

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENINGS KLINIK CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Oleh:

SYIFA RAHMAWATI

NIM: 2108204192

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
SIBER SYEKH NURJATI CIREBON
1447 H / 2026 M**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENINGS KLINIK CIREBON**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SYIFA RAHMAWATI

NIM: 2108204192

UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)**

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)

SIBER SYEKH NURJATI CIREBON

1447 H / 2026 M

ABSTRAK

Syifa Rahmawati. NIM 2108204192. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon, Skripsi 2026.

Industri klinik kecantikan yang semakin berkembang menuntut setiap penyedia jasa untuk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, khususnya melalui kualitas produk, fasilitas, dan promosi yang ditawarkan. Benings Klinik Cirebon sebagai salah satu klinik kecantikan juga berperan dalam memenuhi kebutuhan perawatan kulit masyarakat melalui layanan dan produk skincare. Namun, dalam praktiknya masih terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kualitas produk yang dirasakan, kenyamanan fasilitas, serta kejelasan informasi promosi yang diterima. Perbedaan persepsi terhadap hasil penggunaan produk, fasilitas yang tersedia, serta promosi yang belum optimal menjadi permasalahan yang diduga memengaruhi tingkat kepuasan konsumen di Benings Klinik Cirebon.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, fasilitas, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada Benings Klinik Cirebon, baik secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online kepada 68 responden yang merupakan konsumen Benings Klinik Cirebon, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 90%. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), serta uji koefisien determinasi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $2,506 > 1,997$ dan signifikansi $0,015 < 0,05$. Sementara itu, fasilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $0,215 < 1,997$ dan signifikansi $0,830 > 0,05$, serta promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $3,032 > 1,997$ dan signifikansi $0,004 < 0,05$. Secara simultan, kualitas produk, fasilitas, dan promosi berpengaruh bersama-sama terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $9,527 > 2,75$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) sebesar 0,276 atau 27,6% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya sebesar 72,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Fasilitas, Promosi, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

Syifa Rahmawati. NIM 2108204192. *The Effect of Product Quality, Facilities and Promotions on Consumer Satisfaction at Benings Cirebon Clinic*, Thesis 2026.

The growing beauty clinic industry requires every service provider to be able to provide satisfaction to consumers, especially through the quality of products, facilities, and promotions offered. Benings Cirebon Clinic as one of the beauty clinics also plays a role in meeting the skincare needs of the community through skincare services and products. However, in practice, there are still differences in the level of consumer satisfaction which are influenced by various factors, such as perceived product quality, facility comfort, and clarity of promotional information received. Differences in perception of product use, available facilities, and promotions that are not optimal are problems that are suspected to affect the level of consumer satisfaction at Benings Cirebon Clinic.

This study aims to analyze the influence of product quality, facilities, and promotions on consumer satisfaction at Benings Klinik Cirebon, both partially and simultaneously. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. Data was obtained through the distribution of online questionnaires to 68 respondents who were consumers of Benings Klinik Cirebon, with a sampling technique using purposive sampling. The determination of the number of samples was carried out using the Lemeshow formula with a 90% confidence level. The data analysis techniques used include instrument tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, partial tests (t tests), simultaneous tests (F tests), and determination coefficient tests to determine the magnitude of the influence of independent variables on consumer satisfaction.

The results showed that product quality had a significant effect on consumer satisfaction with a t-value of $2.506 > 1.997$ and a significance of $0.015 < 0.05$. Meanwhile, facilities had no significant effect on consumer satisfaction with a t-value of $0.215 < 1.997$ and a significance of $0.830 > 0.05$, and promotions had a significant effect on consumer satisfaction with a t-value of $3.032 > 1.997$ and a significance of $0.004 < 0.05$. Simultaneously, the quality of products, facilities, and promotions together had an effect on consumer satisfaction with an F value of $9.527 > 2.75$ and a significance of $0.000 < 0.05$. The value of the determination coefficient (Adjusted R^2) of 0.276 or 27.6% indicates that consumer satisfaction can be explained by these three variables, while the remaining 72.4% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: Product Quality, Facilities, Promotion, Consumer Satisfaction

الملخص

سيفا رحماوتي. نيم 2108204192. تأثير جودة المنتج، المرافق والعروض الترويجية على رضا المستهلك في عيادة بينينغز سيريبون، أطروحة 2026.

