut akan menyebabkan konsumen memasuki proses diskonfirmasi dan merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa.
3. Setiap interaksi tambahan dengan perusahaan itu akan memperkuat atau sebaliknya malah mengubah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa.
4. Persepsi terhadap kualitas jasa yang telah direvisi memodifikasi minat beli konsumen terhadap perusahaan di masa yang akan datang.

2.3 Fuzzy Service Quality

Menurut Kusumadewi (2010), *fuzzy service quality* adalah suatu teori himpunan *fuzzy* yang dijadikan sarana dalam mempresentasikan ketidakpastian dan merupakan alat untuk memodelkan ketidakpastian yang berkaitan dengan

kesamaran, ketidakpastian serta kekurangan mengenai informasi yang berkaitan dengan elemen tertentu dan permasalahan yang dihadapi. Metode ini berfungsi untuk mengukur nilai kesenjangan persepsi dan harapan. Data yang diperoleh dari kuesioner perlu diolah dengan metode *fuzzy servqual* yang bertujuan untuk memberikan nilai yang lebih tepat kepada peneliti karena adanya subjektivitasnya responden dalam pengisian kuesioner. Contohnya seorang responden memilih pilihan setuju, apakah pilihan tersebut cenderung ke arah cukup atau ke sangat setuju. Hal ini menyebabkan perbedaan tingkat penilaian. Oleh sebab itu, untuk mengatasi subjektivitas responden tersebut maka digunakan metode *fuzzy servqual*. Untuk memperoleh output dari *fuzzy service quality*, ada beberapa tahapan yang harus dilalui diantaranya:

1. *Fuzzifikasi*

Pada tahap ini perhitungan *fuzzifikasi* dilakukan untuk mendapatkan nilai batas bawah (a), batas tengah (b), dan batas atas (c) yang merupakan nilai dari *Triangular Fuzzy Number* (TFN). Untuk melakukan *fuzzifikasi* dapat dilakukan dengan rumus *overall effectiveness measure* berikut (Falmon, 2020).

Nilai batas bawah (a):

$$a = \frac{(a_{j1}n_{j1})+(a_{j2}n_{j2})+\dots+(a_{ji}n_{ji})}{n} \quad (2.5)$$

Nilai batas tengah (b):

$$b = \frac{(b_{j1}n_{j1})+(b_{j2}n_{j2})+\dots+(b_{ji}n_{ji})}{n} \quad (2.6)$$

Nilai batas atas (c):

$$c = \frac{(c_{j1}n_{j1})+(c_{j2}n_{j2})+\dots+(c_{ji}n_{ji})}{n} \quad (2.7)$$

Keterangan:

a = Nilai batas bawah

b = Nilai batas tengah

c = Nilai batas atas

i = Kriteria (1, 2, 3, ...)

j = Variabel linguistik

n = Jumlah responden per tingkat kepentingan

2. Defuzzifikasi

Defuzzifikasi ini dilakukan untuk mendapatkan nilai tunggal yang representatif dari setiap indikator pernyataan. Hasil *defuzzifikasi* selanjutnya akan digunakan untuk menghitung nilai gap per indikator pernyataan. Berikut adalah perhitungan *defuzzifikasi* menggunakan rumus *Arithmetic Mean* yaitu :

$$\mu(B \cap C) = \frac{\mu B(x) + \mu C(y)}{2} \quad (2.8)$$

Keterangan:

$\mu B(x)$ = Batas Tengah *fuzzifikasi*

$\mu C(y)$ = Batas atas *fuzzifikasi*

3. Perhitungan nilai gap per indikator pernyataan

Nilai *gap* per indikator pernyataan didapat dari selisih hasil *defuzzifikasi* nilai persepsi dan nilai harapan. *Gap* per indikator pernyataan akan menjadi dasar perhitungan dari *gap* per variabel pernyataan.

4. Perhitungan nilai gap per variabel pelayanan

Nilai *gap* per variabel pelayanan didapatkan dari rata-rata nilai *gap* per indikator dari setiap variabel pelayanan. Berdasarkan nilai *gap* per variabel

pelayanan akan terlihat, variabel pelayanan yang masih harus ditingkatkan lagi. Variabel pelayanan yang perlu ditingkatkan lagi yaitu variabel yang memiliki nilai paling negatif.

2.3.1 Uji Validitas

Menurut Tan dan Pawitra (2001), validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keabsahan sebuah alat ukur. Menurut Suliyanto (2018), uji validitas merupakan alat ukur tingkat ketepatan dan kecermatan suatu instrumen, dimana instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur secara tepat dan cermat. Adapun tujuan dari pengujian adalah untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan telah valid dan reliabel agar dapat dilakukan analisis selanjutnya.

1. Hipotesis

$H_0 : \rho = 0$ (koefisien korelasi menunjukkan tidak ada hubungan linier antara skor butir pernyataan dengan skor total tiap variabel)

$H_1 : \rho \neq 0$ (koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan linier antara skor butir pernyataan dengan skor total tiap variabel)

2. Statistik Uji

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \quad (2.10)$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Cacah subjek uji coba

X = Skor yang diperoleh subyek dari item

Y = Skor total yang diperoleh dari seluruh item

ΣX = Jumlah skor dalam distribusi X

ΣY = Jumlah skor dalam distribusi Y

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi X

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor dalam distribusi Y

ΣXY = Jumlah perkalian skor yang diperoleh subyek dari seluruh item (X) dan skor total yang diperoleh dari seluruh item (Y)

3. Daerah Kritis

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ berarti item valid

2.3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Simamora (2008), reliabilitas adalah tingkat keandalan kuisisioner. Kuisisioner reliabel adalah kuisisioner yang apabila dicoba secara berulang-ulang kepada kelompok yang sama akan menghasilkan data yang sama. Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran pada gejala yang sama diulang dua kali atau lebih.

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jika nilai $\alpha > R$ maka dianggap reliabel. Reliabilitas dapat diperoleh dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_p^2} \right] \quad (2.11)$$

Keterangan:

α = Reliabilitas kuesioner

k = Banyaknya butir dalam skala pengukuran tiap masing-masing variabel

S_i^2 = Varian dari butir pernyataan ke- i pada setiap variabel

S_p^2 = Varian dari skor total tiap variabel

2.4 Persepsi

Persepsi terjadi berdasarkan pengalaman dari konsumen setelah merasakan produk atau penyediaan jasa yang ditawarkan. Menurut (Parasuraman, 1990) persepsi konsumen dapat didefinisikan sebagai proses konsumen dalam memilih, mengatur, dan menginterpretasikan stimulasi menjadi berarti dan merupakan gambaran secara koheren terhadap dunia sekelilingnya.

Persepsi merupakan suatu proses yang dilewati seseorang untuk menyeleksi, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi-informasi tertentu dalam rangka membentuk makna tertentu mengenai suatu produk atau jasa. Persepsi seseorang terjadi berdasarkan pengalaman masa lalu terhadap suatu produk atau jasa, yang kemudian membentuk suatu pandangan terhadap apa yang telah dialaminya.

Kualitas yang baik diukur berdasarkan sudut pandang atau persepsi konsumen, bukan dari sudut pandang penyedia jasa. Dalam memilih penyedia jasa oleh pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, oleh sebab itu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertahankan apa yang telah dipersepsikan konsumen terhadap produk atau jasa yang diberikan penyedia jasa tersebut.

2.5 Harapan

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian

dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka.

Harapan atau ekspektasi adalah suatu dorongan yang kuat atau keinginan pengguna jasa, seperti perasaan mereka tentang apa yang seharusnya ditawarkan oleh penyedia jasa lebih dari apa yang sebenarnya akan ditawarkan oleh penyedia jasa tersebut (Parasuraman, 1990). Sedangkan ekspektasi menurut Tjiptono (2007) menyatakan bahwa, harapan pengguna jasa dapat didefinisikan sebagai perkiraan pengguna jasa tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa. Selisih antara persepsi dengan harapan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Persepsi} - \text{Harapan} = \text{Gap} \quad (2.9)$$

Keterangan:

1. Jika *Gap* positif ($\text{persepsi} > \text{harapan}$) maka persepsi konsumen telah melebihi harapan dari konsumen sendiri.
2. Jika *Gap* nol ($\text{persepsi} = \text{harapan}$) maka persepsi konsumen sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen sendiri.
3. Jika *Gap* negatif ($\text{persepsi} < \text{harapan}$) maka persepsi konsumen masih belum dapat memuaskan harapan si konsumen.

2.6 PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar

PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan wisata yang berdiri sejak tahun 2012. Enha Tour Blitar terdaftar sebagai penyelenggara perjalanan ibadah umrah sesuai dengan SK KEMENAG PPIU No. 619 Tahun 2019 dan SK KEMENAG PIHK No. 839 Tahun 2020. Enha Tour Blitar memiliki pengalaman sebagai biro perjalanan

wisata dan dalam penyelenggaraan ibadah umrah. Perusahaan tersebut berfokus pada keunggulan layanan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan atau jama'ah dan menjaga standart pelayanan. Setiap tahun Enha Tour Blitar menyelenggarakan wisata domestik juga mancanegara serta melayani ratusan jama'ah umrah baik dari swasta, perusahaan dan instansi pemerintah. Enha Tour Blitar selalu berusaha maksimal untuk memberi kemudahan kepada pelanggan yang akan melakukan perjalanan wisata atau ibadah dengan menyediakan semua kebutuhan pelanggan, mulai dari pengurusan paspor, suntik meningitis, penyediaan foto, seragam, perlengkapan omroh, visa, sampai penukaran mata uang asing. PT. Nabil Hibatullah atau Enha Tour Blitar merupakan satu satunya travel / Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) dan Penyelenggara Ibadah Haji Khusus (PIHK) resmi di Blitar. Enha Tour Blitar sudah berpengalaman memberangkatkan lebih dari 1500 jama'ah umrah, dengan harga paket *all in* atau komplit. Perusahaan tersebut juga memberikan pelayanan yang lengkap demi kekhusyukan jama'ah dalam beribadah. Jama'ah terima beres saat kepengurusan berkas untuk proses keberangkatan.

2.7 Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Islam

Pelayanan dalam sebuah bisnis islami tentunya dilandasi oleh beberapa hal pokok yang meliputi kepribadian yang amanah dan terpercaya, serta mengetahui dan ketrampilan yang bagus. Adapun hal tersebut yaitu amanah dan ilmu yang kemudian diuraikan dalam perspektif islam sebagai berikut (Hafidudin & Tanjung, 2003).

1. *Shiddiq* yaitu benar dan jujur, tidak pernah berdusta dalam melakukan berbagai macam transaksi bisnis. Larangan berdusta, menipu, mengurangi

takaran timbangan dan memperlakukan kualitas akan menyebabkan kerugian yang sesungguhnya. Nilai *shidiq* disamping bermakna tahan uji, ikhlas serta memiliki kesinambungan emosional. Dalam suatu pelayanan harus memiliki sifat jujur pada nasabah. Selain itu kreatif, berani, dan percaya diri juga mencerminkan kemauan berusaha untuk mencari dan menemukan peluang bisnis yang baru, prospektif, dan berwawasan masa depan, namun tidak mengabaikan prinsip kekinian. Hal ini hanya mungkin dapat dilakukan bila seorang pebisnis memiliki kepercayaan diri dan keberanian untuk berbuat sekaligus siap menanggung berbagai macam resiko.

