

**TINGKAT KUALITAS PELAYANAN LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

**WIDYASTUTI**

**NIM : 14.16.4.0140**

Dibimbing Oleh:

- 1. Dr. Fasiha, M.EI**
- 2. Dr. H. M. Zuhri Abu Nawas, Lc., MA**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2018**

**TINGKAT KUALITAS PELAYANAN LABORATORIUM KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
IAIN PALOPO**



**IAIN PALOPO**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar  
Sarjana Ekonomi (SE) Pada Program Studi Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh

**WIDYASTUTI**

**NIM : 14.16.4.0140**

Dibimbing Oleh:

- 1. Dr. Fasiha, M.EI**
- 2. Dr. H. M. Zuhri Abu Nawas, Lc., MA**

Diuji oleh:

- 1. Tadjuddin, SE., M.Si., Ak., CA**
- 2. Hamdani Thaha, S.Ag, M. Pd**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO  
2018**

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widyastuti

NIM : 14.16.4.0140

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau karya pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya, bila dikemudian hari ternyata pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan saya.

Palopo, 12 Maret 2018  
Yang membuat pernyataan

WIDYASTUTI  
NIM. 14.16.4.014

## PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَنْعَمَنَا بِنِعْمَةِ الْإِيمَانِ وَالْإِسْلَامِ. وَنُصَلِّي وَنُسَلِّمُ عَلَى خَيْرِ الْأَنْبِيَاءِ سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah swt yang memberikan petunjuk-Nya kepada penulis dalam proses menuntut ilmu dan menyelesaikan tugas akhir penyusunan skripsi ini. Salawat dan salam tak luput kepada Rasulullah saw yang senantiasa menjadi suri tauladan bagi kita semua. Skripsi ini berjudul **“Tingkat Kualitas Pelayanan Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo”**.

Penelitian ini merupakan tugas akhir untuk melengkapi keseluruhan kegiatan perkuliahan dan juga sebagai bentuk pertanggung jawaban penulis sebagai mahasiswa di IAIN Palopo serta memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar strata satu (S1) pada program studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penulisan skripsi ini penulis banyak menghadapi kesulitan. Namun, dengan ketabahan dan ketekunan yang disertai dengan do'a, bantuan, bimbingan, masukan serta dorongan moril dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih terkhusus yang istimewa, kedua orang tuaku Ibunda Nurwadi dan Ayahanda Junaid yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan kasih sayang sejak kecil hingga sekarang. Begitu pula selama penulis mengenal pendidikan dari Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi, begitu banyak pengorbanan yang telah mereka berikan kepada penulis baik secara moril maupun materil. Sungguh penulis sadar tidak mampu untuk membalas

semuanya, hanya doa yang dapat penulis persembahkan untuk mereka berdua, semoga senantiasa berada dalam limpahan kasih sayang Allah SWT. Amin.

Dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tak lupa menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag., Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
2. Ibu Dr. Hj. Ramlah Makkulasse, MM., Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
3. Dr. Takdir, SH., M.H., Dr. Rahmawati., M.Ag., Dr. Muhammad Tahmir Nur, M.Ag., wakil dekan I, II, III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.
4. Bapak Ilham, S.Ag, M.A., Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
5. Ibu Dr. Fasiha, M.EI dan Bapak Dr. H. M. Zuhri Abu Nawas, Lc., MA dosen pembimbing skripsi I dan dosen pembimbing skripsi II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberi masukan kepada penulis mulai awal sampai terselesaikannya skripsi ini.
6. Bapak Tadjuddin, SE., M. Si., Ak., CA dan Ibu Hamdani Thaha, M.Pd. I dosen penguji skripsi I dan dosen Penguji skripsi II yang senantiasa memberikan bimbingan dan semangat kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan di IAIN Palopo dan khususnya pada saat penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen terkhusus kanda Arno yang selalu siap mendidik dan membagi ilmu pengetahuannya, staf dan karyawan terkhusus ibu Oda di IAIN Palopo yang dengan sabar mendidik dan membagi pengetahuan, pemahaman, motivasi dan pelayanannya selama penulis melaksanakan studi.
8. Kepala perpustakaan dan jajarannya yang telah memberikan ruang dan pelayanan dalam membantu penulis untuk keperluan studi kepustakaan.
9. Teman-teman FEBI 2014 dan adik-adik yang telah membantu proses penelitian ini. Teman kelas peneliti EKIS D 014 ( Sri wahyuni S, Syahban Nur, Yuyun Lestari, Suharni J, Sitti Mushawira, Muh.Malik Januar, Sari

Utari Abdullah, Riska Amalia, Rati Fitriani, Rita Rahayu, Risma, Yusriadi, dan semua pihak yang belum sempat penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih atas bantuannya, kerjasamanya, hiburannya, dukungannya dan doa'nya.

10. Sahabat- sahabat saya yang selalu memberikan motivasi dan semangat (Nur zaharani hamsir, Nur Azmi, Egha purnama, dan Siti Maryam FKM) sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Teman-teman posko KKN Kasiwiang dan saudara saudari saya yang ada di Kasiwiang ( Saudariku kk Indy, saudara- saudara saya kk Takdir, kk Ade, kk Agus, kk zidan, kk Anca, kk Berlin) dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terimakasih atas motivasi, masukan, dan dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Terkhusus kepada kedua orang tua tercinta, bapak Junaid dan Ibu Nurwadi yang telah membesarkan dan mendidik penulis dengan penuh kasih dan kesabaran, yang menjadi motivasi bagi penulis dalam berbagai hal, yang selalu memberikan nasehat dan mendoakan penulis serta memberikan bantuan baik moril maupun materil.

IAIN PALOPO

Akhirnya tidak ada kata yang lebih penting selain harapan, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya, Amin.

Palopo, 12 Maret 2018

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING I.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING II .....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iv
NOTA DINAS PENGUJI I.....	v
NOTA DINAS PENGUJI II.....	vi
PERSETUJUAN PENGUJI .....	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	viii
ABSTRAK .....	ix
PRAKATA.....	x
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL .....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Hipotesis.....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Definisi Operasional Variabel.....	8

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	11
B. Tinjauan Pustaka .....	13
1. Teori Kualitas Pelayanan/Jasa .....	13
2. Prinsip – Prinsip Manajemen Pelayanan .....	16
3. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	17
4. Kualitas Pelayanan/Jasa Perspektif Islam .....	20
a. <i>Compliance</i> (Kepatuhan) .....	21
b. <i>Assurance</i> (Jaminan) .....	22
c. <i>Reliability</i> (Kehandalan) .....	22
d. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik).....	23
e. <i>Empathy</i> (Empati) .....	24
f. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap).....	25
5. Organisasi Kewirausahaan .....	26
C. Kerangka Pikir .....	27
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Lokasi Penelitian .....	30
C. Sumber Data .....	30
D. Populasi dan Sampel .....	31
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	35
 <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	39
1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
a. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) ..	40
b. Profil Laboratorium Kewirausahaan FEBI .....	43
2. Deskripsi Data .....	46
B. Pembahasan.....	48
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>65</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>.....</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka pikir.....	28
Gambar 4.1 Struktur Organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam....	42
Gambar 4.2 Diagram lingkaran jenis kelamin .....	47



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2015-2017 .....	2
Tabel 3.1 data mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis islam tahun akademik 2017/2018 .....	31
Tabel 3.2 Skala <i>likert</i> .....	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	36
Tabel 3.4 Hasil uji realibilitas .....	37
Tabel 4.1 Dosen/Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo .....	41
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	47
Tabel 4.3 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek kepatuhan ( <i>Compliance</i> ).....	48
Tabel 4.4 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek jaminan ( <i>assurance</i> ).....	49
Tabel 4.5 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek Kehandalan ( <i>Raealibility</i> ) .....	50
Tabel 4.6 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek bukti fisik ( <i>tangible</i> ) .....	52
Tabel 4.7 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek Empati	

( <i>emphaty</i> ).....	53
Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek ketanggapan ( <i>responsiveness</i> ) .....	54
Tabel 4.9 Rata-rata nilai seluruh jawaban per item.....	56
Tabel 4.10 Skala <i>likert</i> .....	58



Nama : Widyastuti  
NIM : 14.16.4.0140  
Judul Skripsi : Tingkat Kualitas Pelayanan Laboratorium Kewirausahaan  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo.

### ABSTRAK

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di IAIN Palopo. Untuk menciptakan alumni-alumni yang berkualitas dan untuk mengurangi tingkat pengangguran nantinya salah satu strategi yang diterapkan di fakultas ini dengan mendirikan sebuah laboratorium kewirausahaan yang diberi nama *The Cafe* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa juga disebut sebagai DC FEBI. Laboratorium kewirausahaan merupakan laboratorium kewirausahaan yang menampung berbagai macam produk mahasiswa yang siap untuk dipasarkan atau dijual. Dalam menawarkan produknya DC FEBI harus memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan tertarik. Pentingnya pelayanan yang baik sangat memberikan pengaruh kepada pelanggan karena pelayanan merupakan citra pertama yang dinilai, dan tanpa pelayanan yang baik tentu akan mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan. Rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah bagaimana tingkat kualitas pelayanan Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Penelitian ini bertujuan Untuk untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo.

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Palopo berjumlah 1880 mahasiswa. Sampel dari penelitian ini yaitu sebagian dari mahasiswa FEBI IAIN Palopo berjumlah 95 mahasiswa. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini berupa *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. Dalam teknik ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu. Adapun kriteria-kriteria tersebut yaitu mahasiswa FEBI yang pernah berbelanja di laboratorium kewirausahaan FEBI.

Berdasarkan hasil penelitian maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI tidak baik . Hal itu dapat dilihat dari jumlah rata-rata seluruh item pertanyaan yaitu 260,68 dengan rata rata jawaban 2,74.