تتطلب صناعة عيادات التجميل المتنامية من كل مزود خدمة أن يكون قادرا على تقديم رضا للمستهلكين، خاصة من خلال جودة المنتجات والمرافق والعروض الترويجية المقدمة. تلعب عيادة بينينغز سيريبون، كواحدة من عيادات التجميل، دورا أيضا في تلبية احتياجات العناية بالبشرة للمجتمع من خلال خدمات ومنتجات العناية بالبشرة. ومع ذلك، في الممارسة العملية، لا تزال هناك اختلافات في مستوى رضا المستهلك تتأثر بعوامل مختلفة، مثل جودة المنتج المتصورة، وراحة المنشأة، ووضوح المعلومات الترويجية المستلمة. الاختلافات في تصور استخدام المنتجات، والمرافق المتاحة، والعروض الترويجية غير المثالية هي مشاكل يشتبه في أنها تؤثر على مستوى رضا المستهلكين في عيادة بينينغز سيريبون.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير جودة المنتج والمرافق والعروض الترويجية على رضا المستهلك في Benings Klinik Cirebon، جزئيا ومتزامن. طريقة البحث المستخدمة هي طريقة كمية ذات نهج وصفي. تم الحصول على البيانات من خلال توزيع استبيانات عبر الإنترنت على 68 مشاركا كانوا مستهلكين لمنتج Benings Klinik Cirebon، باستخدام تقنية أخذ عينات باستخدام العينة الهادفة. تم تحديد عدد العينات باستخدام صيغة ليمشو بمستوى ثقة 90٪. تشمل تقنيات تحليل البيانات المستخدمة اختبارات الأجهزة، واختبارات الافتراضات الكلاسيكية، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، والاختبارات الجزئية (اختبارات t)، والاختبارات المتزامنة (اختبارات F)، واختبارات معامل التحديد لتحديد مدى تأثير المتغيرات المستقلة على رضا المستهلك.

أظهرت النتائج أن جودة المنتج كان لها تأثير كبير على رضا المستهلكين بقيمة $t_{2.506} > 1.997$ ودلالة $0.015 > 0.05$. وفي الوقت نفسه، لم يكن للمرافق تأثير كبير على رضا المستهلك بقيمة $t_{0.215} > 1.997$ ودلالة $0.830 > 0.05$ ، وكان للعروض الترويجية تأثير كبير على رضا المستهلك بقيمة $t_{3.032} < 1.997$ بقيمة $0.004 > 0.05$. وفي الوقت نفسه، كان لجودة المنتجات والمرافق والعروض الترويجية معا تأثير على رضا المستهلك بقيمة F بلغت $9.527 > 2.75$ بقيمة $0.000 > 0.05$. تشير قيمة معامل التحديد (R^2) البالغ 0.276 أو 27.6٪ إلى أن رضا المستهلك يمكن تفسيره بهذه المتغيرات الثلاثة، بينما يتأثر ال 72.4٪ المتبقية بعوامل أخرى خارج هذه الدراسة.

الكلمات البحث: جودة المنتج، المرافق، الترويج، رضا المستهلك

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, FASILITAS DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA BENINGS KLINIK CIREBON**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh:

SYIFA RAHMAWATI

NIM: 2108204192

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. H. Achmad Otong Buthomi, Lc., M.Ag.

NIP: 197312232007011022


Afiqoh Agustina, S.E.I., M.E.Sy.

NIP: 198904212020121006

Mengetahui:

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,




Dr. H. Achmad Otong Buthomi, Lc., M.Ag.

NIP: 197312232007011022

NOTA DINAS

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Siber Syekh Nurjati

Di Cirebon

Assalāmu`alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi saudara Syifa Rahmawati, NIM: 2108204192 dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon”**, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk di munaqosyahkan.

Wassalāmu`alaikum Wr.Wb.

Menyetujui:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. H. Achmad Otong Bysthomi, Lc., M.Ag.

NIP: 197312232007011022

Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sv.

NIP: 198904212020121006

Mengetahui:



Dr. H. Achmad Otong Bysthomi, Lc., M.Ag.