2. *Amanah* dan *fathonah* adalah kata yang diterjemahkan pada nilai bisnis dalam manajemen yang kemudian bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, memiliki manajemen bervisi dan memiliki misi, manajer dan pemimpin yang cerdas kemudian sadar produk dan jasa secara berkelanjutan.
3. *Tabligh* adalah suatu kemampuan seseorang dalam berkomunikasi dengan baik, istilah ini dalam bahasa manajemen sebagai seseorang yang supel, cerdas, mampu deskripsi tugas, mampu menerima delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi, kendali, dan supervise.
4. *Istiqomah* yaitu seseorang secara konsisten menampilkan dan mengimplemantasikan nilai-nilai tersebut di atas walau mendapatkan godaan dan rintangan. Melalui *istiqomah* diyakini akan ada peluang-peluang bisnis yang perspektif dan menguntungkan sehingga akan selalu terbuka lebar.

Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 267 sebagai berikut:

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

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."

Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Sebagai pelayanan publik harus memiliki jiwa yang adil, jujur, akuntabel, dan transparan. Semua itu adalah kunci keberhasilan pelayanan agar (IKM) indeks kepuasan masyarakat terpenuhi. Pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di dalam *mind share* konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula (Gunara & Sudibyo, 2006).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian studi literatur yang dilengkapi dengan wawancara formal (wawancara terstruktur) untuk memenuhi kekurangan data dalam menjawab perumusan masalah. Studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian. Menurut Danial dan Warsiah (2009), studi literatur adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan mengumpulkan sejumlah buku, majalah yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian. Wawancara formal atau disebut juga wawancara terstruktur adalah sebuah prosedur sistematis untuk menggali informasi mengenai responden dengan kondisi dimana serangkaian pertanyaan dinyatakan dengan urutan yang telah disiapkan oleh pewawancara dan jawabannya direkam dalam bentuk yang terstandarisasi (Singh, 2002). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mana penelitian ini menggunakan angka dari pengumpulan data kuesioner.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar yang beralamatkan di Jl. Cemara, Boro, Tuliskriyo, Kecamatan Sanankulon, Kabupaten Blitar, Jawa Timur 66151 dengan data dokumentasi dan wawancara terstruktur.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer pada penelitian ini adalah data hasil wawancara terstruktur berupa kuesioner *service quality* yang meliputi lima dimensi yaitu bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kuesioner disebar kepada pelanggan di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar. Beberapa pernyataan dalam kuisisioner terdapat pada Tabel 3.1. Adapun kriteria pengisi kuesioner adalah orang yang pernah melakukan perjalanan umrah di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar pada tahun 2022.

2. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini berupa data jumlah dan nama jama'ah umrah PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar pada tahun 2022.

Tabel 3.1 Variabel Pernyataan

No. Quest	Dimensi Servqual	Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan
X_1	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	Fasilitas yang diberikan sudah sesuai pada awal perjanjian (bintang hotel, paket <i>city tour</i> , pesawat)
X_2		Alat transportasi yang memadai
X_3		Karyawan berpenampilan rapi dan bersih
X_4		Jadwal sudah sesuai pada awal perjanjian
X_5	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan
X_6		Karyawan memberikan respon secara tepat dan cepat terhadap kebutuhan jama'ah
X_7		Karyawan bersikap profesional
X_8		<i>Tour leader</i> berpengetahuan luas
X_9	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan memberikan informasi dengan jelas
X_{10}		Pelayanan administrasi cepat
X_{11}		<i>Tour leader</i> dalam menjelaskan materi umroh menggunakan metode yang bervariasi
X_{12}		Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik

X_{13}	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Perasaan aman dalam melaksanakan transaksi
X_{14}		PT. Enha Tour sudah terjamin izin usahanya
X_{15}		Jaminan keamanan sudah sesuai harapan
X_{16}		Penanganan keluhan diberikan dengan baik
X_{17}	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan segera minta maaf saat terjadi kesalahan layanan.
X_{18}		Karyawan bekerja secara maksimal dalam melayani jama'ah
X_{19}		Karyawan toleransi terhadap jama'ah apabila terjadi masalah
X_{20}		<i>Tour leader</i> akrab dengan jamaah

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Observasi

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan adalah tingkat objektivitas pada pelayanan yang ada di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar meliputi fasilitas-fasilitas yang akan diberikan untuk jama'ah, tingkat validitas, dan tingkat reliabilitas.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumen yang telah diperoleh antara peneliti dengan informan PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar kemudian dianalisis (diurai), dibandingkan, dan dipadukan (sistematis) membentuk suatu kajian yang sistematis, padu, dan utuh.

3. Survei

Informasi dikumpulkan dari wawancara terstruktur terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini sebagai acuan untuk melakukan pengumpulan data yang berisikan daftar pernyataan untuk diisi pelanggan di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

3.5 Tahapan Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Penentuan jumlah populasi dan sampel

Pada tahap ini akan ditentukan populasi dan sampel. Populasi pada penelitian ini adalah orang yang telah melakukan perjalanan ibadah umrah di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar pada tahun 2022. Sampel pada penelitian ini adalah perwakilan dari populasi. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus slovin.

2. Penyusunan butir pertanyaan

Menentukan dan menyusun atribut-atribut pertanyaan kuesioner berdasarkan peraturan kemenag tentang biro perjalanan haji dan umrah setelah melakukan pengamatan langsung terhadap layanan-layanan yang ada di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar.

3. Pengambilan data dengan wawancara terstruktur

Setelah di tentukan, langkah selanjutnya adalah melakukan pengambilan data dengan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur berupa kuesioner yang akan disebar kepada pelanggan di PT. Nabil Hibatullah

(Enha) Tour Blitar. Kuesioner didasarkan pada studi literatur yang sudah ada, kemudian atribut pernyataan dalam kuesioner tersebut menjadi acuan untuk penyusunan kuesioner awal peneliti.

4. Uji validitas

Suatu alat ukur dikatakan valid apabila dapat menjalankan fungsi ukurnya dengan tepat dan memiliki kecermatan yang tinggi. Adapun rumus uji validitas terdapat di dalam persamaan 2.10.

5. Uji reliabilitas

Data akan dianggap reliabel dan dianggap dapat untuk melakukan pengukuran, apabila indeks reliabilitas $\geq 0,70$. Adapun rumus uji reliabilitas terdapat di dalam persamaan 2.11.

6. Pembentukan domain

Pada tahap ini akan ditentukan masing-masing domain dari setiap himpunan *fuzzy*.

7. Menentukan *membership function* untuk variabel persepsi

Pada variabel harapan, data dibagi menjadi tiga himpunan *fuzzy* yaitu Tidak Sesuai (TS), Cukup Sesuai (CS), dan Sesuai (P).

8. Menentukan *membership function* untuk variabel harapan

Pada variabel persepsi, data akan dibagi menjadi tiga himpunan *fuzzy* yaitu Sangat Tidak Puas (TP), Cukup Puas (CP), dan Puas (P).

9. *Fuzzifikasi* menggunakan rumus *overall effectiveness measure*

Pada tahap ini akan dicari nilai batas bawah, batas tengah, dan batas atas.

Perhitungan ini dilakukan dengan menggunakan rumus *overall*

effectiveness measure untuk selanjutnya dilakukan proses *defuzzifikasi*.

Adapun rumus *fuzzifikasi* terdapat di dalam persamaan 2.5, 2.6, dan 2.7.

10. *Defuzzifikasi* menggunakan rumus *arithmetic mean*

Tahap selanjutnya adalah tahap *defuzzifikasi* yang dilakukan terhadap nilai *fuzzifikasi* variabel persepsi dan variabel harapan. Rumus yang digunakan dalam proses ini adalah *arithmetic mean*. Adapun rumus *defuzzifikasi* terdapat di dalam persamaan 2.8.

11. Menghitung nilai gap per indikator pernyataan

Perhitungan gap dilakukan dengan cara mencari selisih dari hasil *defuzzifikasi* variabel harapan dan variabel persepsi.

12. Menghitung nilai gap per variabel pernyataan

Perhitungan dilakukan dengan cara mencari rata-rata indikator pernyataan dari setiap variabel pernyataan.

BAB IV

PEMBAHASAN

4.1 Penentuan Jumlah Populasi dan Sampel

4.1.1 Populasi

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jama'ah ibadah umrah di PT Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar pada tahun 2022 yang berjumlah 299 jama'ah. Rincian jumlah jama'ah dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 *Jumlah Jama'ah PT Nabil (Enha) Tour Blitar Tahun 2022*

No.	Bulan	Paket	Jumlah Jama'ah
1.	April	12 hari	65 orang
2.	Mei	11 hari	25 orang
3.	Mei	12 hari	24 orang
4.	Agustus	9 hari	30 orang
5.	September	13 hari	30 orang
6.	Oktober	9 hari	28 orang
7.	November	13 hari	77 orang
8.	Desember	12 hari	20 orang
Jumlah			299 orang

4.1.2 Sampel

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 299 orang. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%. Alasan peneliti menggunakan presisi 10% adalah karena jumlah populasi kurang dari 1000.

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{299}{1 + 299(0,1)^2} = 74,9373 \approx 75$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, kemudian dikuadratkan

Dari rumus di atas maka diperoleh sampel berjumlah 75 orang.

4.2 Pembentukan Variabel

Dalam penetapan variabel untuk membuat kuesioner, maka peneliti mengacu kepada pendapat Parasuraman, dkk (1990). Atribut yang digunakan dalam kuesioner berdasarkan atas lima dimensi jasa. Masing-masing dimensi memiliki empat atribut pernyataan. Pernyataan didasarkan pada studi literatur yang sudah ada, kemudian atribut pernyataan tersebut menjadi acuan untuk penyusunan kuesioner awal peneliti. Adapun lima dimensi dan atribut pernyataan setiap dimensi adalah sebagai berikut:

1. Bukti Fisik (*Tangible*)

Meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan alat-alat komunikasi (Triwibowo, 2012). Pertanyaan yang termasuk dalam dimensi kualitas *tangible* dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut.

Tabel 4.2 Atribut Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Atribut	Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)
X_1	Fasilitas yang diberikan sudah sesuai pada awal perjanjian (bintang hotel, paket <i>city tour</i> , pesawat)
X_2	Alat transportasi yang memadai
X_3	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih
X_4	Jadwal sudah sesuai pada awal perjanjian

2. Keandalan (*Reliability*)

Kemampuan untuk memberi pelayanan sesuai janji dengan segera, akurat, dan memuaskan (Triwibowo, 2012). Pertanyaan yang termasuk dalam dimensi kualitas *reliability* dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut.

Tabel 4.3 Atribut Dimensi Keandalan (*Reliability*)

Atribut	Keandalan (<i>Reliability</i>)
X_5	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan
X_6	Karyawan memberikan respon secara tepat dan cepat terhadap kebutuhan jama'ah
X_7	Karyawan bersikap profesional
X_8	Tour leader berpengetahuan luas

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Keinginan dalam bentuk tanggung jawab untuk membantu pelanggan dan memberi pelayanan dengan tanggap (Triwibowo, 2012). Pertanyaan yang termasuk dalam dimensi kualitas *responsiveness* dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut.