**Kata Kunci: Kualitas pelayanan, laboratorium kewirausahaan FEBI**

# BAB I

## PENDAHULUAN

### *A. Latar Belakang Masalah*

Kecenderungan yang terjadi pada mahasiswa-mahasiswa yang duduk di perguruan tinggi saat ini adalah kebanyakan dari mereka lebih menginginkan pekerjaan yang mapan dengan mendapatkan status yang terhormat dan banyak menghasilkan pendapatan setelah menyelesaikan pendidikannya. Pada hakikatnya pendidikan adalah pembelajaran sepanjang hayat sehingga harus mampu membekali pelajar dengan sesuatu yang bermakna agar dapat menjadi manusia yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, masyarakat, bangsa dan negara.<sup>1</sup>

Di era sekarang ini sebagian besar mahasiswa baik tingkat akhir maupun yang baru saja lulus tidak ada pemikiran sedikitpun untuk berwirausaha. Namun jika semua mahasiswa dapat memiliki pemikiran yang sama mengenai hal tersebut maka hal tersebut dapat mendukung perekonomian negara, karena dengan berwirausaha seseorang dapat menjadi lebih mandiri, kreatif dan inovatif. Menurut David McClelland seorang ilmuwan dari Amerika Serikat menyatakan bahwa suatu negara dapat dikatakan makmur apabila minimal harus memiliki jumlah *entrepreneur* atau wirausaha sebanyak 2%.<sup>2</sup> Di Indonesia sendiri untuk saat ini masih belum mencapai angka ideal yakni 2% dari jumlah penduduk

---

<sup>1</sup>Wiedy Murtini, Sri Sumaryati, Leny Noviani, *Pengembangan Laboratorium Kewirausahaan Terpadu Prodi Pendidikan Ekonomi*, Cakrawala Pendidikan, Universitas Negeri Surakarta, Th. XXXIII, No. 2, 2004, h.296

<sup>2</sup> Puji Fidya Astuti, *Pengaruh Prestasi Belajar Mata Pelajaran Kewirausahaan Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Universitas Pendidikan Indonesia*, Skripsi Sarjana (Universitas Pendidikan Indonesia, 2013), h.1.

Indonesia. Sebagaimana dikutip dalam Kompas.com bahwa data terkini dari *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* menunjukkan bahwa Indonesia baru mempunyai sekitar 1,65% pelaku wirausaha dari total jumlah penduduk 250 juta jiwa. Sedangkan Negara ASEAN lainnya seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand. Ketiganya mencatatkan angka 7%, 5%, dan 3% dari total jumlah penduduk masing-masing.<sup>3</sup> Sebagai warga Negara Indonesia terutama mahasiswa juga dapat berperan dalam meningkatkan jumlah kewirausahaan tersebut, selain itu kewirausahaan juga dapat turut berperan dalam mengatasi jumlah pengangguran di Indonesia.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan di Indonesia dapat dilihat melalui tabel berikut.<sup>4</sup>

**Tabel 1.1**

**Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi yang Ditamatkan 2015-2017**

No	Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan	2015		2016		2017	
		Agustus	Februari	Agustus	Februari	Agustus	
1	Tidak/belum pernah sekolah	55,554	94,293	59,346	92,311	62,984	
2	Tidak/belum tamat SD	371,542	557,418	384,069	546,897	404,435	
3	SD	1,004,961	1,218,954	1,035,731	1,292,234	904,561	

<sup>3</sup> Kompas.Com, *Menggenjot Jumlah Ideal Pelaku Wirausaha Indonesia*, [Http://Bisniskuangan.Kompas.Com/Read/2016/03/30/192821726/Menggenjot.Jumlah.Ideal.Pelaku.Wirausaha.Indonesia](http://Bisniskuangan.Kompas.Com/Read/2016/03/30/192821726/Menggenjot.Jumlah.Ideal.Pelaku.Wirausaha.Indonesia), (Diakses Pada Tanggal 2 Januari 2017).

<sup>4</sup> Badan Pusat Statistik RI, *Laporan Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Pendidikan Tertinggi Yang Ditamatkan*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2016).

4	SLTP	1,373,919	1,313,815	1,294,483	1,281,240	1,274,417
5	SLTA Umum/SMU	2,280,029	1,546,699	1,950,626	1,552,894	1,910,829
6	SLTA Kejuruan/SMK	1,569,690	1,348,327	1,520,549	1,383,022	1,621,402
7	Akademi/Diploma	251,541	249,362	219,736	249,705	242,937
8	Universitas	653,586	695,304	567,235	606,939	618,758
	<b>Total</b>	<b>7,560,822</b>	<b>7,024,172</b>	<b>7,031,775</b>	<b>7,005,262</b>	<b>7,005,262</b>

(Sumber: www.bps.go.id diakses tanggal 30 Januari 2018)

Pengertian *entrepreneurship* dewasa ini menjadi populer diberbagai negara, terutama dikalangan para mahasiswa yang mempelajari ilmu ekonomi dan manajemen.<sup>5</sup>

Menurut Hisrich dan O'cinneide dalam Rachma Fitriati kewirausahaan menjadi penting karena dapat melahirkan ide-ide baru , menciptakan perusahaan baru dan pekerjaan, serta meningkatkan perekonomian suatu negara secara keseluruhan<sup>6</sup>.

Menurut Edwards dan Muir dalam jurnal Rachma<sup>7</sup>, universitas sebagai level pendidikan tertinggi memiliki kesempatan mengembangkan kewirausahaan dari orang-orang yang memiliki kompetensi dan kemampuan analisis lebih, sehingga mampu menciptakan *Small Medium Enterprise* (SME) yang bernilai tinggi.

<sup>5</sup> J.Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.79.

<sup>6</sup> Rachma Fitriati, *Entrepreneurship Education: Toward Models In Several Indonesia's University*, Prosiding The 4<sup>th</sup> International Of Convergence Indonesian Studies: Unity, Diversity And Future, Universitas Indonesia, 2011, h. 681.

<sup>7</sup>Rachma Fitriati, *Entrepreneurship Education: Toward Models In Several Indonesia's University*, Prosiding The 4<sup>th</sup> International Of Convergence Indonesian Studies: Unity, Diversity And Future, Universitas Indonesia, 2011,h.682

IAIN Palopo merupakan salah satu perguruan tinggi yang ada di Kota Palopo. Lokasi kampus ini berada di jalan Agatis, Balandai, Kota Palopo. Kampus ini memiliki empat fakultas serta memiliki program pasca sarjana. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di IAIN Palopo dimana fakultas ini juga merupakan salah satu fakultas yang banyak diminati dan menjadi favorit mahasiswa. Untuk menciptakan alumni-alumni yang berkualitas dan untuk mengurangi tingkat pengangguran nantinya salah satu strategi yang diterapkan di fakultas ini dengan mendirikan sebuah laboratorium kewirausahaan yang diberi nama *The Cafe* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa juga disebut sebagai DC FEBI yang didirikan pada tanggal 31 Agustus 2015 untuk para mahasiswa FEBI.

Laboratorium kewirausahaan ini dipakai oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam sebagai wadah pembelajaran dan bentuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha mahasiswa IAIN Palopo yang terkhusus kepada mahasiswa jurusan ekonomi untuk menjadi manusia yang kreatif, memiliki jiwa usaha muda, dan berkarakter kuat berbasis kewirausahaan sehingga mampu bersaing dengan para wirausahawan muda lainnya dan dapat menghasilkan bibit-bibit atau alumni yang bisa menciptakan lapangan pekerjaan bukan sebagai pencari pekerjaan.

Laboratorium kewirausahaan ini memiliki struktur kepengurusan didalamnya dan sudah tiga kali berganti kepengurusan, yang terdiri dari ketua, sekertaris, bendahara, manajer, staf dan pegawai, semua sudah terarah sesuai dengan bidangnya masing-masing. Laboratorium kewirausahaan merupakan



laboratorium kewirausahaan yang menampung berbagai macam produk mahasiswa yang siap untuk dipasarkan atau dijual. Mahasiswa yang terlibat didalam laboratorium kewirausahaan setiap harinya langsung mempraktekkan bagaimana cara berwirausaha yang baik dengan menawarkan berbagai produk dan memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan tertarik. Pentingnya pelayanan yang baik sangat memberikan pengaruh kepada pelanggan karena pelayanan merupakan citra pertama yang dinilai, dan tanpa pelayanan yang baik tentu akan mempengaruhi persepsi dan kepuasan pelanggan.

Menurut Parasuraman dkk dalam Rambat Lupiyaodi - A.Hamdan, Kualitas Pelayanan Jasa di definisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima<sup>8</sup>. Menurut Parasuraman dkk dalam Agung Utama, kualitas pelayanan dapat dilihat dari dimensi *reliability* (kemampuan mewujudkan janji), *responsiveness* (ketanggapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan memberi jaminan layanan), *emphaty* (memahami keinginan pelanggan), dan *tangibles* (tampilan fisik layanan)<sup>9</sup>. Menurut Parasuraman Kelima dimensi ini disebut SERVQUAL (*Service Quality*). Sedangkan menurut Othman dan Owen sebagaimana dikutip dalam Fitria Solahika Salma & Ririn Tri Ratnasari pada tahun 2011 yang digunakan

---

<sup>8</sup> Rambat Lupiyaodi - A.Hamdan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Depok: Salemba Empat, 2006), h.181.

<sup>9</sup>Agung Utama, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, UPN' Veteran Yogyakarta, Vol. 1, No. 2, Desember 2003, h.97.

untuk mengukur kualitas jasa. Dimensi tersebut adalah CARTER model, yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*<sup>10</sup>.

Seiring berjalannya waktu laboratorium kewirausahaan mengalami perkembangan dimana laboratorium kewirausahaan sudah dikenal banyak oleh mahasiswa yang ada di IAIN Palopo. Dalam menarik dan mempertahankan pelanggan kemampuan memberikan persepsi yang baik kepada pelanggan ditentukan oleh tingkat kualitas pelayanan yang diberikan yang terdiri dari enam dimensi seperti yang telah dipaparkan oleh penulis.