NIP: 197312232007011022

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon”**. Oleh Syifa Rahmawati, NIM: 2108204192, telah diajukan dalam sidang Munaqosah Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon pada tanggal 26 Mei 2026.

Skripsi sudah diterima sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi (S.E) pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.

Sidang Munaqosah:

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,



Dr. H. Achmad H. Long B. Homi, Lc., M.Ag.
NIP: 19731223 2007011022

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.
NIP: 19731125 2014111002

Penguji I,

Penguji II,

Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si.
NIP: 19731125 2014111002

Usman, S.sos., M.Si.
NIP: 197804162011011003

PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syifa Rahmawati
NIM : 2108204192
Tempat, Tanggal : Kota Cirebon, 11 Juni 2003
Lahir
Alamat : Jl Cucimanah timur rt 01/rw 06 Kel Jagasatru kec.
Pekalipan kelurahan Jagasatru 45115 kota Cirebon

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon”**. Ini beserta isinya adalah benar-benar karya sendiri. Seluruh ide, pendapat, atau dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi apapun yang dijatuhkan kepada saya sesuai dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.

Cirebon, 6 April 2026

Pembuat Pernyataan,



Syifa Rahmawati

NIM: 2108204192

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Syifa Rahmawati, lahir di Kota Cirebon 11 Juni 2003. Penulis merupakan anak kandung dari pasangan bapak Bahrus Soleh dan ibu Salamah. Penulis bertempat tinggal di Jl. Cucimannah Timur RT 01/RW 06 Kel Jagasatru Kec. Pekalipan Kelurahan Jagasatru 45115 kota Cirebon.

Jenjang Pendidikan formal yang pernah di tempuh oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. SD PEGAJAHAN 2
2. SMP N 16 kota Cirebon
3. SMA N 3 Kota Cirebon

Penulis menempuh jenjang pendidikan Strata-1 (S1) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon dan Menyusun skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon”** dibawah bimbingan bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag., dan Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

MOTTO

“Kesuksesan tidak datang secara instan, tetapi melalui proses, ketekunan, dan konsistensi dalam berusaha.”



UINSSC

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON**

KATA PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur atas kehadiran Allah Subhanallahu Wata'ala, atas segala nikmat, rahmat, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dalam perkuliahan untuk mendapatkan gelar sarjana. Shalawat serta salam kepada junjungan Nabi Muhammad Shallahu Alaihi Wassalam, panutan terbaik bagi seluruh umat-Nya.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya juga karena adanya orang-orang hebat yang mengiringi setiap langkah perjalanan hidup saya. Maka penulis mempersembahkan skripsi ini untuk:

Pertama kepada penulis, yaitu diri saya sendiri Syifa Rahmawati yang telah banyak berjuang dan berkorban sehingga selesainya skripsi ini. Teruntuk diriku sendiri yang telah bertahan melewati banyaknya batu kerikil dalam perjalanan ini, melewati tangisan tangisan di setiap malam penuh dengan kecemasan, dan rasa sakit yang selalu saya terima yang seringkali di bandingkan dengan prosesnya orang lain. Terimakasih telah melewati perjalanan panjang penuh pelajaran dan ketidaksempurnaan. Terimakasih telah tetap melangkah, meskipun seringkali takut ngerasa gagal dan menyerah. Persembahan ini ku tunjukan kepada diriku sendiri yang pernah ingin berhenti namun tetap selalu melangkah, yang banyak belajar dari kegagalan, dan akhirnya sampai berada di titik ini, proud of me, Saya bangga dengan diriku sendiri. Semoga pencapaian ini menjadi awal langkah untuk membangun mimpi-mimpi aku kedepannya.

Kedua teruntuk orang tua yang saya sayangi yaitu ibu Salamah, S.Ag dan kepada ayah tercinta Bapak Bahru Soleh, terimakasih telah menemani proses aku selama ini, selalu menjadi garda terdepan buat anak perempuan pertama nya, terimakasih untuk semua pengorbanan dan perjuangan selama ini demi bisa mengantarkan anak perempuan pertamanya ke titik wisuda dan terimakasih juga atas segala doa yang tak pernah putus, atas rasa kasih sayang yang tak pernah berhenti, dan

atas kesabaran yang tak pernah habis dalam mendampingi putri nya sampai saat ini. Ayah dan ibu berhasil mendidik saya sampai mendapatkan gelar sarjana, begitu pula teruntuk ibuku terimakasih telah mengajarkan aku sebagai wanita yang kuat dan tangguh dan setiap doa yang tak pernah putus.