Tabel 4.4 Atribut Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Atribut	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)
X_9	Karyawan memberikan informasi dengan jelas
X_{10}	Pelayanan administrasi cepat
X_{11}	<i>Tour leader</i> dalam menjelaskan materi umroh menggunakan metode yang bervariasi
X_{12}	Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik

4. Jaminan (*Assurance*)

Mencakup pengetahuan, kemampuan, ketulusan, kesopanan dan dapat dipercaya pelanggan, sehingga pelanggan merasa yakin, bebas dari resiko bahaya atau keragu-raguan (Triwibowo, 2012). Pertanyaan yang termasuk dalam dimensi kualitas *assurance* dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut.

Tabel 4.5 Atribut Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Atribut	Jaminan (<i>Assurance</i>)
X_{13}	Perasaan aman dalam melaksanakan transaksi
X_{14}	PT. Enha Tour sudah terjamin ijin usahanya
X_{15}	Jaminan keamanan sudah sesuai harapan
X_{16}	Penanganan keluhan diberikan dengan baik

5. Empati (*Empathy*)

Kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi, perhatian dan peduli serta memahami kebutuhan dari pelanggan (Triwibowo, 2012). Atribut atribut yang termasuk dalam dimensi kualitas *empathy* dapat dilihat pada tabel 4.6 berikut.

Tabel 4.6 Atribut Dimensi Empati (*Empathy*)

Atribut	Empati (<i>Empathy</i>)
X_{17}	Karyawan segera minta maaf saat terjadi kesalahan layanan
X_{18}	Karyawan bekerja secara maksimal dalam melayani jama'ah
X_{19}	Karyawan toleransi terhadap jama'ah apabila terjadi masalah
X_{20}	<i>Tour leader</i> akrab dengan jama'ah

4.3 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan signifikansi 5%. Hasil uji validitas kuesioner yang dilakukan peneliti dengan bantuan *microsoft excel* terhadap 75 responden dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut.

Tabel 4.7 Uji Validitas

No.	Kuesioner Persepsi			No.	Kuesioner Harapan		
	r Hitung	r Tabel	Hasil		r Hitung	r Tabel	Hasil
X_1	0,754	0,227	Valid	X_1	0,828	0,227	Valid
X_2	0,766	0,227	Valid	X_2	0,680	0,227	Valid
X_3	0,622	0,227	Valid	X_3	0,628	0,227	Valid
X_4	0,683	0,227	Valid	X_4	0,780	0,227	Valid
X_5	0,698	0,227	Valid	X_5	0,790	0,227	Valid
X_6	0,798	0,227	Valid	X_6	0,635	0,227	Valid
X_7	0,774	0,227	Valid	X_7	0,895	0,227	Valid
X_8	0,723	0,227	Valid	X_8	0,747	0,227	Valid

X ₉	0,765	0,227	Valid
X ₁₀	0,716	0,227	Valid
X ₁₁	0,703	0,227	Valid
X ₁₂	0,734	0,227	Valid
X ₁₃	0,665	0,227	Valid
X ₁₄	0,661	0,227	Valid
X ₁₅	0,704	0,227	Valid
X ₁₆	0,771	0,227	Valid
X ₁₇	0,847	0,227	Valid
X ₁₈	0,855	0,227	Valid
X ₁₉	0,786	0,227	Valid
X ₂₀	0,718	0,227	Valid

X ₉	0,836	0,227	Valid
X ₁₀	0,752	0,227	Valid
X ₁₁	0,710	0,227	Valid
X ₁₂	0,855	0,227	Valid
X ₁₃	0,762	0,227	Valid
X ₁₄	0,678	0,227	Valid
X ₁₅	0,779	0,227	Valid
X ₁₆	0,711	0,227	Valid
X ₁₇	0,829	0,227	Valid
X ₁₈	0,802	0,227	Valid
X ₁₉	0,798	0,227	Valid
X ₂₀	0,491	0,227	Valid

4.4 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari sebuah kuisisioner. Kuisisioner dapat dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach alpha* $\geq 0,7$.

Berikut merupakan perhitungan manual nilai reliabilitas persepsi:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_p^2} \right]$$

$$\alpha = \left[\frac{20}{20-1} \right] \left[1 - \frac{19,4407}{210,664} \right]$$

$$\alpha = 0,95549$$

Berikut merupakan perhitungan manual nilai reliabilitas harapan:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_p^2} \right]$$

$$\alpha = \left[\frac{20}{20-1} \right] \left[1 - \frac{19,9308}{224,343} \right]$$

$$\alpha = 0,95911$$

Keterangan:

α = Reliabilitas kuisisioner

k = Banyaknya butir dalam skala pengukuran tiap masing-masing variabel

S_i^2 = Varian dari butir pernyataan ke-i pada setiap variabel

S_p^2 = Varian dari skor total tiap variabel

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan dengan *microsoft excel* didapat nilai reliabilitas dari persepsi sebesar 0,95549 dan nilai reliabilitas harapan sebesar 0,95911. Hal ini menunjukkan hasil yang reliabel, sehingga kuisisioner layak digunakan.

4.5 Rekapitulasi Data

Berdasarkan peraturan Menteri Agama nomor 6 tahun 2021 tentang penyelenggaraan perjalanan ibadah umrah dan penyelenggaraan ibadah haji khusus, maka dirumuskan kesesuaiannya dengan teori *service quality*. Dari pernyataan yang ada pada kuesioner, di *cross check* secara pengamatan menghasilkan hasil rekapitulasi skor data persepsi dan harapan. Hasil rekapitulasi skor data persepsi dan harapan dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8 Rekapitulasi Persepsi dan Harapan

No.	Persepsi			Total	Harapan			Total
	Tidak Sesuai	Cukup Sesuai	Sesuai		Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	
X_1	1	49	25	75	0	38	37	75
X_2	2	34	39	75	1	35	39	75
X_3	0	33	42	75	0	30	45	75
X_4	0	27	48	75	0	20	55	75
X_5	0	50	25	75	0	41	34	75
X_6	1	50	24	75	0	22	53	75
X_7	0	44	31	75	0	37	38	75
X_8	0	48	27	75	0	41	34	75
X_9	1	53	21	75	1	38	36	75
X_{10}	1	35	39	75	0	28	47	75
X_{11}	0	47	28	75	0	45	30	75
X_{12}	1	50	24	75	0	34	41	75
X_{13}	0	44	31	75	0	37	38	75
X_{14}	0	35	40	75	0	29	46	75
X_{15}	1	41	33	75	0	31	44	75

X_{16}	1	54	20	75	0	47	28	75
X_{17}	2	54	19	75	1	38	36	75
X_{18}	1	55	19	75	1	41	33	75
X_{19}	1	56	18	75	0	43	32	75
X_{20}	0	42	33	75	0	35	40	75

4.6 Pembentukan Domain

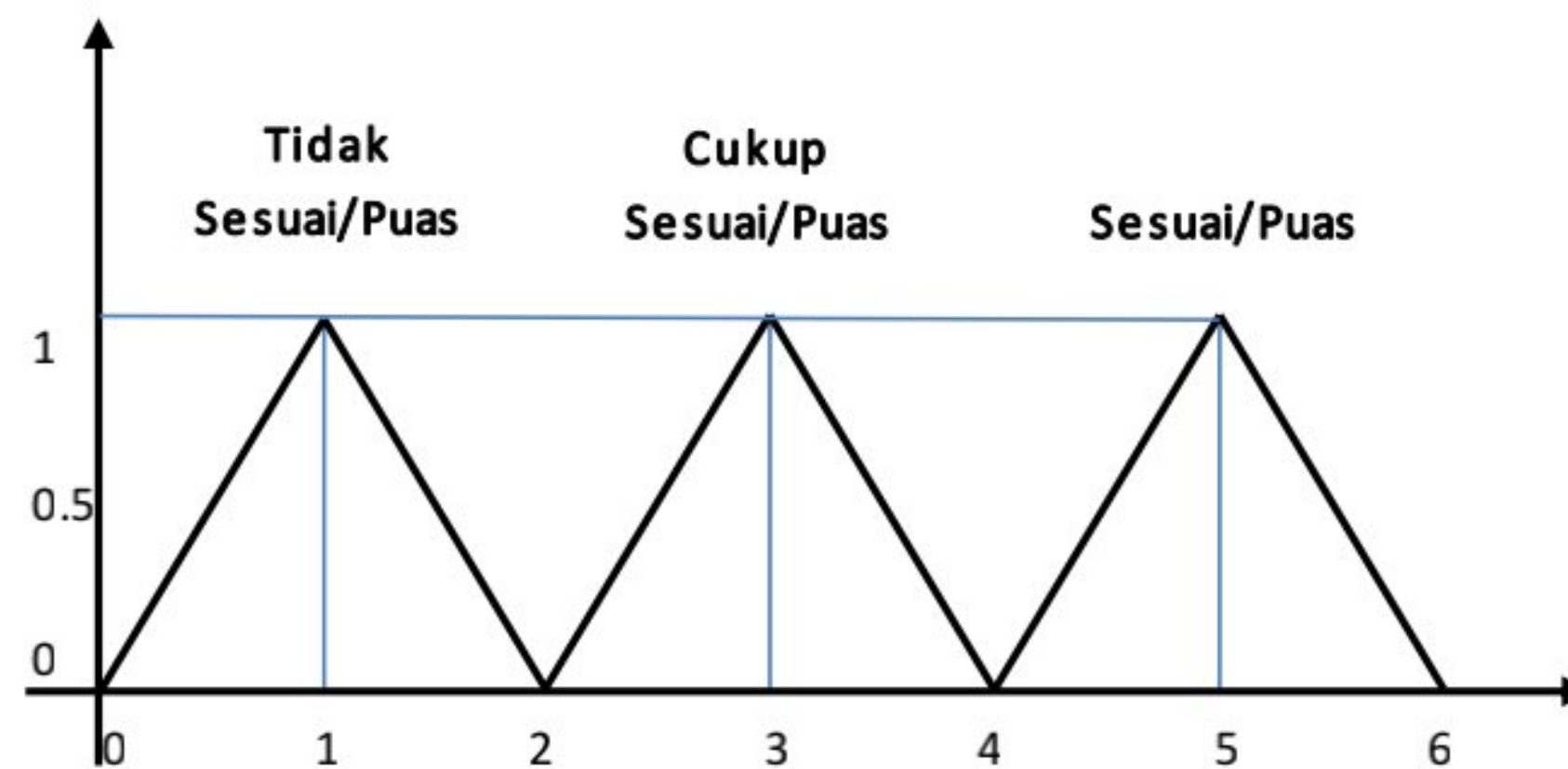
Pada tahap ini akan ditentukan nilai dari setiap jawaban yang terdiri dari tidak sesuai/puas, cukup sesuai/puas, dan sesuai/puas. Untuk menentukan *membership function* penulis menentukan semesta pembicaraan yaitu dari 0-6 yang selanjutnya digunakan untuk menentukan domain *fuzzy*. Penentuan nilai semesta pembicaraan dilakukan secara bebas dan pembagian nilai domain dilakukan berdasarkan tingkat kepentingannya. Berikut merupakan Tabel 4.9 yaitu tabel penentuan domain *fuzzy* dengan membagi nilai semesta pembicaraan ke dalam 3 kategori penilaian.