Terkait dengan hal diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti “Tingkat Kualitas Pelayanan Laboratorium Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo”

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana tingkat kualitas pelayanan FEBI IAIN Palopo?

### **C. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>11</sup> Adapun hipotesis dalam penelitian ini

---

<sup>10</sup> Fitria Solahika Salma & Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*, Universitas Airlangga, Vol. 2 No. 4 April 2015, h.325.

<sup>11</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), H. 93.

yaitu dari variabel kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI IAIN Palopo mempunyai tingkat kualitas pelayanan yang baik.

#### ***D. Tujuan Penelitian***

Tujuan penelitian dari rumusan masalah di atas adalah untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan Laboratorium Kewirausahaan FEBI Islam IAIN Palopo.

#### ***E. Manfaat Penelitian***

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini yaitu:

1. Secara teoritis, penelitian ini dapat menambah pengetahuan bagi pembaca dan penulis, khususnya mengenai kualitas pelayanan.
2. Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat yang mampu membantu mahasiswa yang terlibat didalam laboratorium kewirausahaan dalam mempelajari, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanannya dalam menarik pelanggan dan perkembangan laboratorium kewirausahaan kedepannya.
3. Bagi pihak akademik lain, diharapkan mampu menambah wawasan dan kajian ilmu mengenai pentingnya kualitas pelayanan. Disamping itu hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang memiliki topik yang sama, dan juga sebagai acuan untuk peneliti selanjutnya yang ingin mengambil masalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap konsumen.

## ***F. Definisi Operasional Variabel***

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan yang merupakan suatu proses yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan produk barang/jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan yang ada di laboratorium kewirausahaan atau DC FEBI. Dalam penelitian ini kualitas pelayanan mengacu pada aspek *compliance* (Kepatuhan), *assurance* (jaminan), *reliability* (kehandalan), *tangibles* (bukti fisik), *emphaty* (empati) dan *responsiveness* (ketanggapan).

### 1. Kepatuhan (*Compliance*)

Compliance adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang ditetapkan dalam Alquran dan As-Sunnah (syariah). Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah SWT, sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika.

Adapun indikator aspek kepatuhan (*Compliance*) yaitu:

#### a. Etika

Etika adalah sebuah sesuatu di mana dan bagaimana cabang utama filsafat yang mempelajari nilai atau kualitas yang menjadi studi mengenai standar dan penilaian moral.<sup>12</sup>

#### b. Jujur

#### c. Akhlak

Akhlak adalah tingkah laku seseorang yang didorong oleh suatu keinginan secara sadar untuk melakukan suatu perbuatan yang baik<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Etika> (diakses pada tanggal 5 februari 2018)

<sup>13</sup> <https://id.wikipedia.org/wiki/Akhlak> (diakses pada tanggal 5 februari 2018).

## 2. Jaminan (*assurance*)

Jaminan (*assurance*) yaitu suatu jaminan yang diberikan laboratorium kewirausahaan kepada konsumennya agar selalu merasa nyaman.

Adapun indikator dari aspek jaminan (*assurance*) yaitu:

- a. Pengetahuan luas pengurus
- b. Kebersihan
- c. Kenyamanan
- d. Komunikasi

## 3. Kehandalan (*reability*)

Sesuatu yang di berikan oleh laboratorium kewirausahaan/DC FEBI berupa pelayanan yang sesuai dan tepat waktu.

Adapun indikator dari aspek kehandalan (*reability*) yaitu:

- a. Prosedur pelayanan yang baik
- b. Kepedulian pengurus
- c. Ketepatan pesanan

## 4. Bukti fisik (*Tangible*)

Sesuatu yang berwujud dan mendukung dalam melakukakn operasional di DC FEBI.

Adapun indikator dari aspek brwujud (*tangible*) yaitu:

- a. Gedung laboratorium kewirausahaan/DC FEBI
- b. Penampilan pengurus
- c. Properti

### 5. Empati (*emphaty*)

Empati (*emphaty*) adalah suatu perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang di berikan kepada para pelanggan.

Adapun indikator dari aspek empati (*emphaty*) yaitu:

- a. Keramahan pengurus
- b. Perhatian khusus
- c. Kejelasan informasi

### 6. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu yang di berikan DC FEBI untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan.

Adapun indikator aspek ketanggapan (*responsiveness*) yaitu:

- a. Ketelitian
- b. Respon pengurus
- c. Kecepatan

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### *A. Penelitian Terdahulu yang Relevan*

1. Arta Yunanta, dalam tesisnya yang berjudul “Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan Berdasarkan Harapan dan Kenyataan pada Perpustakaan Politeknik Negeri Malang (2015)”<sup>14</sup> Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Politeknik Negeri Malang dalam melakukan pelayanan perpustakaan dengan menggunakan lima dimensi menurut Parasuraman yaitu *realibility*, *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* bisa disimpulkan tinggi. Keseluruhan penelitian ini menghasilkan bahwa di Perpustakaan Politeknik Negeri Malang dikatakan baik dan memuaskan.

Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu memiliki salah satu fokus permasalahan yang sama, subjek penelitian yaitu mahasiswa, dan teknik pengambilan sampel yang menggunakan random sampling.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya, konsep kualitas pelayanan yang di digunakan menurut Parasuraman dkk, sedangkan peneliti menggunakan konsep menurut Othman dan Owen.

2. Andi Wahyu Hermanto, dalam tesisnya yang berjudul “Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang”,

---

<sup>14</sup>Arta yunanta, “*Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan Berdasarkan Harapan Dan Kenyataan Pada Perpustakaan Politeknik Negeri Malang*”, Tesis Magister, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015).

Program Pasca Sarjana, Universitas Diponegoro Semarang 2008<sup>15</sup>. Berdasarkan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab terdahulu, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara umum pengguna jasa Terminal Peti Kemas Semarang untuk kegiatan ekspor barang sudah cukup puas dengan kondisi dan kualitas pelayanan saat ini. Namun Untuk kegiatan impor barang melalui Terminal Peti Kemas Semarang, para pengguna jasa secara umum beranggapan bahwa pelayanan dari pihak TPKS biasa saja.

Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu mengkaji tentang kualitas pelayanan, menggunakan variabel kualitas pelayanan, dan sama menggunakan lima dimensi kualitas pelayanan diantaranya *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness*.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya yaitu terdapat pada fokus permasalahan dan peneliti sebelumnya meneliti masyarakat pada umumnya sedangkan peneliti hanya meneliti mahasiswa IAIN Palopo.

3. Ristiyahana Nurbahar, dalam skripsinya yang berjudul “Kepuasan Kerja Karyawan di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta 2015.<sup>16</sup> Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai kepuasan kerja karyawan di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan kerja karyawan di PT POS Indonesia (Persero) Cabang Kebumen secara umum adalah cukup puas.

---

<sup>15</sup> Andi Wahyu Hermanto, “Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang”, Tesis Magister, (Semarang: Universitas Diponegoro Semarang, 2016).

<sup>16</sup> Ristiyahana Nurbahar, “Kepuasan Kerja Karyawan Di PT Pos Indonesia (Persero) Cabang Kebumen”, Skripsi, (Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta: 2015).



Persamaan penelitian ini dengan sebelumnya, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan angket.

Perbedaan penelitian ini dengan sebelumnya, variabel yang berbeda, masalah dan tujuan penelitian serta subjek penelitian.

## ***B. Tinjauan Pustaka***

### **1. Teori Kualitas Pelayanan/Jasa**

#### **a. Kualitas**

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikannya secara berbeda pula. Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain:

- Kesesuaian antara persyaratan/tuntunan
- Kecocokan untuk pemakaian
- Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan
- Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat.

Dalam sebuah survei yang dilakukan *American Society for Quality Control* (ASQC) dan *Gallup Organization* terhadap lebih dari 3.000 konsumen di Amerika Serikat, Jerman Barat, dan Jepang didapatkan hasil bahwa ada berbagai macam komponen kualitas dilihat dari perspektif pelanggan. Arti penting atau penekanan pada komponen-komponen tersebut berbeda-beda antar negara.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1997), h.2.

Menurut *American Society For Quality Control* dalam Ali Hanafiah, kualitas adalah: “Keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.<sup>18</sup> Menurut KBBI kualitas adalah tingkat baik buruknya suatu kadar<sup>19</sup>.

Menurut David L. Goetsch dan Stanley B. Davis mendefinisikan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan<sup>20</sup>.

#### **b. Pelayanan**

Menurut KBBI kata pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain. Menurut Groonroos pelayanan dalam Ratminto & Atik Septi Winarsih, adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi permasalahan konsumen/pelanggan. Definisi yang sangat simple diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skinner, dan Crosby bahwa pelayanan adalah produk produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha manusia dan menggunakan peralatan<sup>21</sup>.

---

<sup>18</sup> Ali Hanafiah, *Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening*, Manajemen Dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Volume 1, Nomor 3, November 2015, h.5.

<sup>19</sup> <https://jagokata.com/arti-kata/kualitas.html> (diakses pada tanggal 01 februari 2018)

<sup>20</sup> Fandy Tjiptono & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2001).h.4.

<sup>21</sup> Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.2.

Menurut Parasuraman dkk dalam Rambat Lupiyaodi - A.Hamdan, kualitas pelayanan jasa didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.<sup>22</sup>

Dari definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu proses yang harus dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan produk barang/jasa yang sesuai dengan harapan pelanggan atau mahasiswa.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut John Sviloka dalam Rambat Lupiyaodi, adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.<sup>23</sup> Dalam rangka memuaskan atau bahkan membahagiakan pelanggan perlu pemahaman dasar mengenai strategi-strategi yang berkaitan dengan unsur manusia dalam setiap berorganisasi, diantaranya:<sup>24</sup>

- Menetapkan tujuan yang jelas
- Memprakarsai atau menentukan kembali budaya organisasi

---

<sup>22</sup>Rambat Lupiyaodi - A.Hamdan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Depok: Salemba Empat, 2006), h.181.