Moch Fiqih S.Pd., Gr. Kakak kandung satu-satunya yang selalu memberikan semangat dan membantu yang tidak pernah henti. Terimakasih telah menjadi bagian dalam hidup ini dan selalu menginspirasi dan mencontohkan hal baik untuk adiknya, dan terimakasih juga teruntuk nenekku Puri Khadijah, salah satu nenek yang penulis sayangi yang telah membesarkan penulis dari bayi hingga saat ini yang selalu mensupport, mendukung, serta mengarahkan penulis supaya bisa melewati ini semua. Aku sayang sama kalian semua. Semoga doa doa baik kalian berbalik ke kalian semua, amin yarabal alamin.

Terimakasih juga penulis sampaikan kepada sahabat-sahabat terbaik yang penulis punya, yaitu: Ines Wulantika, Debby Fadhillah Nugraha, Fitri Nur Azizah dan Siti Julaeha, yang telah membantu perjalanan ini selama 4 tahun, yang selalu memberi dukungan, semangat, tenaga, dan waktu. Terimakasih telah menjadi sahabat terbaik bagi penulis, begitu banyak kenangan memori kebersamaan kita baik dalam suka maupun duka. Semoga kalian semua menjadi perempuan yang sukses dan tercapainya cita-cita kalian, amin yarabal alamin.

Terimakasih juga kepada Debby Fadhillah Nurgaraha, Terimakasih sudah menemani Penulis dalam masa-masa skripsi ini, terimakasih sudah selalu membantu dalam mengerjakan skripsi, meluangkan waktu untuk bimbingan kekampus, bahkan memberi arahan dan dukungan di setiap hari. Semoga Allah membalas beribu-ribu kebaikan kamu, amin yarabal alamin.

Teman-teman EKOS E angkatan 2021, terimakasih sudah menjadi bagian teman dalam hidup penulis dari maba hingga saat ini, walaupun kita dipertemukan tidak sengaja dan sekarang menjadi sebuah keluarga yang saling membantu. Terimakasih atas semua dukungan dan kebaikan kalian yang telah berikan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalāmu 'alaikum Wr.Wb.

Segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Benings Klinik Cirebon”** ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi besar Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi wa Sallam* yang telah membawa kita ke zaman kebaikan, semoga kita mendapatkan syafa'atnya di *yaumul akhir*.

Penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon. Proses penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat terlaksana dengan lancar berkat dukungan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Aan Jaelani, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
2. Bapak Dr. Didi Sukardi, M.H, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Siber Syekh Nurjati Cirebon.
3. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Bapak Dr. H. Syaeful Bakhri, S.E., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah.
5. Bapak H. Achmad Otong Busthomi, Lc., M.Ag., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi, terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing, memotivasi, dan memberikan arahan dengan sabar untuk penulis selama ini.

6. Ibu Afiqoh Agustin, S.E.I., M.E.Sy, selaku Dosen Pembimbing II Skripsi, terimakasih banyak telah meluangkan waktunya untuk terus membimbing, memotivasi, dan memberikan arahan dengan penuh ketelitian untuk penulis selama ini. Semoga ibu selalu diberikan kesehatan dan keberkahan dunia akhirat.
7. Kepala dan Staff perpustakaan UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang telah memudahkan penulis untuk mendapatkan berbagai referensi dalam penyelesaian skripsi.
8. Segenap Dosen pengajar UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan motivasi yang bermanfaat.
9. Terhadap semua pihak yang terlibat selama penyusunan skripsi ini, khususnya kepada seluruh responden yaitu konsumen Benings Klinik Cirebon yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan yang diberikan. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan dari Allah SWT.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang membantu. Semoga segala bantuan yang telah diberikan menjadi amal ibadah dan mendapatkan imbalan pahala dari Allah SWT. Penulis sepenuhnya menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karenanya, diharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Terakhir, semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