Tabel 4.9 Domain Himpunan Fuzzy

Semesta Pembicaraan	Nama Himpunan Fuzzy	Domain	Range
0-6	Tidak Sesuai/Puas	0-2	0,1,2
0-6	Cukup Sesuai/Puas	2-4	2,3,4
0-6	Sesuai/Puas	4-6	4,5,6

4.7 Menentukan *Membering Function*

Dari domain, selanjutnya akan dibuat *membership function* berdasarkan persamaan fungsi keanggotaan *fuzzy*. Kurva *membership function* dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut.



Gambar 4.1 Kurva Membership Function

1. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* Tidak Sesuai/Puas yang memiliki domai 0-2 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq 0 \text{ atau } x \geq 2 \\ \frac{x-0}{1-0}; & 0 \leq x \leq 1 \\ \frac{2-x}{2-1}; & 1 \leq x \leq 2 \end{cases}$$

2. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* Cukup Sesuai/Puas yang memiliki domai 2-4 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq 2 \text{ atau } x \geq 4 \\ \frac{x-2}{3-2}; & 2 \leq x \leq 3 \\ \frac{4-x}{4-3}; & 3 \leq x \leq 4 \end{cases}$$

3. Fungsi keanggotaan untuk himpunan *fuzzy* Sesuai/Puas yang memiliki domai 4-6 dapat dilihat melalui persamaan berikut.

$$\mu[x] = \begin{cases} 0; & x \leq 4 \text{ atau } x \geq 6 \\ \frac{x-4}{5-4}; & 4 \leq x \leq 5 \\ \frac{6-x}{6-5}; & 5 \leq x \leq 6 \end{cases}$$

4.8 Perhitungan *Fuzzy Service Quality*

4.8.1 *Fuzzifikasi*

Pada tahap ini akan ditentukan nilai dari batas atas (c), batas tengah (b), dan batas bawah (a). Berikut merupakan hasil perhitungan manual *fuzzifikasi* indikator pernyataan pertama yaitu X_1 berdasarkan hasil rekapitulasi kuisisioner persepsi menggunakan rumus *overall effectiveness measure*:

$$a = \frac{(a_{j1}n_{j1}) + (a_{j2}n_{j2}) + (a_{j3}n_{j3})}{n}$$

$$a = \frac{(0 \times 1) + (2 \times 49) + (4 \times 25)}{75} = \frac{198}{75} = 2,64$$

$$b = \frac{(b_{j1}n_{j1}) + (b_{j2}n_{j2}) + (b_{j3}n_{j3})}{n}$$

$$b = \frac{(1 \times 1) + (3 \times 49) + (5 \times 25)}{75} = \frac{273}{75} = 3,64$$

$$c = \frac{(c_{j1}n_{j1}) + (c_{j2}n_{j2}) + (c_{j3}n_{j3})}{n}$$

$$c = \frac{(2 \times 1) + (4 \times 49) + (6 \times 25)}{75} = \frac{348}{75} = 4,64$$

Keterangan:

a = Nilai batas bawah (NBB)

b = Nilai batas tengah (NBT)

c = Nilai batas atas (NBA)

i = Kriteria (1, 2, 3, ...)

j = Variabel linguistik

n = Jumlah responden per tingkat kepentingan

Hasil keseluruhan rekapitulasi skor data *fuzzifikasi* persepsi dan harapan dapat dilihat pada tabel 4.10 dan tabel 4.11 berikut.

Tabel 4.10 *Fuzzifikasi Persepsi*

No.	NBB (a)	NBT (b)	NBA (c)
X_1	2,640	3,640	4,640
X_2	2,986	3,986	4,986
X_3	3,120	4,120	5,120
X_4	3,280	4,280	5,280
X_5	2,666	3,666	4,666
X_6	2,613	3,613	4,613
X_7	2,826	3,826	4,826
X_8	2,720	3,720	4,720
X_9	2,533	3,533	4,533
X_{10}	3,013	4,013	5,013
X_{11}	2,746	3,746	4,746
X_{12}	2,613	3,613	4,613
X_{13}	2,826	3,826	4,826
X_{14}	3,066	4,066	5,066
X_{15}	2,853	3,853	4,853
X_{16}	2,506	3,506	4,506
X_{17}	2,453	3,453	4,453
X_{18}	2,480	3,480	4,480
X_{19}	2,453	3,453	4,453
X_{20}	2,880	3,880	4,880

Tabel 4.11 *Fuzzifikasi Harapan*

No.	NBB (a)	NBT (b)	NBA (c)
X_1	2,986	3,986	4,986
X_2	3,013	4,013	5,013
X_3	3,200	4,200	5,200
X_4	3,466	4,466	5,466
X_5	2,906	3,906	4,906
X_6	3,413	4,413	5,413
X_7	3,013	4,013	5,013
X_8	2,906	3,906	4,906
X_9	2,933	3,933	4,933
X_{10}	3,253	4,253	5,253
X_{11}	2,800	3,800	4,800
X_{12}	3,093	4,093	5,093
X_{13}	3,013	4,013	5,013
X_{14}	3,226	4,226	5,226
X_{15}	3,173	4,173	5,173
X_{16}	2,746	3,746	4,746
X_{17}	2,933	3,933	4,933
X_{18}	2,853	3,853	4,853
X_{19}	2,853	3,853	4,853
X_{20}	3,066	4,066	5,066

4.8.2 Defuzzifikasi

Defuzzifikasi dilakukan untuk mendapatkan nilai tunggal dari setiap indikator pertanyaan. Nilai tunggal yang didapatkan dari proses ini yang nantinya akan digunakan dalam perhitungan gap. Berikut merupakan perhitungan manual *Defuzzifikasi* untuk indikator pernyataan pertama yaitu X_1 kuisioner persepsi yang akan dihitung menggunakan rumus *arithmetic mean*:

$$\mu(B \cap C) = \frac{\mu B(x) + \mu C(y)}{2}$$

$$\mu(B \cap C) = \frac{3,640 + 4,640}{2} = \frac{8,280}{2} = 4,140$$

Keterangan:

$\mu B(x)$ = Batas tengah *fuzzifikasi*

$\mu C(y)$ = Batas atas *fuzzifikasi*

Hasil keseluruhan rekapitulasi skor data *defuzzifikasi* persepsi dan harapan dapat dilihat pada tabel 4.12 berikut:

Tabel 4.12 *Defuzzifikasi Persepsi dan Harapan*

No.	Defuzzifikasi Persepsi	Defuzzifikasi Harapan
X_1	4,140	4,486
X_2	4,486	4,513
X_3	4,620	4,700
X_4	4,780	4,966
X_5	4,166	4,406
X_6	4,113	4,913
X_7	4,326	4,513
X_8	4,220	4,406
X_9	4,033	4,433
X_{10}	4,513	4,753
X_{11}	4,246	4,300
X_{12}	4,113	4,593
X_{13}	4,326	4,513
X_{14}	4,566	4,726
X_{15}	4,353	4,673
X_{16}	4,006	4,246

X_{17}	3,953	4,433
X_{18}	3,980	4,353
X_{19}	3,953	4,353
X_{20}	4,380	4,566

4.8.3 Perhitungan Gap

Perhitungan gap dilakukan dengan cara mencari selisih antara persepsi dan harapan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kesenjangan yang terjadi antara penilaian dan harapan dari masyarakat terhadap pelayanan yang diterima. Apabila hasil gap bernilai negatif maka hasil yang diharapkan oleh masyarakat belum terpenuhi. Semakin negatif hasil suatu gap menandakan semakin rendah tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan yang diberikan. Berikut merupakan hasil perhitungan manual gap untuk indikator pernyataan pertama yaitu X_1 kuisioner persepsi dan harapan:

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$

$$\text{Gap} = 4,140 - 4,486 = -0,346$$

Hasil keseluruhan perhitungan manual gap per indikator pernyataan dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut.

Tabel 4.13 Perhitungan Gap Per Indikator Pernyataan

Dimensi Servqual	No.	Defuzzifikasi		Gap Per Indikator Pernyataan	Rank
		Persepsi	Harapan		
<i>Tangible</i>	X_1	4,140	4,486	-0,346	1
	X_2	4,486	4,513	-0,027	4
	X_3	4,620	4,700	-0,080	3
	X_4	4,780	4,966	-0,186	2
<i>Reliability</i>	X_5	4,166	4,406	-0,240	2
	X_6	4,113	4,913	-0,800	1
	X_7	4,326	4,513	-0,187	3
	X_8	4,220	4,406	-0,186	4
<i>Responsiveness</i>	X_9	4,033	4,433	-0,400	2
	X_{10}	4,513	4,753	-0,240	3
	X_{11}	4,246	4,300	-0,054	4

	X_{12}	4,113	4,593	-0,480	1
<i>Assurance</i>	X_{13}	4,326	4,513	-0,187	3
	X_{14}	4,566	4,726	-0,160	4
	X_{15}	4,353	4,673	-0,320	1
	X_{16}	4,006	4,246	-0,240	2
	X_{17}	3,953	4,433	-0,480	1
<i>Empathy</i>	X_{18}	3,980	4,353	-0,373	3
	X_{19}	3,953	4,353	-0,400	2
	X_{20}	4,380	4,566	-0,186	4

Selanjutnya dilakukan perhitungan gap per variabel, yaitu dengan menambahkan semua indikator pernyataan dalam satu dimensi *service quality* kemudian dibagi dengan jumlah indikator pernyataan. Berikut merupakan perhitungan manual gap per variabel pernyataan pada dimensi *tangible*.

$$Tangible = \frac{X_1 + X_2 + X_3 + X_4}{4}$$

$$Tangible = \frac{-0,4 + 0,2 + 0,2 + 0,2}{4}$$

$$Tangible = \frac{0,2}{4} = 0,05$$

Hasil keseluruhan perhitungan manual gap per variabel dapat dilihat pada tabel 4.14 berikut.

Tabel 4.14 Perhitungan Gap Per Variabel

Dimensi Servqual	No.	Gap Per Variabel	Ket	Rank
<i>Tangible</i>	X_1	-0,159	Tidak puas	5
	X_2			
	X_3			
	X_4			
<i>Reliability</i>	X_5	-0,353	Tidak puas	2
	X_6			
	X_7			
	X_8			
<i>Responsiveness</i>	X_9	-0,293	Tidak puas	3
	X_{10}			
	X_{11}			
	X_{12}			

<i>Assurance</i>	X_{13}	-0,226	Tidak puas	4
	X_{14}			
	X_{15}			
	X_{16}			
<i>Empathy</i>	X_{17}	-0,359	Tidak puas	1
	X_{18}			
	X_{19}			
	X_{20}			

Dari hasil perhitungan gap tersebut, semua nilai gap menunjukkan nilai gap < 0 . Hal ini menandakan jika pelayanan yang diberikan oleh PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar tidak dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan kualitas. Hasil gap terbesar dari dimensi *service quality* yang menduduki peringkat 1 diperoleh oleh dimensi *empathy* sebesar $-0,359$, sehingga dimensi tersebut menjadi perhatian utama untuk ditingkatkan lagi kualitasnya. Gap terbesar selanjutnya yang menduduki peringkat ke 2 diperoleh oleh dimensi *reliability* sebesar $-0,353$. Dimensi *responsiveness* menduduki peringkat ke 3 dengan nilai gap sebesar $-0,293$. Peringkat ke 4 diperoleh dimensi *assurance* dengan nilai gap sebesar $-0,226$ dan perolehan gap terkecil diperoleh oleh dimensi *tangible* sebesar $-0,159$.