<sup>23</sup> Rambat Lupiyaodi-A.Hamdan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Depok: Salemba Empat, 2006), h.181.

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1997), h.3.

- Mengembangkan komunikasi yang efektif dan konsisten
- Melembagakan pendidikan dan pelatihan
- Mendorong perbaikan terus-menerus.

## 2. Prinsip-prinsip manajemen pelayanan

Untuk dapat menyelenggarakan manajemen pelayanan dengan baik, kita harus mengelola momen kritis pelayanan, berempati kepada konsumen dengan cara membuat lingkaran pelayanan. Selain itu juga prinsip-prinsip manajemen pelayanan yang dapat dipakai sebagai acuan . prinsip-prinsip tersebut antarlain adalah sebagai berikut.<sup>25</sup>

- a. Identifikasikan kebutuhan konsuen yang sesungguhnya.
- b. Sediakan pelayanan yang terpadu (*one stop shop*).
- c. Buat sistem yang mendukung pelayanan konsumen.
- d. Usahakan agar semua orang atau karyawan bertanggung jawab terhadap kualitas pelayanan .
- e. Layanilah keluhan konsumen dengan baik.
- f. Terus berinovasi.
- g. Karyawan adalah sama pentingnya dengan konsumen.

---

<sup>25</sup> Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), h.87.

- h. Bersikap tegas tetapi ramah dengan konsumen.
- i. Jalin komunikasi dan interaksi khusus dengan pelanggan.
- j. Selalu mengontrol kualitas.

### 3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithaml, Parasuraman, dan Berry, mengukur kualitas jasa dengan mengetahui perbedaan/gap antara harapan dengan persepsi pengguna jasa<sup>26</sup>. Salah satu pendekatan kualitas jasa yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka dalam enam sektor jasa: reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, serta perbankan ritel dan dan pialang sekuritas.<sup>27</sup>

Pada penelitian awalnya, menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok<sup>28</sup>, yakni

- a. Bukti fisik, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi.
- b. Reliabilitas, kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan handal.

---

<sup>26</sup>Renata Arimawati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kinerja Pegawai Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Skripsi Sarjana, (Semarang: Universitas Diponegoro,2013), h.21.

<sup>27</sup>Agung Utama, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, UPN Veteran Yogyakarta, Vol. 1, No. 2, Desember 2003, h.102

<sup>28</sup> Renata Arimawati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kinerja Pegawai Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Skripsi Sarjana, (Semarang: Universitas Diponegoro,2013), h.21-22.

- c. Daya tanggap, kesediaan untuk membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.
- d. Kompetensi, penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
- e. Kesopanan, sikap santun, respek, perhatian, dan keramahan para staf dilini depan.
- f. Kredibilitas, sifat jujur dan dapat dipercaya.
- g. Keamanan, bebas dari bahaya, risiko, atau keragu-raguan.
- h. Akses, kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- i. Komunikasi, memberikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.
- j. Kemampuan memahami pelanggan, berupa memahami pelanggan dan kebutuhan mereka.

Pada tahun 1988, Parasuraman, Zeithmal dan Berry, menemukan bahwa sepuluh dimensi yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok.<sup>29</sup>

Salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh Parasuraman yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun keatas disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut:

---

<sup>29</sup> Agung Utama, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, UPN"Veteran "Yogyakarta, Vol. 1, No. 2, Desember 2003, h.102

### 1. Berwujud (*tangible*)

Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.

### 2. Keandalan (*reliability*)

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

### 3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

### 4. Jaminan dan kepastian (*assurance*)

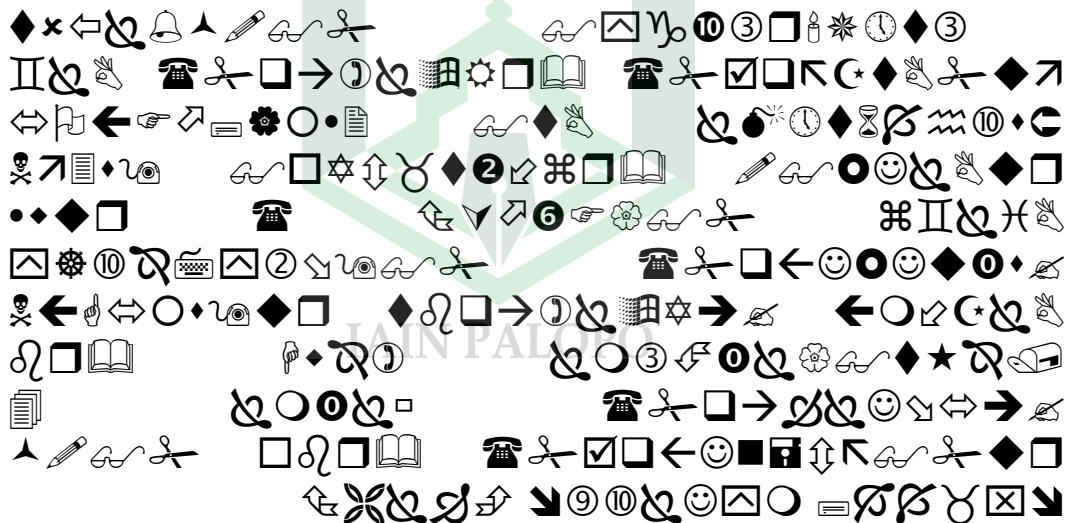
Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pada pelanggan kepada perusahaan, kemampuan pengetahuan terhadap produk, kualitas, keterampilan dalam memberikan informasi.

5. Empati (*empathy*)

Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen<sup>30</sup>.

4. Kualitas Pelayanan/Jasa Perspektif Islam

Konsep Islam juga mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.<sup>31</sup> Hal ini tampak dalam QS. Al-Baqarah/2: 267.



Terjemahnya:

*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*

<sup>30</sup>Rambat Lupiyaodi - A.Hamdan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Depok: Salemba Empat, 2006), h.182.

<sup>31</sup>Piracetam, "Kualitas Pelayanan Dalam Islam", [https://Ridwan202.Wordpress.Com/2013/02/11/Kualitas-Pelayanan-Dalam-Islam-/?\\_E\\_Pi\\_=7%2CPAGE\\_ID10%2C76791006440](https://Ridwan202.Wordpress.Com/2013/02/11/Kualitas-Pelayanan-Dalam-Islam-/?_E_Pi_=7%2CPAGE_ID10%2C76791006440), (Diakses Pada Tanggal 10 Januari 2017)



*mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*<sup>32</sup>

Pemahaman bahwa ayat tersebut menganjurkan untuk pentingnya memberikan pelayanan yang berkualitas disebabkan pelayanann (*service*) tidak hanya sebatas mengantarkan atau melayani. Service berarti mengerti, memahami, dan merasakan sehingga penyampaiannya akan mengenai *heart share* konsumen dan pada akhirnya memperkokoh posisi dalam *mind share* konsumen.<sup>33</sup>

Adapun hadits yang berkaitan dengan kualitas pelayanan terdapat dalam hadist dibawah ini:

حَدَّثَنَا اللَّيْثُ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ عُمَرَ عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّهُ قَالَ أَلَا كُنتُمْ رَاعٍ وَكُنتُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ فَالْأَمِيرُ الَّذِي عَلَى النَّاسِ رَاعٍ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ وَالرَّجُلُ رَاعٍ عَلَى أَهْلِ بَيْتِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُمْ وَالْمَرْأَةُ رَاعِيَةٌ عَلَى بَيْتِ بَعْلِهَا وَوَلَدِهِ وَهِيَ مَسْئُولَةٌ عَنْهُمْ وَالْعَبْدُ رَاعٍ عَلَى مَالِ سَيِّدِهِ وَهُوَ مَسْئُولٌ عَنْهُ أَلَا فَكُنتُمْ رَاعٍ وَكُنتُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ

IAIN PALOPO

Terjemahnya:

*Telah menceritakan kepada kami Laits dari Nafi' dari Ibnu Umar dari Nabi shallallahu 'alaihi wasallam, bahwa beliau bersabda: "Ketahuilah, setiap kalian adalah pemimpin, dan setiap kalian bertanggung jawab atas apa yang dipimpinnya. Seorang pemimpin yang memimpin manusia akan bertanggung jawab atas rakyatnya, seorang laki-laki adalah pemimpin atas keluarganya, dan dia bertanggung jawab atas mereka semua, seorang wanita juga pemimpin atas rumah suaminya dan anak-anaknya, dan dia bertanggung jawab atas mereka semua, seorang budak adalah pemimpin atas harta tuannya, dan dia bertanggung jawab atas harta tersebut. Setiap*

<sup>32</sup>Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Alqur'an Dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 45.

<sup>33</sup>Nur Alfiah, *Kualitas pelayanan berbasis syariah dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah*, Skripsi, (Palopo, IAIN Palopo, 2016), h.4.