Wassalāmualaikum Wr.Wb.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama serta Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Uraian secara garis besarnya sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Fonen konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sedangkan dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Dibawah ini merupakan tabel daftar huruf Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak Dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	Ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye

ص	Sad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ط	Ta	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	—‘	Apostraf terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa’	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	—’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanda diberi tanda apapun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monoftong) dan vokal rangkap (difting). Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat, yaitu fathah (—) untuk vokal a, kasroh (—) untuk vokal i, dan dhummah (—) untuk vokal u. Vokal rangkap bahasa Arab lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf yaitu au yaitu harakat a (fathah) diikuti wawu (و) sukun (mati), dan ai yaitu harakat a (fathah) diiringi huruf ya’ (ي) sukun (mati).

Contoh vokal tunggal: كَسَرَ ditulis kasara

Contoh vokal rangkap:

Fathah + yā' tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai (أي).

Contoh: كَيْفَ ditulis kaifa

Fathah + wāwu mati ditulis au (او).

Contoh: هَوَلَ ditulis haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang di dalam bahasa Arab dilambangkan dengan harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda. Vokal panjang ditulis, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ا...َ	Fathah dan alif	Â	a dengan garis di atas
ي...َ	Atau fathah dan ya		
ي...ِ	Kasrah dan ya	Î	i dengan garis di atas
و...ُ	Dammah dan wau	Û	u dengan garis di atas

Contoh: قَالَ ditulis qâla

قِيلَ ditulis qîla

يَقُولُ ditulis yaqûlu

D. Ta' marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu : ta' marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan ta' marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh: رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍah al-atfāl*

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ ditulis *rauḍatul atfāl*

E. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid, dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Jika huruf ي ber-tasydid di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah ةِ, maka ia ditransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh: رَبَّنَا ditulis *rabbanâ*

الْحَدُّ ditulis *al-ḥaddu*

F. Kata Sandang Alif + Lam (ال)

Transliterasi kata sandang dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

1. Kata sandang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu atau huruf lam diganti dengan huruf yang mengikutinya.

Contoh: الرَّجُلُ ditulis *ar-rajulu*

الشَّمْسُ ditulis *as-syamsu*

2. Kata sandang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditulis *al-*.

Contoh: الْمَلِكُ ditulis *al-Maliku*

الْقَلَمُ ditulis *al-qalamu*

G. Hamzah

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir kata, maka ditulis dengan tanda apostrof (').

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa terpisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

وَاللَّهُ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ

Ditulis: Wa innallâha lahuwa khair al-râziqîn atau Wa innallâha lahuwa khairurrâziqîn,

I. Huruf Kapital

Walaupun dalam sistem huruf Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf kapital tetap digunakan. Penggunaan huruf kapital sesuai dengan EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk penulisan huruf awal, nama diri, dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Penggunaan huruf capital untuk allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf / harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh: الْبُخَارِي ditulis al-Bukhârî

الْبَيْهَقِي ditulis al-Baihaqî

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

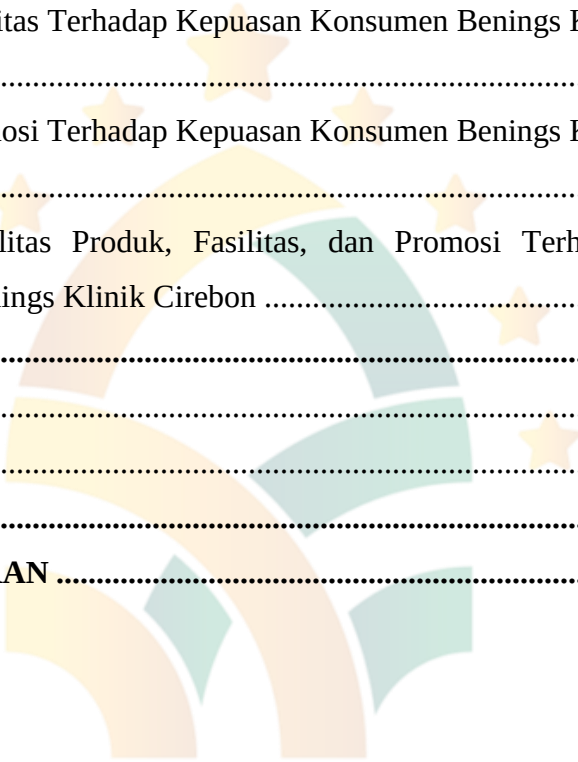
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
المخلص	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
NOTA DINAS.....	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
MOTTO	ix
KATA PERSEMBAHAN	x
KATA PENGANTAR.....	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR GAMBAR.....	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah	8
E. Tujuan dan Mnafaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
A. <i>Customer Satisfaction Theory</i>	12
B. Kepuasan Konsumen.....	13
1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	13