Pada dimensi *empathy* yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki kualitasnya adalah pernyataan nomor 17 yaitu “Karyawan segera minta maaf saat terjadi kesalahan layanan” dengan nilai gap sebesar $-0,480$. Pada dimensi *reliability* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 6 yaitu “Karyawan memberikan respon secara tepat dan cepat terhadap kebutuhan jama’ah” dengan nilai gap sebesar $-0,800$. Pada dimensi *responsiveness* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 12 yaitu “Karyawan dapat

menangani keluhan pelanggan dengan baik” dengan nilai gap $-0,480$. Pada dimensi *assurance* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 15 yaitu “Jaminan keamanan sudah sesuai harapan” dengan nilai gap sebesar $-0,320$. Pada dimensi *tangible* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 1 yaitu “Fasilitas yang diberikan sudah sesuai pada awal perjanjian (bintang hotel, paket city tour, pesawat)” dengan nilai gap sebesar $-0,346$.

4.9 Interpretasi Hasil yang Diperoleh dan Kaitannya dengan Kualitas

Pelayanan Menurut Islam

Islam mengajarkan kepada umatnya untuk memberikan segala sesuatu yang terbaik dan terdapat manfaat didalamnya. Dalam pandangan perspektif Islam kualitas pelayanan (*service quality*) adalah usaha dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan dengan harapan dapat memberikan pelayanan yang terbaik, memuaskan, dan berkualitas. Dalam Islam juga mengajarkan kepada kita untuk *ihsan* (baik) dan *itqan* (berkualitas) dalam menjalankan pekerjaan. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik dapat menjalin silaturahmi antar sesama yakni perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Memberikan pelayanan yang terbaik bukan hanya semata-mata untuk melakukan bisnis atau mendapat keuntungan diantara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen saja, namun menyelaraskan hubungan *hablum minallah* yaitu mencari dan mendapatkan keridhaan Allah dalam melakukan pekerjaan tersebut. Gunara & Hardiono (2006) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan. Dengan demikian maka penyampaian akan sampai pada *heart share* dan memperkokoh posisi di

dalam *mind share* konsumen. Adanya kedua unsur tersebut, tentu loyalitas konsumen semakin kokoh pula.

Menurut Sunardi & Handayani (2017), tolak ukur kualitas pelayanan yang pertama adalah bukti fisik (*tangible*). Pada dimensi ini salah satu penentu kualitas pelayanan adalah penampilan fasilitas fisik, peralatan, alat-alat transportasi, dan personal sebagai penyedia layanan jasa. Pada dimensi *tangible* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 1 yaitu “Fasilitas yang diberikan sudah sesuai pada awal perjanjian (bintang hotel, paket city tour, pesawat)”. Artinya, pernyataan nomor 1 tersebut belum sesuai dengan sifat *amanah* yang artinya dapat dipercaya. Kita diharuskan untuk selalu menepati janji. Hukum menepati janji adalah wajib. Penyedia jasa layanan atau perusahaan harus selalu menepati janji sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dengan pelanggan. Apabila perusahaan tidak menepati janjinya maka akan berdampak pada menurunnya minat pelanggan untuk memakai jasa perusahaan tersebut.

Tolak ukur kualitas pelayanan yang kedua adalah keandalan (*reliability*). Pada dimensi ini salah satu penentu kualitas pelayanan adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan sesuai janji dengan segera, akurat, dan memuaskan. Pada dimensi *reliability* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 6 yaitu “Karyawan memberikan respon secara tepat dan cepat terhadap kebutuhan jama’ah”. Hal ini belum sesuai dengan sifat *tabligh* yang artinya dapat berkomunikasi dengan baik. Perusahaan yang baik adalah perusahaan yang mampu mengkomunikasikan kebutuhan pelanggan. Apabila komunikasi tidak lancar maka pelanggan akan malas untuk menggunakan jasa layanan pada perusahaan.

Ketiga, daya tanggap (*responsiveness*) dan menepati komitmen. Pada dimensi ini salah satu penentu kualitas pelayanan adalah keinginan dalam bentuk tanggung jawab untuk membantu pelanggan dan memberi pelayanan dengan tanggap. Pada dimensi *responsiveness* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 12 yaitu “Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik”. Artinya, dimensi tersebut belum memenuhi sifat *amanah* yang artinya dapat dipercaya. Islam mengajarkan kepada setiap orang agar mempunyai kesadaran yang tinggi dalam menjaga hak-hak Allah dan hak sesama manusia, selalu menjaga keseimbangan dalam aktivitas usahanya dan tidak terlalu ketat namun juga tidak terlalu kendur. Penyedia jasa pelayanan tidak boleh meremehkan hal itu atau menyepelekan *amanah* yang telah dititipkan, karena *amanah* merupakan tanggungjawab yang besar.

Keempat, jaminan (*assurance*) dapat diberikan berupa keamanan, kenyamanan, kejujuran dan sebagainya. Pada dimensi *assurance* yang menjadi prioritas perbaikan adalah pernyataan nomor 15 yaitu “Jaminan keamanan sudah sesuai harapan”. Perusahaan atau pemberi pelayanan harus mampu memberikan keamanan, kenyamanan, dan kejujuran kepada pelanggan. Artinya sebuah perusahaan harus mempunyai sifat *shiddiq* yang artinya jujur. Terwujudnya sifat jujur dengan baik, maka pelanggan akan merasa terjamin dengan perusahaan, sehingga dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Kelima, perhatian (*empathy*). Empati yaitu sikap perhatian atau memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Bentuk perhatian yang diajarkan Islam harus dilandaskan pada iman dalam rangka mengabdikan kepada Allah. Allah SWT mengajarkan pentingnya memahami pelanggan. Pada dimensi *empathy* yang

menjadi prioritas utama untuk diperbaiki kualitasnya adalah pernyataan nomor 17 yaitu “Karyawan segera minta maaf saat terjadi kesalahan layanan”. Hal tersebut belum sesuai dengan sifat *shiddiq* yang artinya jujur. Sebuah perusahaan harus jujur jika terdapat kesalahan layanan kepada pelanggan. Dengan sikap jujur maka pelanggan akan memiliki kepercayaan penuh terhadap perusahaan tersebut.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Metode *fuzzy service quality* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan. Melalui metode *fuzzy service quality* kita dapat mengetahui bagian apa saja yang harus ditingkatkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Berikut merupakan langkah-langkah penerapan metode *fuzzy service quality* untuk menganalisis tingkat kualitas pelayanan terhadap kontrak perjanjian jama'ah umrah.

- a. Pembentukan variabel terdiri dari 5 dimensi *service quality* yaitu (1) Bukti Fisik (*Tangible*), (2) Keandalan (*Reliability*), (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), (4) Jaminan (*Assurance*), dan (5) Empati (*Empathy*).
- b. Uji validitas memperlihatkan bahwa setiap butir pernyataan dalam kuesioner valid, sehingga seluruh butir pernyataan layak digunakan.
- c. Uji reliabilitas dengan hasil perhitungan sebesar 0,96715 untuk persepsi dan 0,96788 untuk harapan. Artinya, nilai untuk persepsi dan harapan menunjukkan hasil yang reliabel.
- d. Rekapitulasi data mendapatkan masing-masing jumlah data yang berbeda.
- e. Pembentukan domain ditentukan nilai dari setiap jawaban yang terdiri dari (1) Tidak sesuai/puas adalah 0-2, (2) Cukup sesuai/puas adalah 2-4, dan (3) Sesuai/puas adalah 4-6.
- f. Menentukan *membership function*, direpresentasikan menggunakan kurva segitiga. Alasan menggunakan kurva segitiga adalah karena sederhana dan representatif.

- g. Hasil akhir dari tahapan *fuzzifikasi*, *defuzzifikasi*, dan perhitungan gap adalah dimensi *empathy* menduduki peringkat 1 dengan nilai gap $-0,359$, dimensi *reliability* menduduki peringkat 2 dengan nilai gap $-0,353$, dimensi *responsiveness* menduduki peringkat 3 dengan nilai gap $-0,293$, dimensi *assurance* menduduki peringkat 4 dengan nilai gap $-0,226$, dan dimensi *tangible* menduduki peringkat 5 dengan nilai gap $-0,159$. Hal ini menandakan jika pelayanan yang diberikan oleh PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar belum dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga perlu adanya perbaikan untuk meningkatkan kualitas.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti akan memberikan saran demi tercapainya kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar dan demi kesempurnaan dari penelitian ini:

1. Karena pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar belum dapat memenuhi harapan dari pelanggan, maka sebaiknya pihak PT. Nabil Hibatullah (Enha) Tour Blitar konsisten melakukan evaluasi dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan.
2. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya lebih dikembangkan lagi dengan memperhitungkan tingkat kepuasan secara keseluruhan menggunakan metode yang mendukung.
3. Komputerisasi untuk menganalisis besar data dengan beberapa variable pengembangannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, V.R. (2015). Aplikasi Pengambilan Keputusan dengan Metode Tsukamoto pada Penentuan Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di Toko Kencana Kediri). Skripsi tidak dipublikasikan Malang: Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Antonio, M. Syafi'i. (2007). Muhammad SAW The Super Leader Super Manager. ProLM, Jakarta.
- Arikunto. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Rineka Cipta, Jakarta
- Danial, E, & Warsiah. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan.
- Entin Sutinah, O. R. (2018). Metode Fuzzy Servqual dalam Mengukur Kepuasan Pasien terhadap Kualitas Layanan BPJS Kesehatan. Jurnal Informatika, 5, 90-101.
- Falmon, Fofaldus. (2020). Penerapan Metode Fuzzy Service Quality (Servqual) untuk Mengukur Kepuasan Pelayanan Pendidikan pada Prodi Pendidikan Matematika Universitas Nusa Cendana. Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika, 1(1), 68-78.
- Friyadi, F & Alramuri, D. (2017). Implementasi Metode Fuzzy Servqual Untuk Menilai Pelayanan Customer Service Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Telkom. Jurnal Sistem Informasi 14:111-116.
- Gunara, Thorik & Hardiono, U.S. (2006). Marketing Muhammad, Takbir Publishing House, Bandung.
- Gunara, Thoriq & Sudiby. (2008). Marketing Muhammad SAW: Strategi Andal dan Jitu Praktik Bisnis Nabi Muhammad SAW. Madani Prima, Bandung.
- Hafidudin, Didin & Tanjung, Hendri. (2003). Manajemen Syari'ah Dalam Praktik. Jakarta: Gema Insani.
- Hanim, Na'imatul. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Jama'ah Umrah di Al-Marwah Trans Tour Travel Umrah Ponorogo. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Hapiz, Abdul. (2017). Penerapan Logika Fuzzy dengan Metode Tsukamoto untuk Mengestimasi Curah Hujan. Skripsi tidak dipublikasikan Malang: Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Harto, B. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan. Jurnal Teknoif, 3, 20-30

- Kartika, Nanny Fajar. (2017). Implementasi Fuzzy - Service Quality Terhadap Tingka Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Sisfotenika*, 7, 38-49.
- Kasturiani, Ria. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Jama'ah Umrah PT. Barokah Jaya Tour and Travel Madiun. Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.
- Kinasih, Rizqia Puteri. (2022). Analisis Atribut Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Metode Fuzzy-Service Quality (Studi Kasus pada Resto Yum Chicken Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Kotler P. & Keller K.L. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kusumadewi, S., (2010), *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Pendukung Keputusan*, Edisi 2, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kusumadewi, Sri., & Purnomo, Hari. (2004). *Aplikasi Logika Fuzzy Untuk Pendukung Keputusan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Parasuraman. (1990). *Delivering Quality Sevice*. The Free Press, New York.
- Saelan, Athia. (2009). *Logika Fuzzy. Struktur Diskrit*, 1(13508029), 1-5.
- Sangadji, E.M. & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Penertbit Andi, Yogyakarta.
- Sholihah, Umi. (2021). *Metode Fuzzy Service Quality untuk Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Administrasi Kependudukan (Studi Kasus Kecamatan Kesugihan)*. Cilacap: Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali Cilacap.
- Simamora, Henry. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 2. STIE YKPN, Yogyakarta
- Singh, A.K. (2004) *Test Measurements and Research Methods in Behavior Science*. Patna: Bharati Bhawan.
- Sunardi & Handayani, Sri. (2013). *Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah Yatim Arrohman Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 83-99.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Buku Seru
- Suprayogi, N.F. Kartika. (2017). Implementasi Fuzzy-Service Quality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Sisfotenika*. Vol. 7 No. 1.
- Taufik, M. Ali. (2004). *Praktik Manajemen Berbasis Al-Qur'an*. Gema Insani, Jakarta.