*kalian adalah pemimpin dan akan bertanggung jawab atas kepemimpinannya."*<sup>34</sup>

Dimensi kualitas jasa perspektif Islam pertama kali diperkenalkan oleh Othman dan Owen pada tahun 2011 yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa. Dimensi tersebut adalah CARTER model, yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness* (CARTER). Dimensi CARTER yang dijelaskan dalam konsep Islam adalah sebagai berikut<sup>35</sup>.

a. *Compliance* (kepatuhan)

*Compliance* adalah kepatuhan terhadap aturan atau hukum-hukum yang ditetapkan dalam alquran dan as-sunnah (syariah). Ratnasari mengatakan bahwa syariah Islam merupakan pedoman sekaligus aturan yang diturunkan Allah SWT untuk diamalkan oleh para pemeluknya dalam setiap kehidupan agar tercipta keharmonisan dan kebahagiaan. Pengetahuan seseorang tentang syariah akan meningkatkan kepatuhannya terhadap perintah dan larangan Allah SWT, sehingga memunculkan kepribadian yang penuh moral dan etika. Keyakinan terhadap Allah SWT akan memberikan stabilitas emosi pada individu dan motivasi positif dalam setiap aktifitas bisnisnya.

b. *Assurance* (jaminan)

---

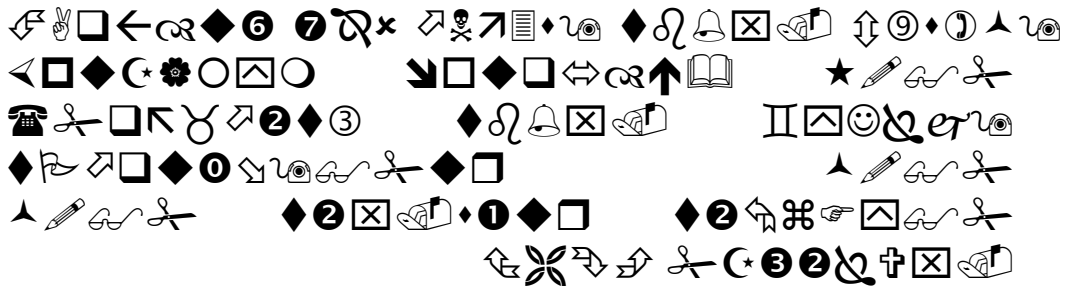
<sup>34</sup> Shahih Muslim/ Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi Annaishaburi ,Kitab : Kepemimpinan/ Juz 2/ Hal. 187/ No. ( 1829 ) , Penerbit Darul Fikri/ Bairut-Libanon 1993 M.

<sup>35</sup> Fitria Solahika Salma & Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*, Universitas Airlangga, Vol. 2 No. 4 April 2015, h.325-327.

Pengetahuan dan kemahiran atas suatu produk hanya akan diperoleh dari sebuah proses belajar yang tekun dan bersungguh-sungguh. Islam memerintahkan agar setiap muslim senantiasa belajar dengan tekun dan terus meningkatkan kemampuan dirinya. Peningkatan pengetahuan personal sangatlah penting bagi organisasi jasa. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas terhadap jasa, akan mampu berbicara lebih luas tentang jasa tersebut dan dapat menyampaikan jasa lebih baik kepada pelanggan. Hal ini didasarkan firman Allah SWT tentang keutamaan orang yang berilmu. Bagian lain dari dimensi assurance adalah sikap karyawan yang ramah dan sopan. Hal tersebut dapat menarik perhatian dan membentuk hubungan baik antara kedua belah pihak. Sikap tersebut merupakan bagian dari etika perdagangan yang harus dijalankan oleh setiap muslim. Allah SWT juga memerintahkan kepada muslim untuk mengucapkan kata-kata yang baik ketika berinteraksi dengan orang lain. Perkataan yang baik (sopan) dan lemah lembut (ramah) akan membentuk pola interaksi yang berkualitas.

c. *Reliability* (kehandalan)

Pelayanan akan dapat dikatakan *reliability* apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga penyedia layanan jasa. Dalam konteks ini, Allah SWT juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat. Di dalam pandangan Islam sudah ada contoh pedoman bermuamalah sebagai seorang muslim, seperti yang terkandung dalam QS.Al-Ahzab/33:21.

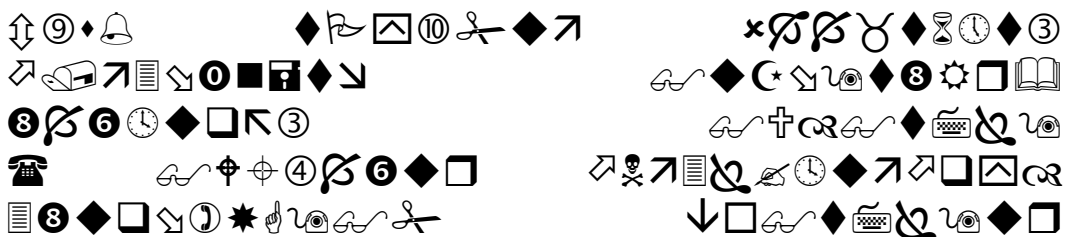


Terjemahnya:

*Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan Dia banyak menyebut Allah<sup>36</sup>.*

d. *Tangible* (bukti fisik)

Bukti fisik merupakan tampilan fisik yang akan menunjukkan identitas organisasi sekaligus faktor pendorong munculnya persepsi awal pelanggan terhadap suatu organisasi jasa. Ketidakmampuan organisasi dalam menampilkan bukti fisiknya dengan baik, akan melemahkan citra serta dapat menciptakan persepsi negatif pada pelanggan. Dimensi lain dalam *tangible* adalah bukti fisik personal, yakni karyawan dalam berpenampilan atau berpakaian. Dalam syariah Islam, diwajibkan untuk menutup aurat. Dalam operasional pengelola dan karyawan dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar'i. Berkaitan dengan ini Allah SWT berfirman dalam QS.Al-A'raf/7:26.



<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Alqur'an Dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro, 2010), h. 153

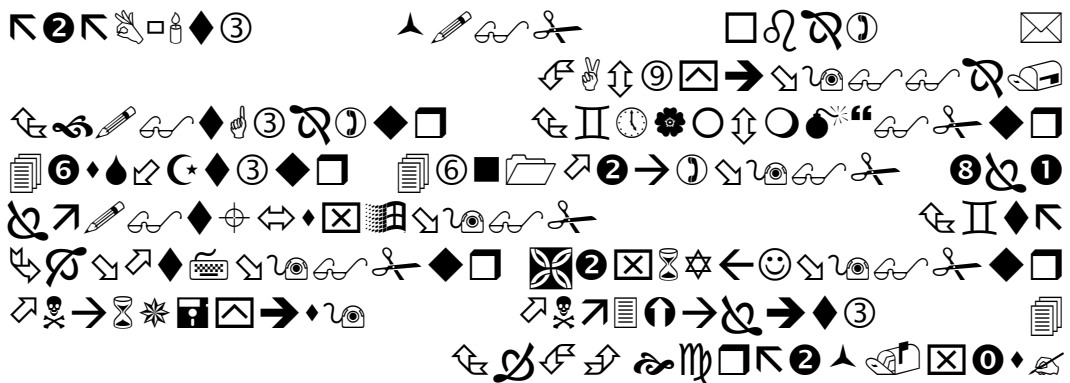


Terjemahnya:

*Hai anak Adam, Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan.dan pakaian takwa.Itulah yang paling baik.yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.<sup>37</sup>*

e. *Empathy* (empati)

Sebuah organisasi jasa syariah harus senantiasa memberikan perhatian khusus terhadap masing-masing pelanggannya yang ditunjukkan dengan sikap komunikatif yang diiringi kepehaman tentang kebutuhan pelanggan. Hal ini merupakan wujud kepatuhan penyedia jasa terhadap perintah Allah SWT untuk selalu peduli terhadap kondisi dan kebutuhan orang lain. Perhatian yang dilakukan perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk berbuat baik kepada orang lain. Allah SWT berfirman didalam QS.An-nahl/16:90.



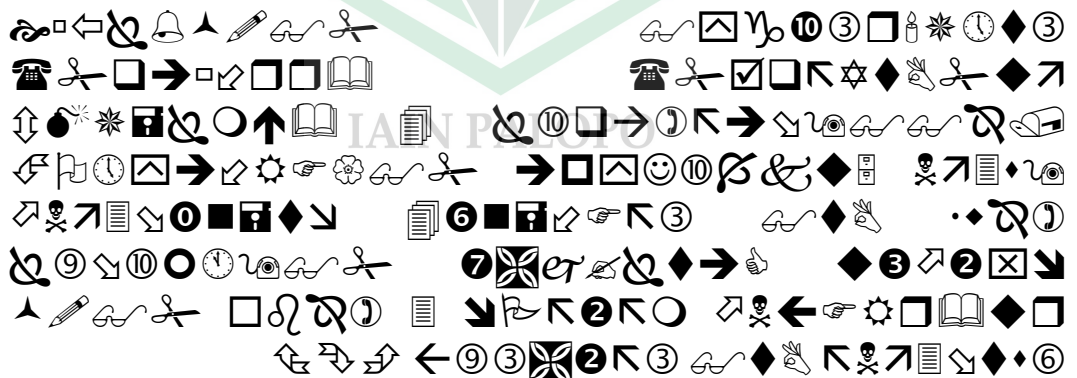
<sup>37</sup>Ibid, Departemen Agama, *Al-Hikmah Alqur'an Dan Terjemahnya*, h. 420.

Terjemahnya:

*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.*<sup>38</sup>

f. *Responsiveness* (daya tanggap)

Daya tanggap merupakan bagian dari profesionalitas. Organisasi yang profesional senantiasa berkomitmen untuk memberikan pelayanan terbaik, memperhatikan harapan dan masukan dari pelanggan serta meresponnya dengan cepat dan tepat. Jika tidak demikian, berarti manajemen organisasi tersebut telah menzalimi pelanggan. Allah SWT melarang setiap muslim untuk berbuat zalim dalam berserikat/berbisnis. Dalam pandangan Islam juga harus menyampaikan informasi yang jelas dan juga harus menepati komitmen yang dilakukan oleh perusahaan. Hal ini sudah jelas didalam QS.Al-maidah/5:1.



Terjemahnya:

*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.*<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Departemen Agama , *Al-Hikmah Alqur'an Dan Terjemahnya, Op.Cit.*, h.277.  
<sup>39</sup>Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Alqur'an Dan Terjemahnya*, (Bandung: Diponegoro,2010)., h106.

## 5. Organisasi kewirausahaan

Kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencapai peluang menuju sukses. Inti kewirausahaan menurut Drucker adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui kemitraan yang kreatif dan tindakan yang inovatif demi terciptanya peluang. Kreativitas adalah kemampuan mengembangkan ide dan cara-cara baru dalam memecahkan masalah dan menentukan peluang. Sedangkan inovatif adalah kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan masalah dan menemukan peluang.