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	14
3. Mengukur Kepuasan Konsumen	14
4. Indikator Kepuasan Konsumen	15
5. Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam	17
C. Kualitas Produk.....	17
1. Pengertian Kualitas Produk	17
2. Indikator Kualitas Produk	18
3. Kualitas Produk Menurut Perspektif Islam	20
D. Fasilitas	21
1. Pengertian Fasilitas.....	21
2. Indikator Fasilitas	22
3. Fasilitas Menurut Perspektif Islam	23
E. Promosi	24
1. Pengertian Promosi.....	24
2. Dimensi Promosi	24
3. Indikator Promosi	27
4. Faktor yang Mempengaruhi Promosi	28
5. Promosi Menurut Perspektif Islam	29
F. Penelitian Terahulu	30
G. Kerangka Pemikiran.....	34
H. Pengembangan Hipotesis	36
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.....	36
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen	37
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen	38
4. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Promosi Secara Simultan Terhadap Kepuasan Konsumen	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	41
A. Waktu dan Tempat Penelitian	41
1. Tempat Penelitian	41

2. Waktu Penelitian	41
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	41
C. Populasi dan Sampel	42
1. Populasi	42
2. Sampel	42
D. Sumber Data.....	44
1. Primer	44
2. Sekunder	44
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
G. Metode Analisis Data.....	47
1. Uji Instrumen.....	47
2. Uji Asumsi Klasik	49
3. Uji Korelasi Parsial	50
4. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	51
5. Uji Hipotesis.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Objek Penelitian	54
1. Profil Benings Klinik Cirebon.....	54
2. Visi Misi Benings Klinik.....	56
B. Hasil Penelitian	56
1. Karakteristik Responden	56
2. Distribusi Frekuensi Variabel.....	59
3. Statistika Deskriptif.....	65
4. Uji Instrumen Penelitian.....	67
5. Uji Asumsi Klasik	70
6. Uji Korelasi Parsial	74
7. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
8. Uji Hipotesis.....	77

9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	79
C. Pembahasan.....	80
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Benings Klinik Cirebon	80
2. Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Benings Klinik Cirebon	82
3. Pengaruh Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Benings Klinik Cirebon	86
4. Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Benings Klinik Cirebon	89
BAB V PENUTUP	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99



UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER

SYEKH NURJATI CIREBON

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Definisi Operasional	45
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Berkunjung atau Berbelanja	58
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Produk (X1).....	59
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel Fasilitas (X2)	61
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Promosi (X3)	62
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	64
Tabel 4. 8 Uji Statistik Deskriptif	66
Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas (X2).....	67
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	68
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	69
Tabel 4. 13 Hasil Uji Reabilitas	69
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4. 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	73
Tabel 4. 17 Hasil Uji Linearitas	74
Tabel 4. 18 Uji Korelasi Parsial	75
Tabel 4. 19 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	76
Tabel 4. 20 Hasil Uji T Parsial.....	77
Tabel 4. 21 Hasil Uji F Simultan	79
Tabel 4. 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Benings Klinik	3
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing Skripsi	99
Lampiran 2 Surat Pengantar Penelitian.....	100
Lampiran 3 Kartu Bimbingan Skripsi	101
Lampiran 4 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 5 Tabulasi Data.....	108
Lampiran 6 Tabulasi Data Interval	115
Lampiran 7 Hasil Uji Output SPSS.....	130
Lampiran 8 Tabel R	148
Lampiran 9 T Tabel Uji T	150
Lampiran 10 F Tabel Uji F	151
Lampiran 11 Hasil Cek Plagiasi.....	152
Lampiran 12 Dokumentasi.....	153