- Tjiptono, F & Chandra, G. (2005). *Service, Quality, & Satisfaction*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Triwibowo, Cecep. (2012). *Perizinan dan Akreditasi Rumah Sakit*. Nuha medika, Yogyakarta.
- Waldan, Razaki. (2020). Total Quality Dalam Prespektif Islam, (Jurnal: ICRHD: Journal of International Conference on Religion, Humanity and Development, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak, 265-267.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Daftar Jama'ah Tahun 2022

Bulan April Paket 13 hari (28 Maret - 10 April 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	AGUNG NINDYO SUWARNO	L	BLITAR
2.	HARY CAHYONO DAMIS P.	L	BLITAR
3.	JUMARIYAH SULAIMAN M.	P	BLITAR
4.	JUREMI KASIRIN SUJAK	L	BLITAR
5.	SRI HARTATIK SOEPARDI	P	BLITAR
6.	SUMINI BIBIT RIBUT	P	BLITAR
7.	IRFAUL ENDRI SUSILO	L	BLITAR
8.	IN YUDIANA HARTINI	P	BLITAR
9.	BATIN MUSTARI K.	L	BLITAR
10.	MOCH SUJAI DJALALUDIN	L	BLITAR
11.	TASRIKAH TUMIJAN BINI	P	BLITAR
12.	SINGGIH NYONO MARDI	L	BLITAR
13.	PUJIATI ABIT TUKIJAN	P	BLITAR
14.	SRI ANDAYANI SULIASIM	P	BLITAR
15.	SULIONO KASDI MARLAN	L	BLITAR
16.	SAKRI ROSELAN MARKASAN	L	BLITAR
17.	GITO SANTOSO ACHMATMIN	L	NGANJUK
18.	HENNY DWI SULISTYARINI	P	PONOROGO
19.	DALIK GIMAN MASERAN	L	BLITAR
20.	NUR FADILAH SAMAD	P	BLITAR
21.	SUNARTO ISLAN SETRO M.	L	BLITAR
22.	YASEMI MESENI KAMSIR	L	BLITAR
23.	RIANI BADROES ABDUL K.	P	BLITAR
24.	SRI RAHARDIYANTI RAKUM	P	BLITAR
25.	JALAL DUL DIRAN	L	NGANJUK
26.	MOCH ROMLI MUTOYIB	L	NGANJUK
27.	INDUN MUDAWAROH M.	P	TULUNGAGUNG
28.	HERI SUNTOKO SURYONO	L	BLITAR
29.	MURTIAH MUKTAT KARTO B.	P	BLITAR
30.	SOFIA HERLINA ALI A.	P	BLITAR
31.	MUSRINGAH BASUKI K.T.	P	BLITAR
32.	MAKSUM BADERI RAJIO	L	BLITAR
33.	SUGIONO MAT BADERI	L	BLITAR
34.	MIATUN AMATREDJO P.	P	BLITAR
35.	SULISTYIWATI RASIDI D.	P	BLITAR
36.	YULIA MUKTI MAKSUM	P	BLITAR
37.	ABDUL KHOLID ASNAWI	L	BLITAR
38.	SADAR DARMO SINGO P.	L	BOJONEGORO
39.	SARTINI SAKIMAN SIRAN	P	BOJONEGORO
40.	SARNI KASNARI TAMAN	P	BOJONEGORO
41.	MUHAMMAD IKSAN S.	L	BOJONEGORO
42.	YUTDI SUPARMAN SARTO	L	TEMANGGUNG
43.	SITI ASIYAH MASTUR KASIM	P	BOJONEGORO
44.	SUWARDI PAEMAN SAID	L	BOJONEGORO
45.	NATUN SAELAN MUSTARIYO	P	BOJONEGORO

46.	TIYEM SAMPIR DIPO	P	BOJONEGORO
47.	SRI ARTI NGADENAN	P	BOJONEGORO
48.	SUPARMI SINGAT SOPAERO	P	BOJONEGORO
49.	WARSINEM KARDI GOLONG	P	BOJONEGORO
50.	DARMAN MAT RAJI	L	BOJONEGORO
51.	SITI PAEDAHTUN PAIMEN G.P.	P	BOJONEGORO
52.	ESTI MUNAFIFAH AFANDI	P	BLITAR
53.	NAPSIYAH MOH SANGIT	P	BLITAR
54.	DIDIK HARIADI TUBARI	L	BLITAR
55.	SUPRIATIN SUTIKNO S.	P	MALANG
56.	PUNTRIMAH SUPARNO S.	P	BLITAR
57.	SRI SUNARSIH SUNARTO	P	BLITAR
58.	SISWANTO DJOYO SUMARTO	L	BLITAR
59.	SUKIRAN KADIMO KADENAN	L	BOJONEGORO
60.	MUSLIKHAH MUSTAJAB D.	P	BOJONEGORO
61.	RAHAYU ARIANI	P	BLITAR
62.	SUENI WIDAYATI KARTO S.	P	BLITAR
63.	SUWOTO YASIR HARJO	L	JEMBER
64.	MUDJI ASTUTI MARTO A.	L	BLITAR
65.	SAHLAN SAEDJAN MAEDO	L	BOJONEGORO

Bulan Mei Paket 11 hari (21 Mei - 1 Juni 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	SUENY WIDAYATI	P	BLITAR
2.	SITI SHOFIYAH	P	BLITAR
3.	AGUS SUPRIYO	L	BOJONEGORO
4.	IBNU RUSADI	L	BLITAR
5.	SAHLATUL RIZKA AZIZAH	P	BLITAR
6.	MOHAMAD DAFFA WARDANA	L	BLITAR
7.	HARYO SUTANTO	L	BLITAR
8.	TITIK LESTARI	P	TULUNGAGUNG
9.	SUHADIANTO	L	BLITAR
10.	MISELAN	L	BLITAR
11.	SITI ALFIYAH	P	BLITAR
12.	SOPINGATUN	P	TULUNGAGUNG
13.	PUJI UTAMI	P	NGANJUK
14.	SUTARYO	L	YOGYAKARTA
15.	SUPADI	L	BLITAR
16.	SUMIARSIH	P	BLITAR
17.	DJOKO SUDARTO	L	KEDIRI
18.	MOCH BUDI HARSONO	L	TULUNGAGUNG
19.	SRI SUPAMI	P	BLITAR
20.	IMAM MUBAIDILAH	L	BLITAR
21.	NANIK PURWATY	P	BLITAR
22.	ANAM	L	BLITAR
23.	SUPANGKAT	L	BATU
24.	NINIK MARLIYAH	P	SURABAYA
25.	MOCH EFENDI SIREGAR	L	TULUNGAGUNG

Bulan Mei Paket 12 hari (23 Mei – 5 Juni 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	NURI NAINATA DEWANTI	P	BLITAR

2.	LAURA SIVINIA FEBRIANTI	P	BLITAR
3.	NIKA TRIANA DEWI	P	TULUNGAGUNG
4.	SEPTIAN ANDREANTO	L	SURAKARTA
5.	LENNY WAHYUNINGTYAS	P	BLITAR
6.	SUSIYANTI	P	BLITAR
7.	SRI HARINI	P	BLITAR
8.	MUJASIH	P	BLITAR
9.	SUKAMTI	P	BLITAR
10.	BAMBANG SUMEIDI	L	BLITAR
11.	KANSETYA BUDININGSIH	L	BLITAR
12.	MASDUKI	L	KEIDRI
13.	SITI MUTTIAH	P	KEDIRI
14.	WINARSIH	P	KEDIRI
15.	MARTINI	P	BLITAR
16.	IDA AGUS SETYANI	P	BLITAR
17.	SRIATIN	P	BLITAR
18.	KARTIKAWATI	P	BLITAR
19.	LATIFATUL HANIK	P	BLITAR
20.	SUPRPTI	P	BLITAR
21.	NABIL CHOIRUN NASRIN NAJAH	L	BLITAR
22.	PUJIANTO	L	KEDIRI
23.	SRI SUSIALISTINA	P	KEDIRI
24.	HERU PUI MARDIANTI	L	KEDIRI

Bulan Agustus Paket 9 hari (15 Agustus – 24 Agustus 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	TRI NINGSIH SAPARI	P	BLITAR
2.	WAGIMIN SANDIMAN ARJO TARUNO	L	KLATEN
3.	WIJI DARMO	L	BLITAR
4.	SRIANI SUKIRIN	P	BLITAR
5.	HERWANTO WIRYO SENTONO	L	BLITAR
6.	MASNOTO IMAM RAMINI	L	BLITAR
7.	SRI WAHYUNI PARNI	P	BLITAR
8.	DEVI ASRINA PUTRI	P	BLITAR
9.	RIDHO RACHMAN PRASETYO	L	BLITAR
10.	DENI KURNIAWAN SUWIGNYO	L	BLITAR
11.	IMAM SADJURI ABDULLAH MUKTI	L	BLITAR
12.	KATENO TOIREN SUKIMAN	L	BLITAR
13.	MISRI YATIMIN	L	BLITAR
14.	RINI SUKSESI SUYONO	P	BLITAR
15.	SAMSUNI ABDUL GHOFUR	L	BLITAR
16.	SRI MARJATI SAJADI	P	BLITAR
17.	SRI ENDAH PURWANI	P	BLITAR
18.	SUYOTO AJIR	L	BLITAR
19.	MAHARANI EKO DEWANTI	L	BLITAR
20.	KARNO SELAM	L	BLITAR
21.	MOHAMMAD WAWAN AGUNG N.	L	BLITAR
22.	SITI CHOTIJAH SAMSUDIN	P	MALANG
23.	SUPRIHANI KASAN DIKROMO	P	BLITAR
24.	BINTI AMINUROCHMI SUKEMI	P	BLITAR
25.	BAYU AJI MARISKA	L	MADIUN
26.	WIDAWATI MARHAN TUSIN	P	PULAU PANGGUNG
27.	HERRY YUNianto	L	SOLO
28.	SUENNY WIDAYATI KARTO S.	P	BLITAR
29.	MAHBUB DJUNAIDI SLAMET	L	BLITAR