Fungsi dan peran kewirausahaan dapat dilihat melalui dua pendekatan yaitu secara mikro dan makro. Secara mikro, wirausaha memiliki dua peran, yaitu sebagai penemu (*innovator*) dan perencana (*planner*). Sebagai penemu, wirausaha menemukan dan menciptakan sesuatu yang baru seperti produk, teknologi, cara, ide, organisasi, dan sebagainya. Sebagai perencana, wirausaha berperan merancang tindakan dan usaha baru, merencanakan strategi usaha yang baru dan lain-lain. Secara makro peran wirausaha adalah menciptakan kemakmuran, pemerataan kekayaan, dan kesempatan kerja yang berfungsi sebagai mesin pertumbuhan perekonomian suatu negara.<sup>40</sup>

Kita ketahui bahwa para entrepreneur semuanya merupakan pelaku perubahan yang menambahkan kemungkinan-kemungkinan baru terhadap sesuatu perekonomian, dengan jalan membaurkan informasi lama dan informasi baru, dan

---

<sup>40</sup> Suryana, Kewirausahaan Pedoman Praktis:Kiat Dan Proses Menuju Sukses, (Bandung: Salemba Empat, 2006),h.2-4.

sumber-sumber daya lama dan sumber-sumber daya baru. Kita cenderung berpikir tentang kelompok entrepreneur sebagai karakteristik perusahaan kecil, baru tetapi sebenarnya perusahaan-perusahaan besar mapan memiliki lebih banyak informasi dan lebih banyak sumber daya.

Dengan demikian peranan entrepreneurial dapat dilaksanakan pada segala macam jenis perusahaan, yang berukuran kecil maupun besar, dan pada perusahaan lama atau baru. Kita juga sudah mengenal konsep *corporate entrepreneurship* yang juga kadang-kadang dinamakan orang *entrepreneurship*. Ia merupakan proses *intrapreneuring* berupa proses: ... memperluas domain kompetensi perusahaan dan kelompok peluang-peluang yang berkaitan dengannya, melalui kombinasi-kombinasi sumber daya baru, yang diciptakan secara internal.

Menurut Peter F. Drucker, organisasi-organisasi besar dan yang sudah lama berdiri harus memahami bahwa adalah lebih mudah untuk melaksanakan kegiatan-kegiatan seperti sediakala. Mereka perlu menyadari bahwa perubahan senantiasa terlihat sulit dilaksanakan, sebelumnya perubahan-perubahan tersebut benar-benar dilaksanakan. Organisasi-organisasi demikian perlu menuntut dari sub unit- sub unit mereka untuk membenarkan eksistensi mereka setiap beberapa tahun sekali.<sup>41</sup>

### **C. Kerangka Pikir**

Berdasarkan atas pembahasan diatas bahwa untuk meningkatkan atau dalam menarik dan mempertahankan pelanggan di laboratorium kewirausahaan kemampuan memberikan persepsi yang baik kepada pelanggan ditentukan oleh

---

<sup>41</sup> J. Winardi, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, (Jakarta: Prenada Media, 2003), h.94-98

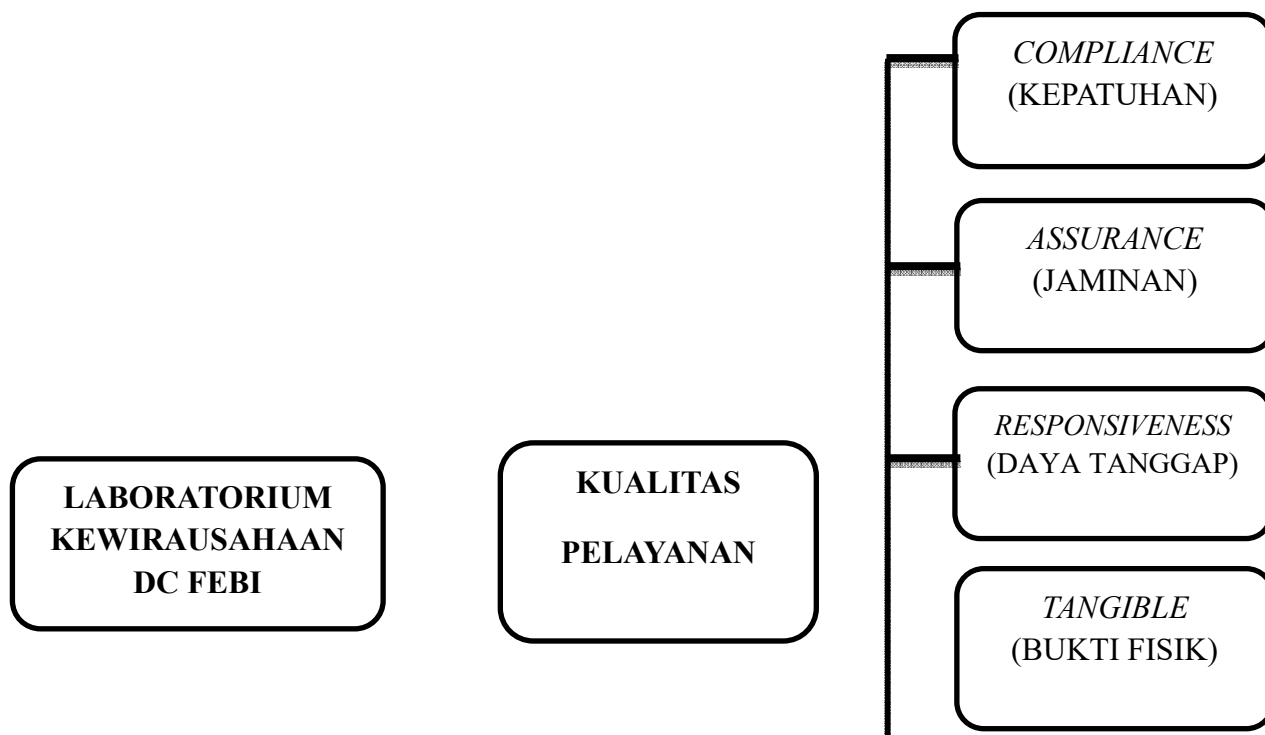


tingkat kualitas pelayanannya. Hal ini dapat dicapai dengan melakukan beberapa rangkaian kesatuan pelayanan. Penulis melihat bahwa rangkaian rangkaian yang perlu digunakan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dalam suatu bisnis diantaranya, kepatuhan, bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan, dan empati. Semakin lengkap pelayanan jasa yang diberikan laboratorium kewirausahaan DC FEBI kepada pelanggannya maka semakin baik tingkat kesetiaan pelanggan/konsumen terhadap produk yang ditawarkan, dalam arti jika pelanggan melakukan transaksi/belanja di tempat tersebut. Begitupun sebaliknya jika pelayanan yang diberikan pihak DC FEBI kepada pelanggannya kurang lengkap maka tingkat kualitasnya pun rendah atau kurang baik. Berhasil tidaknya sebuah bisnis akan tergantung pada konsep pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Untuk memperjelas gambaran dalam penelitian ini, secara garis besar kerangka pikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut

GAMBAR 2.1

KERANGKA PIKIR





### **BAB III**

## **METODE PENELITIAN**

#### ***A. Jenis Penelitian***

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dimana penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah

ditetapkan.<sup>42</sup> Adapun metode yang digunakan yaitu metode survei yang merupakan metode penelitian yang menggunakan angket/kuesioner sebagai instrument utama untuk mengumpulkan data.

### ***B. Lokasi dan waktu penelitian***

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan maka peneliti melakukan penelitian di kampus IAIN Palopo.

Penelitian dilakukan yakni dari bulan November hingga bulan Desember 2017.

### ***C. Sumber Data***

Dalam penelitian ini ada dua sumber data yang digunakan, yaitu



#### **a) Data Primer**

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.<sup>43</sup> Data primer merupakan data yang berasal dari daftar pernyataan berupa kuesioner (angket) yang diberikan kepada responden (mahasiswa).

#### **b) Data Sekunder**

Data sekunder menurut KBBI adalah data yang diperoleh seorang peneliti secara tidak langsung dari objeknya tetapi melalui sumber lain baik lisan maupun

<sup>42</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.13.

<sup>43</sup>Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers,2016), h. 128.

tulisan<sup>44</sup>. Data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah mengenai data FEBI IAIN Palopo yang diperoleh di bagian staf FEBI.

#### ***D. Populasi dan Sampel***

##### **a. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan kelompok orang, peristiwa, atau hal yang ingin peneliti investigasi<sup>45</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa FEBI IAIN Palopo berjumlah 1880 mahasiswa.



**TABEL 3.1**  
DATA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
TAHUN AKADEMIK 2017/2018

No	Prodi	Semester									TOTAL
		I	III	V	VII	IX	XI	XIII	XV	XVII	
1	Ekonomi syariah	198	253	161	150	80	36	23	28	8	937
2	Perbankan syariah	209	224	215	95	29	3				775
3	Manajemen	168									

<sup>44</sup> Kamus besar bahasa Indonesia, pengertian data sekunder, <https://kbbi.web.id/data> (diakses pada tanggal 04 maret 2018).

<sup>45</sup> TKKPT POS, *bab iii metode penelitian - repo unpas*, [repository.unpas.ac.id/5655/7/BAB%20III.pdf](https://repository.unpas.ac.id/5655/7/BAB%20III.pdf), (diakses pada 04 Maret 2018).

bisnis syariah											
Jumlah	575	477	376	245	109	39	23	28	8	<b>1880</b>	

Sumber: FEBI 2018

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti.<sup>46</sup> Sampel dari penelitian ini yaitu sebagian dari mahasiswa FEBI IAIN Palopo. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan penelitian ini berupa *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan (peluang) pada setiap anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel.<sup>47</sup> Dalam teknik ini peneliti menggunakan *purposive sampling*, merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu.<sup>48</sup> Adapun kriteria-kriteria tersebut yaitu mahasiswa FEBI yang pernah berbelanja di laboratorium kewirausahaan FEBI. Untuk menentukan sampel dapat digunakan teknik Slovin, yaitu sebagai berikut<sup>49</sup>:

Rumus:

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

Keterangan:

<sup>46</sup> Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.56.

<sup>47</sup> Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 61.

<sup>48</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 62.

<sup>49</sup> Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 61.

$n$  = Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = Perkiraan tingkat kesalahan

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1880}{1 + 1880(0,1)^2}$$

$$= 1880/1+1880 (0,01)$$

$$= 1880/1+18,8$$

$$= 1880/19,8 = 94,94$$

$n = 94,94$  → dibulatkan menjadi 95.

Jadi jumlah responden dalam penelitian ini yaitu sebanyak 95 mahasiswa

FEBI.

### ***E. Teknik Pengumpulan Data***

Pengumpulan data adalah suatu proses yang dilakukan untuk mengumpulkan data baik primer maupun data sekunder. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik wawancara, kuesioner/angket dan dokumentasi.

#### **a. Wawancara**

Menurut Esterberg wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan

makna dalam suatu topik tertentu<sup>50</sup>. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan sumber data penelitian pada ketua laboratorium kewirausahaan, staf FEBI IAIN Palopo, serta para responden untuk mendapatkan keterangan data dan informasi yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini.

#### **b. Kuesioner/angket**

Angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respons (responden) sesuai dengan permintaan pengguna<sup>51</sup>. Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data primer penelitian kemudian dilakukan dengan membagikan angket/kuesioner penelitian yang berisi pernyataan kepada responden (mahasiswa). Kuesioner yang dibagikan kepada responden menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan Skala *likert* maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item berupa pernyataan atau pertanyaan<sup>52</sup>.

Tabel 3.2 Skala *likert*

<b>Pernyataan skor</b>	<b>Keterangan skor</b>
1	Sangat tidak baik (STB)
2	Tidak baik (TB)
3	Baik (B)
4	Sangat baik (SB)

<sup>50</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 410-411.

<sup>51</sup>Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.99.

<sup>52</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kombinasi (Mixed Method)*, (Yogyakarta:Alfabeta, 2011), h.136

### c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan, foto-foto dokumenter, data yang relevan.<sup>53</sup> Teknik ini dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data yang dilakukan dengan mengumpulkan jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palopo dari akademik fakultas sebagai pendukung penelitian.



## F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### a. Pengolahan data

#### 1) *Editing*

*Editing* adalah proses pengecekan atau pemeriksaan data yang telah berhasil dikumpulkan dari lapangan, karena ada kemungkinan data yang telah masuk tidak memenuhi syarat atau tidak dibutuhkan. Tujuan dilakukan *editing* untuk mengoreksi kesalahan-kesalahan dan kekurangan data yang terdapat pada catatan lapangan.

#### 2) *Codeting*

---

<sup>53</sup>Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.105.



*Codeting* adalah kegiatan pemberian kode tertentu pada tiap-tiap data yang termasuk kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf untuk membedakan antara data atau identitas data yang akan dianalisis.

### 3) *Tabulasi*

*Tabulasi* adalah proses penempatan data ke dalam bentuk tabel yang telah diberi kode sesuai dengan kebutuhan analisis. Tabel-tabel yang dibuat sebaiknya mampu meringkas agar memudahkan dalam proses analisis data.<sup>54</sup>

#### b. Pengujian Instrumen Penelitian

##### 1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah/valid suatu kuesioner dan juga membandingkan masing-masing pernyataan dengan nilai total. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS. Uji validitas pada penelitian ini diisi oleh 30 responden. Pada penelitian ini, instrumen dikatakan valid jika koefisiennya  $> 0,306$  dengan taraf signifikansi 5%.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Validitas**

No.item	$t_{\text{tabel}}$	$t_{\text{hitung}}$	Keterangan
1	0.306	.644	Valid
2	0.306	.594	Valid
3	0.306	.450	Valid
4	0.306	.651	Valid
5	0.306	.574	Valid
6	0.306	.495	Valid

<sup>54</sup> Sofyan Siregar, *Statistik Parametric Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.126-128.

7	0.306	.429	Valid
8	0.306	.338	Valid
9	0.306	.673	Valid
10	0.306	.521	Valid
11	0.306	.401	Valid
12	0.306	.493	Valid
13	0.306	.401	Valid
14	0.306	.490	Valid
15	0.306	.543	Valid
16	0.306	.560	Valid
17	0.306	.772	Valid
18	0.306	.632	Valid
19	0.306	.652	Valid

*Sumber : hasil olah data penelitian SPSS, 2018*

Pada tabel 3.2 terdapat 19 item pertanyaan untuk uji validitas kuesioner pratest. Dari 19 item tersebut semua pertanyaan telah memenuhi standar validitas.

## IAIN PALOPO

### 2) Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh alat ukur itu dapat dipercaya. Uji realibilitas ini menggunakan koefisien alpha dengan bantuan komputer program SPSS. Jika nilai alpha  $>0,60$  maka relieble.

**Tabel 3.3**  
**Hasil Uji Realibilitas**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.863	.867	19

Sumber: hasil penelitian olah data SPSS,2018

### c. Analisis data

Analisis data merupakan bagian yang amat penting, karena dengan analisislah data tersebut dapat diberi arti dan makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian.<sup>55</sup> Adapun teknik analisis yang di gunakan yaitu Analisis Deskriptif, dimana analisis deskriptif adalah bentuk analisis data penelitian untuk menguji generalisasi hasil penelitian berdasarkan satu sampel.<sup>56</sup> Karena dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel, oleh karena itu analisis ini tidak berbentuk perbandingan atau hubungan. Adapun skala pengukuran yang digunakan yaitu menggunakan skala *likert*. Menurut sugyono skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>57</sup>

Tabel 3.3 Skala *likert*

Pernyataan skor	Keterangan skor
1	Sangat tidak baik (STB)

<sup>55</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi(Mixed Method)*, (Bandung:Alfabeta,2003), hal.142

<sup>56</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), hal.142

<sup>57</sup> Sugiyono, *Metode penelitian kombinasi (Mixed Method)*, (Yogyakarta:Alfabeta, 2011), h.136-137

2	Tidak baik (TB)
3	Baik (B)
4	Sangat baik (SB)



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

##### **1. Gambaran Umum Lembaga Objek Penelitian**

###### **a. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)**

Pada awalnya Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah merupakan bagian dari Fakultas Syariah. Akan tetapi pada tanggal 23 maret 2014 Fakultas Syariah berdiri sendiri dikarenakan pada saat itu FEBI telah terbentuk. Dimana Fakultas Syariah hanya menaungi beberapa jurusan hukum sedangkan FEBI hanya memiliki 2 program studi yaitu Ekonomi Syariah dengan akreditasi A dan Perbankan Syariah dengan akreditasi C. Antusias calon mahasiswa dalam memilih FEBI terlihat jelas pada data jumlah mahasiswa setiap memasuki tahun akademi baru, diperoleh bahwa mulai pada tahun ajaran 2012/2013 untuk program studi Ekonomi Syariah ada sebanyak 97 mahasiswa dan untuk program studi Perbankan Syariah sebanyak 16 mahasiswa.<sup>58</sup> Hal ini terus bertambah seiring dibukanya tahun ajaran baru. Selanjutnya pada bulan Maret 2017 FEBI menambah 1 prodi baru yaitu Manajemen Bisnis Syariah.

### 1) Visi dan Misi FEBI

Adapun visi dan misi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam adalah sebagai berikut :

#### a) Visi

Unggul, dinamis, dan kompetitif dalam pelaksanaan transformasi intelektual keilmuan ekonomi dan bisnis islam serta kemandirian di kawasan Indonesia timur pada tahun 2025.

#### b) Misi

---

<sup>58</sup> Wiwin, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Palop*, Skripsi, (Palopo, IAIN Palopo,2016).h.48

- a. Mengembangkan pendidikan dan pengajaran yang berorientasi bidang ekonomi syariah baik secara teoritis maupun praktis yang dapat menghasilkan sarjana yang professional dengan ciri khas penguasaan ilmu ekonomi, entrepreneurship yang terintegrasi dengan ilmu keislaman.
- b. Menerapkan manajemen modern dalam pengelolaan program studi yang berkualitas, transparansi, akuntabilitas dan professional.
- c. Menyelenggarakan dan meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian ilmiah yang berorientasi ekonomi syariah serta mengembangkan dan menerapkan hasil kajian dan pengembangan system ekonomi di Indonesia .
- d. Meningkatkan kualitas akademik yang berorientasi melahirkan sarjana ekonomi syariah, mandiri, unggul professional, serta memiliki etika dan moral.
- e. Melakukan pembinaan, pengabdian dan mengembangkan kehidupan masyarakat yang menjunjung tinggi nilai-nilai syariah dengan tetap kritis terhadap perkembangan perubahan sosial ekonomi baik dalam skala lokal, nasional maupun global
- f. Menjalin kerjasama yang harmonis saling menguntungkan dengan lembaga keuangan pemerintah dan non pemerintah yang berorientasi pada pengetahuan program studi ekonomi syariah .