30.	YULI ISNAINI IMAM	L	BLITAR
-----	-------------------	---	--------

Bulan September Paket 13 hari (24 September – 7 Oktober 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	AGUS SUMARNO SAEKAN	L	BLITAR
2.	WIWIK KURNIATI WIDJI SUWITO	P	BLITAR
3.	NURSIBAWEH NASIRODIN	L	BLITAR
4.	SUNARTI SUKIRMAN	P	BLITAR
5.	ZUS HAIDA MOCH SYAKUR	L	BLITAR
6.	SUNARTI SUPANGAT	P	BLITAR
7.	ADRIYANTINI SOEDARNO POESPITO	L	BLITAR
8.	MISDI ARITO SATIRIN	L	BLITAR
9.	SITI RAMSJAH	P	GRESIK
10.	SUTARNI SUHARJO	P	BLITAR
11.	SUPADI WADJI AMATRADJI	L	BLITAR
12.	MISTINI KARTOTIRAN KARSI	L	BLITAR
13.	SULIKAH SLAMET	P	TULUNGAGUNG
14.	MUDJINAH KAWAJI	P	BLITAR
15.	TRI LAELI SUPATMI	P	BLITAR
16.	RUDY PRAYOGA MURSIMAN	L	BLITAR
17.	MUSLIH HADI WIBOWO	L	BLITAR
18.	YAYUK TRIWULANDARI	P	BLITAR
19.	NUR SOSILOWATI NOERHADI	P	BLITAR
20.	SUENY WIDAYATI KARTO SLAMET	P	BLITAR
21.	SRI MUAWANAH ABDUL ROZAQ	P	BLITAR
22.	IMAM KARTUBI MURSAM	L	BLITAR
23.	MUIJANI AMAM YODIKROMO	L	BLITAR
24.	M SULTHON ISMAIL SYAMSUDIN	L	NGANJUK
25.	NASIKATUL SUMBULAH	P	BLITAR
26.	NABILLA FAUZIA KHOIRIYAH	P	BLITAR
27.	HESTIANA BANDI	P	BLITAR
28.	ANIS SUKRI	L	BLITAR
29.	SUPIANI SOMO SAKIRAN	P	BLITAR
30.	ZAHROTUN NISA ABDUL DAWAMI	P	BLITAR

Bulan Oktober Paket 9 hari (22 Oktober – 31 Oktober 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	ABDUL KONTAK	L	BANGKALAN
2.	MARLIYAH	P	BANGKALAN
3.	KHOLIFAH	P	BANGKALAN
4.	MANSUR SAFII	L	BANGKALAN
5.	DWI HARIYANTO	L	BLITAR
6.	SUSILANINGTYAS	P	BLITAR
7.	ENDHY SASONGKO	L	BLITAR
8.	HARINI RETNANINGSIH	P	BLITAR
9.	AGUS SUTJONDRO	L	BLITAR
10.	GUFRON	L	BLITAR
11.	AMBAR YULIATI	P	SURABAYA
12.	PADA	L	PURWOREJO
13.	PURWATI	P	BLITAR
14.	INDANA	P	BLITAR
15.	SUMARTI	P	BLITAR
16.	MOCHAMMAD RIZKY KUSUMA	L	BLITAR

17.	SRI ASMAH	P	BLITAR
18.	ENDAH PURWATI	P	BLITAR
19.	NOVI ANDARI NURUL	P	BLITAR
20.	MANSURI	L	BLITAR
21.	FERY DWI DJUNAI	L	BLITAR
22.	NUR CHOLIS	L	BLITAR
23.	SUWANTIN	P	BLITAR
24.	SUYARTI	P	BLITAR
25.	SUENY WIDAYATI	P	BLITAR
26.	IMAM TOBRONI	L	BLITAR
27.	YULIANASARI	P	MADIUN
28.	SUHARTINI	P	NGANJUK

Bulan November Paket 13 hari (29 November – 8 Desember 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	NUR ALI	L	BLITAR
2.	NURUL HIDAYAH	P	BLITAR
3.	MOHAMAD FIRDAUS ALINSYAH	L	BLITAR
4.	DENI NOVERIAN ALINSYAH	L	BLITAR
5.	IMAM MUKAJI	L	BLITAR
6.	SITI AMANAH	P	BLITAR
7.	GUNAWAN WIDODO	L	BLITAR
8.	UKIR	L	BLITAR
9.	GUNARSIH	P	BLITAR
10.	ABDUL KHOLID ASNAWI	L	BLITAR
11.	ISTIFADAH TAJWID	P	BLITAR
12.	DJUWARIYAH	P	BLITAR
13.	MOCH ZIDNI WAHBI	L	NGANJUK
14.	SURASMINI	P	BLITAR
15.	AGUSTIA PRATIWI	P	SURABAYA
16.	NURYATI	P	BLITAR
17.	TRI MEI INDARWATI	P	BLITAR
18.	ZAINURI ROHANI	L	BLITAR
19.	KATIMIN	L	BLITAR
20.	SITI AMINAH	P	BLITAR
21.	DWI AGUS SUSANTO	L	BLITAR
22.	TATOEK SOEPARTINAH	P	BLITAR
23.	KUSAIRI	L	BLITAR
24.	KARMINAH	P	BLITAR
25.	ROHMAT	L	BLITAR
26.	SUENY WIDAYATI	P	BLITAR
27.	DARIS SALAM ALWI	L	BLITAR
28.	ISTIQOMAH	P	BLITAR
29.	M. SAIFURROHMAN	L	BLITAR
30.	ACHMAD DJAIS	L	BLITAR
31.	ZAINAL ABIDIN	L	BLITAR
32.	NIRMALA SHOFA	P	MALANG
33.	SUPRAYITNO	L	BLITAR
34.	MASROKAH	P	BLITAR
35.	MUHAMMAD IMRON ROSADI	L	BLITAR
36.	SUWATI	P	BLITAR
37.	MUDJIATI	P	BLITAR
38.	SITI MUTHOHAROH	P	BLITAR
39.	SHOHIB	L	BLITAR
40.	TUMUKNINAH	P	BLITAR

41.	RUKAYAH	P	BLITAR
42.	MUNARI	P	BLITAR
43.	SURAT	L	BLITAR
44.	TASMUAH	P	BLITAR
45.	SAKIJAN	L	BLITAR
46.	SITUN	P	BLITAR
47.	SARNI	P	BLITAR
48.	SRIPAH	P	BLITAR
49.	SIPAH	P	BLITAR
50.	NGAIJAH	P	BLITAR
51.	NANANG QOSIM	L	TULUNGAGUNG
52.	TINISIH	P	TULUNGAGUNG
53.	SASUDDIN	L	BLITAR
54.	SRI YUNIKHANDAYANI	P	BLITAR
55.	IHSAN GUNADI	L	BLITAR
56.	SUDIRO	L	BOJONEGORO
57.	SUWARTI	P	BOJONEGORO
58.	MARDUKAH	P	BOJONEGORO
59.	AHMAD HABIB ASHIFANY	L	BLITAR
60.	SUWARNO	L	BOJONEGORO
61.	SAMPIR	L	BOJONEGORO
62.	SRIWET	L	BOJONEGORO
63.	AHMAD MUZAKI	L	BOJONEGORO
64.	MOH AKHMALU SIVA	L	BLITAR
65.	SRI MUZAYANAH	P	BLITAR
66.	ASSADUR ROJMAN	L	BLITAR
67.	M. MUSLIH	L	KEDIRI
68.	SITI MUTMAINAH	P	BOJONEGORO
69.	HARIYATI	P	BOJONEGORO
70.	NGALIM	L	BOJONEGORO
71.	MUNTAMAH	P	BOJONEGORO
72.	MARLAN	L	BOJONEGORO
73.	KASMINING	L	BOJONEGORO
74.	WATI	P	BOJONEGORO
75.	SUGEMI	L	BOJONEGORO
76.	SUHARTIN	P	BOJONEGORO
77.	M. IKSAN	L	BOJONEGORO

Bulan Desember Paket 12 hari (18 Desember – 30 Desember 2022)

No.	Nama	Jenis Kelamin	Tempat Lahir
1.	ISTINAH	P	BLITAR
2.	HENNY SETYAWATI	P	BLITAR
3.	SUGENG PRAYITNO	L	BLITAR
4.	TAQI TALENTA ILMI PRASETYA N.	L	BLITAR
5.	MUJINAH	P	BLITAR
6.	RINA APRIANI	P	JAKARTA
7.	SUPATMIATI	P	BLITAR
8.	ANIS NURANI	P	BLITAR
9.	IMAM MUTAKALIM	L	BLITAR
10.	INDRI ALFIYATUR ROHMAH	P	BLITAR
11.	EINAYA ALEISYIA MAURININDITA A.	P	BLITAR
12.	RUFIATIN	P	BLITAR
13.	SUENY WIDAYATI	P	BLITAR
14.	WIJI MURYANTO	L	BLITAR
15.	RAHAYU ASTUTIK	P	BLITAR

16.	JUWARTI	P	BLITAR
17.	SRIHARTUTIK	P	BLITAR
18.	NINING RAHAYU	P	BLITAR
19.	MUJI SUSANA	P	BLITAR
20.	SUGIMIN	L	BLITAR

Lampiran 2: Hasil Kuesioner

Responden 1

Nama : Nining Rahayu

Tgl Keberangkatan : 18 Desember 2022

No.	Variabel Pernyataan	Persepsi			Harapan		
		Tidak Sesuai	Cukup Sesuai	Sesuai	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)							
X ₁	Fasilitas yang diberikan sudah sesuai pada awal perjanjian (bintang hotel, paket city tour, pesawat)	✓				✓	
X ₂	Alat transportasi yang memadai	✓				✓	
X ₃	Karyawan berpenampilan rapi dan bersih		✓			✓	
X ₄	Jadwal sudah sesuai pada awal perjanjian		✓			✓	
Keandalan (<i>Reliability</i>)							
X ₅	Pelayanan sudah sesuai dengan yang diharapkan		✓			✓	
X ₆	Karyawan memberikan respon secara tepat dan cepat terhadap kebutuhan jama'ah	✓				✓	
X ₇	Karyawan bersikap professional		✓			✓	
X ₈	Pembimbing berpengetahuan luas		✓			✓	
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)							
X ₉	Karyawan memberikan informasi dengan jelas		✓			✓	
X ₁₀	Pelayanan administrasi cepat	✓				✓	
X ₁₁	Pembimbing dalam menjelaskan materi umroh menggunakan metode yang bervariasi		✓			✓	
X ₁₂	Karyawan dapat menangani keluhan pelanggan dengan baik		✓			✓	
Jaminan (<i>Assurance</i>)							
X ₁₃	Perasaan aman dalam melaksanakan transaksi		✓			✓	
X ₁₄	PT. Enha Tour sudah terjamin ijin usahanya		✓			✓	
X ₁₅	Jaminan keamanan sudah sesuai harapan		✓			✓	
X ₁₆	Penanganan keluhan diberikan dengan baik		✓			✓	
Empati (<i>Empathy</i>)							
X ₁₇	Karyawan segera minta maaf saat terjadi kesalahan layanan.	✓				✓	
X ₁₈	Karyawan bekerja secara maksimal dalam melayani jama'ah	✓			✓		
X ₁₉	Karyawan toleransi terhadap jama'ah apabila terjadi masalah	✓				✓	
X ₂₀	Pembimbing akrab dengan jamaah		✓			✓	

Lampiran 3: Tabel *r* Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5%	10%		5%	10%
3	0.997	0.999	38	0.320	0.413
4	0.950	0.990	39	0.316	0.408
5	0.878	0.959	40	0.312	0.403
6	0.811	0.917	41	0.308	0.398
7	0.754	0.874	42	0.304	0.393
8	0.707	0.834	43	0.301	0.389
9	0.666	0.798	44	0.297	0.384
10	0.632	0.765	45	0.294	0.380
11	0.602	0.735	46	0.291	0.376
12	0.576	0.708	47	0.288	0.372
13	0.553	0.684	48	0.284	0.368
14	0.532	0.661	49	0.281	0.364
15	0.514	0.641	50	0.279	0.361
16	0.602	0.623	55	0.266	0.345
17	0.576	0.606	60	0.254	0.330
18	0.553	0.590	65	0.244	0.317
19	0.532	0.575	70	0.235	0.306
20	0.514	0.561	75	0.227	0.296
21	0.433	0.549	80	0.220	0.286
22	0.432	0.537	85	0.213	0.278
23	0.413	0.526	90	0.207	0.267
24	0.404	0.515	95	0.202	0.263
25	0.396	0.505	100	0.195	0.256
26	0.388	0.496	125	0.176	0.230
27	0.381	0.487	150	0.159	0.210
28	0.374	0.478	175	0.148	0.194
29	0.367	0.470	200	0.138	0.181
30	0.361	0.463	300	0.113	0.148
31	0.355	0.456	400	0.098	0.128
32	0.349	0.449	500	0.088	0.115
33	0.344	0.442	600	0.080	0.105
34	0.339	0.436	700	0.074	0.097
35	0.334	0.430	800	0.070	0.091
36	0.329	0.424	900	0.065	0.086
37	0.325	0.418	1000	0.062	0.081

Lampiran 2: Uji Validitas

Variabel Pernyataan Persepsi

No	Variabel Pernyataan Persepsi																				Total
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	
1.	1	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	46
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
3.	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	70
4.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	72
5.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
6.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
7.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
8.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	78
9.	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	84
10.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	94
11.	3	1	5	5	3	3	3	5	1	3	3	1	3	5	3	3	1	3	3	3	60
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
13.	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	1	1	3	3	3	3	64
14.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
15.	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	78
16.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	66
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
18.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
20.	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	76
21.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
22.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78

23.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	76
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
28.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	72
29.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
30.	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	78
31.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
32.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	94
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
34.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
35.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	78
36.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	78
37.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	76
38.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
39.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
40.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
41.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	5	84
42.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
44.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
47.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
48.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	78
49.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

50.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	74
51.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
52.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
53.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78
54.	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	68
55.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	72
56.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
57.	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
58.	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	70
59.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	72
60.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
61.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
62.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
64.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	72
65.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
66.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
67.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
68.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	78
69.	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	5	82
70.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
71.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
72.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
75.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100

r hitung	0,754	0,766	0,622	0,683	0,698	0,7988	0,774	0,723	0,765	0,716	0,703	0,734	0,665	0,661	0,704	0,771	0,847	0,855	0,786	0,718		
r tabel	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	
Ket.	valid	valid	valid	Valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	Valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	

Variabel Pernyataan Harapan

No	Variabel Pernyataan Harapan																				Total
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	
1.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	58
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
3.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
4.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
5.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
6.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
7.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
8.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
9.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	88
10.	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	94
11.	3	1	5	5	3	3	3	5	1	3	3	3	3	5	3	3	1	3	3	3	62
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
13.	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	96
14.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
15.	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	88
16.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
17.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	88

18.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76	
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
20.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	88	
21.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
22.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	90	
23.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	5	3	5	3	88	
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
28.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96	
29.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	94	
30.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92	
31.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
32.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	94	
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	88	
34.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84	
35.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90	
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	90	
37.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	76	
38.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
39.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
40.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66	
41.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	3	5	5	88	
42.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
44.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	

45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	88
47.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84
48.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90
49.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
50.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	74
51.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84
52.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90
53.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	90
54.	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	68
55.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96
56.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	94
57.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
58.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
59.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	88
60.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
61.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
62.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
64.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
65.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
66.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
67.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
68.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
69.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
70.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
71.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66

72.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
75.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
r hitung	0,828	0,680	0,628	0,780	0,790	0,635	0,895	0,747	0,836	0,752	0,710	0,855	0,762	0,678	0,779	0,711	0,829	0,802	0,798	0,491	
r tabel	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	0,227	
Ket.	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid	Valid	valid	valid	Valid	valid	valid	Valid	valid	valid	valid	valid	valid	

Lampiran 3: Uji Reliabilitas

Variabel Pernyataan Persepsi

No	Variabel Pernyataan Persepsi																				Total
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	
1.	1	1	3	3	3	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	46
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
3.	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	70
4.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	72
5.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
6.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
7.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
8.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	78
9.	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	5	84
10.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	94
11.	3	1	5	5	3	3	3	5	1	3	3	1	3	5	3	3	1	3	3	3	60

12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
13.	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	1	1	3	3	3	3	64
14.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
15.	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	78
16.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	66
17.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
18.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
20.	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	76
21.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
22.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78
23.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	76
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
28.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	72
29.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
30.	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
31.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
32.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	94
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
34.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
35.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
36.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78
37.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	76
38.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100

39.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
40.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
41.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	84
42.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
44.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	84
47.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
48.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
49.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
50.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	74
51.	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
52.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
53.	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	78
54.	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	68
55.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	72
56.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
57.	3	3	3	5	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	3	3	3	3	78
58.	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	70
59.	3	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	72
60.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
61.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
62.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
64.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	72
65.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

66.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
67.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
68.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	78
69.	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	3	3	3	5	82
70.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
71.	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
72.	3	5	5	5	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
75.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
	0,990	1,229	0,998	0,934	0,900	0,970	0,983	0,934	0,900	1,121	0,948	0,970	0,983	1,009	1,099	0,874	0,926	0,847	0,818	0,998	19,4407

Varian Total

210,664

0,95549

Nilai Cronbach Alpha

Standar

0,7

Variabel Pernyataan Harapan

No	Variabel Pernyataan Harapan																				Total
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₁₄	X ₁₅	X ₁₆	X ₁₇	X ₁₈	X ₁₉	X ₂₀	
1.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	58
2.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
3.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
4.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
5.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
6.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62

7.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
8.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	76
9.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	88	
10.	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	94	
11.	3	1	5	5	3	3	3	5	1	3	3	3	3	5	3	3	1	3	62	
12.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
13.	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96	
14.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
15.	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	88	
16.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	76	
17.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	5	88	
18.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5	76	
19.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
20.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	88	
21.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
22.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	90	
23.	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	5	88	
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
25.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
26.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
27.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	
28.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96	
29.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	94	
30.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	92	
31.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
32.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	94	
33.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	88	

34.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84
35.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90
36.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	90
37.	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	76
38.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
39.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
40.	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
41.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	3	5	3	5	5	88
42.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
43.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
44.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
45.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
46.	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	88
47.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84
48.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90
49.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
50.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	74
51.	5	5	5	5	3	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	84
52.	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	3	3	90
53.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	90
54.	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	68
55.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	96
56.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	3	94
57.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
58.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
59.	3	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	3	3	5	5	88
60.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

61.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
62.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
63.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
64.	3	3	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	72
65.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
66.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
67.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
68.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
69.	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	92
70.	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
71.	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	66
72.	3	5	5	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	5	3	3	3	3	5	76
73.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
74.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
75.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
	1,013	1,121	0,972	0,792	1,004	0,840	1,013	1,004	1,117	0,948	0,972	1,004	1,013	0,961	0,983	0,948	1,117	1,099	0,991	1,009	19,9308

Varian Total 224,343

Nilai Cronbach Alpha 0,95911
Standar 0,7

RIWAYAT HIDUP



Khuriyatul Fajrin Nada, lahir di Blitar pada tanggal 12 November 2000. Perempuan yang biasa dipanggil Nada ini beralamatkan di Jalan Makaryan RT.05/RW.07 Lingkungan Karangnom, Kelurahan Nglegok, Kecamatan Nglegok, Kabupaten Bitar. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yakni dari pasangan Bapak Syamsudin dan Ibu Khotimatul Musa'adah.

Penulis telah menempuh Pendidikan dari TK Kartika Jaya dan lulus pada tahun 2007, dilanjutkan menempuh Pendidikan sekolah dasar di SD Islam Kota Blitar dan lulus pada tahun 2013. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan sekolah menengah pertama di MTsN 1 Blitar dan lulus pada tahun 2016. Selanjutnya menempuh Pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 3 Blitar dan lulus pada tahun 2019. Pada tahun yang sama, penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada Program Studi Matematika Fakultas Sains dan Teknologi.



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**

Jl. Gajayana No.50 Dinoyo Malang Telp. / Fax. (0341)558933

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Khuriyatul Fajrin Nada
NIM : 19610107
Fakultas / Program Studi : Sains dan Teknologi / Matematika
Judul Skripsi : PENERAPAN METODE *FUZZY SERVICE QUALITY*
UTUK MENGANALISIS TINGKAT KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KONTRAK PERJAJIAN
JAMA'AH UMRAH
Pembimbing I : Prof. Dr. Turmudi, M.Si., Ph.D.
Pembimbing II : Dr. Fachrur Rozi, M.Si.

No	Tanggal	Hal	Tanda Tangan
1.	24 Januari 2023	Konsultasi Bab I	1.
2.	17 Februari 2023	Konsultasi Bab I, II, dan III	2.
3.	21 Februari 2023	Konsultasi Bab I, II, dan III	3.
4.	27 Februari 2023	Konsultasi Bab I, II, dan III	4.
5.	9 Maret 2023	Konsultasi Keagamaan Bab I dan II	5.
6.	13 Maret 2023	Konsultasi Keagamaan Bab I dan II	6.
7.	21 Maret 2023	ACC Keagamaan Bab I, dan II	7.
8.	27 Maret 2023	ACC Untuk Seminar Proposal	8.
9.	18 Oktober 2023	Konsultasi Bab IV	9.
10.	20 Oktober 2023	Konsultasi Bab IV	10.
11.	23 Oktober 2023	Konsultasi Bab IV	11.
12.	25 Oktober 2023	Konsultasi Bab IV dan V	12.
13.	15 November 2023	Konsultasi Keagamaan Bab IV	13.
14.	20 November 2023	Konsultasi Keagamaan Bab IV	14.



**KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI**

Jl. Gajayana No.50 Dinoyo Malang Telp. / Fax. (0341)558933

15.	24 November 2023	ACC Keagamaan Bab IV	15. <i>[Signature]</i>
16.	1 Desember 2023	ACC Untuk Seminar Hasil	16. <i>[Signature]</i>
17.	17 Desember 2023	ACC Matriks Revisi Seminar Hasil	17. <i>[Signature]</i>
18.	21 Desember 2023	ACC untuk Sidang Skripsi	18. <i>[Signature]</i>
19.	26 Desember 2023	ACC Keseluruhan	19. <i>[Signature]</i>

Malang, 26 Desember 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Matematika



[Signature]
Dr. Eddy Susanti, M.Sc

NIP. 19741129 200012 2 005