## **2) Nama Dosen FEBI**

**Tabel 4.1**

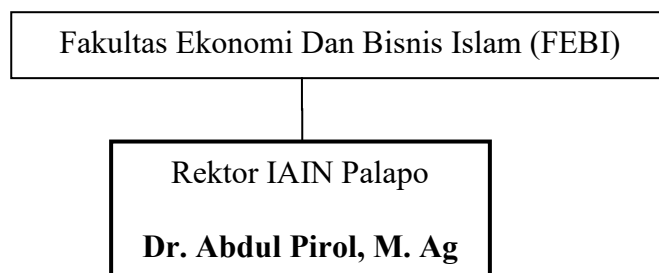
**Dosen/Tenaga Pendidik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo**

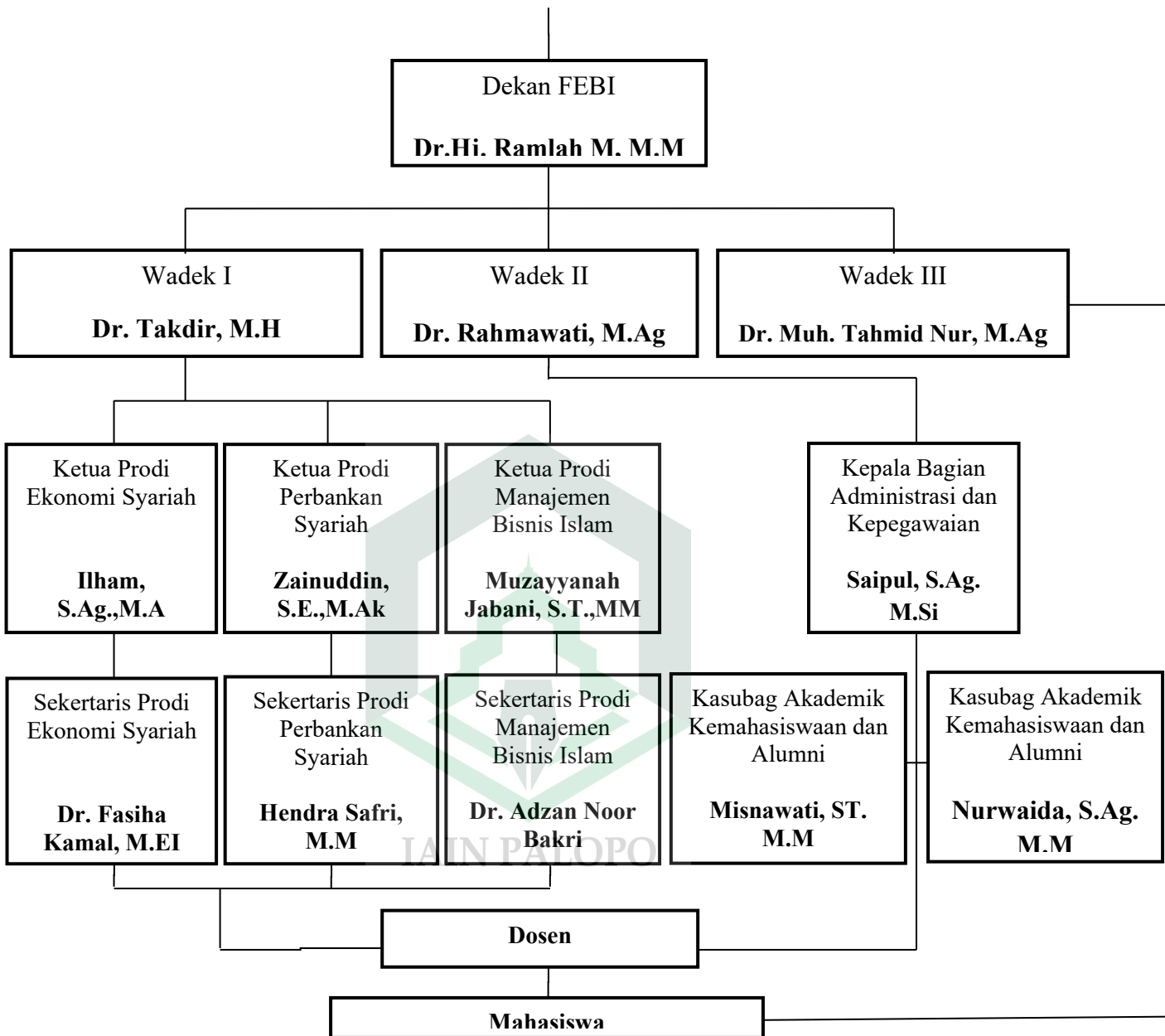
No	Nama	NIP	Jabatan
1	Dr. Hj. Ramlah M., MM.	19610208 199403 2 001	Lektor Kepala
2	Dr. Takdir, SH., M.H.	19790724 200312 1 002	Lektor
3	Dr. Rahmawati, M.Ag.	19730211 200003 2 003	Lektor Kepala
4	Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag.	19740630 200501 1 004	Lektor Kepala
5	Dr. Ahmad Syarief Iskandar, MM.	19781127 200312 1 004	Lektor Kepala
6	Dr. Mahadin Shaleh, M.Si.	19561217 198303 1 011	Lektor Kepala
7	Burhan Rifuddin, SE., MM.	19670311 199803 1 001	Lektor Kepala
8	Tajuddin, SE., M.Si., Ak., CA.	19771212 200501 1 014	Lektor
9	Ilham, S.Ag. M.A.	19731011 200312 1 003	Lektor
10	Muzayyanah Jabani, ST., MM.	19750104 200501 2 003	Lektor
11	Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI	19810213 200604 2 003	Lektor
12	Zainuddin S., SE., M.Ak	19771018 200604 1 001	Lektor
13	Amir Faqihuddin Assafari, S.Ag., M.Pd.I.	19710407 200604 1 005	Lektor
14	Hendra Safri, M.M	19861020 201503 1 001	Dosen
15	Dr. Adzan Noor Bakri, M.A. Ek	19870618 201503 1 004	Dosen

Sumber : Staf FEBI IAIN Palopo

**3) Stuktur Organisasi FEBI**

Gambar 4.1 Struktur Organisasi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam





*Sumber : FEBI,2018*

### **b. Profil Laboratorium Kewirausahaan FEBI**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan salah satu fakultas yang ada di IAIN Palopo, lokasi kampus ini berada di jalan Agatis, Balandai, Kota Palopo. Fakultas ini merupakan salah satu fakultas yang banyak diminati dan



menjadi favorit mahasiswa. Untuk menciptakan alumni-alumni yang berkualitas salah satu strategi yang diterapkan di fakultas ini yaitu dengan mendirikan sebuah laboratorium kewirausahaan yang diberi nama *The Cafe* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam atau biasa juga disebut sebagai DC FEBI yang didirikan pada tanggal 31 Agustus 2015 untuk para mahasiswa FEBI. Laboratorium kewirausahaan ini dipakai oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam sebagai wadah pembelajaran dan bentuk menumbuhkembangkan jiwa wirausaha mahasiswa IAIN Palopo yang terkhusus kepada mahasiswa jurusan ekonomi untuk menjadi manusia yang kreatif, memiliki jiwa usaha muda, dan berkarakter kuat berbasis kewirausahaan sehingga mampu bersaing dengan para wirausahawan muda lainnya dan dapat menghasilkan bibit-bibit atau alumni yang bisa menciptakan lapangan pekerjaan bukan sebagai pencari pekerjaan.

Laboratorium kewirausahaan ini memiliki struktur kepengurusan didalamnya dan sudah tiga kali berganti kepengurusan, pada kepengurusan pertama periode 2015/2016 dipimpin oleh Agus Abdul Aziz, dan pada periode kedua tahun 2016/2017 dipimpin oleh Muhammad Ikhsan yang terdiri dari ketua, sekretaris, bendahara, manajer, staf dan pegawai, semua sudah terarah sesuai dengan bidangnya masing-masing. Didalam operasional, laboratorium kewirausahaan menampung berbagai macam produk mahasiswa yang siap untuk dipasarkan atau dijual. Mahasiswa yang terlibat didalam laboratorium kewirausahaan setiap harinya langsung mempraktekkan bagaimana cara berwirausaha yang baik dengan menawarkan berbagai produk dan memberikan pelayanan yang baik agar pelanggan tertarik.

### c. Tujuan Laboratorium Kewirausahaan FEBI

Terbentuknya Lab. Kewirausahaan DC” Febi IAIN Palopo sebagai salah satu sarana untuk menunjang berbagai ide kreatif dari mahasiswa IAIN Palopo yang terkhusus kepada mahasiswa jurusan ekonomi. Sehingga dapat menciptakan wirausahawan muda yang kreatif dan mampu bersaing dengan para wirausahawan muda lainnya.

### d. Struktur kepengurusan laboratorium kewirausahaan FEBI

#### SUSUNAN PENGURUS

**LAB. KEWIRAUSAHAAN DC’ FEBI IAIN PALOPO**

**PRODI EKONOMI SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**ISLAM**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO**

**2017/2018**

<b>Pengarah</b>	<b>: Rektor IAIN Palopo ( Dr. Abdul Pirol,M.Ag)</b>
<b>Pelindung</b>	<b>: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ( Dr. Hj. Ramlah M, MM)</b>
<b>Pengawas</b>	<b>: Wakil Dekan III Bidang Kewirausahaan ( Dr. Muhammad Tahmid Nur,M.Ag)</b>
<b>Pembina</b>	<b>: Dr. Fasiha,ME.I.</b>
<b>Top manajer</b>	<b>: Misrawati</b>
<b>Sekretaris</b>	<b>: Puput Kusmawati</b>
<b>Bendahara</b>	<b>: Nafa Tria.P</b>
<b>Manajer SDM</b>	<b>: Sukran</b>
<b>Anggota</b>	<b>: Citra Wulandari</b>

Murniati Panting

Vera Asis Andi

Muh. Ma'ruf Musrajab

Mega Selfi

**Manajer Promosi : Bayu Aldi**

Anggota : Maudi Musliani

Jumaria Yulma

Jusaminawati

Saipul

Hamrina

Aldi Saputra

**M. perlengkapan : Mursidin**

Anggota : Hartono ahmad

A.Rama Pratama

Uni Istikarah

Nurhayati

Khadijah

Karmila Sari

**M. Laboratorium : Hasbarul**

Anggota : Aswad

Baso N

Edward

Marhayani

Nurul Hilma Safar

Reski Widia sari

Miftahul Janna  
**M. Usaha Lain** :Andi Achmad Syam  
 Anggota :Riska  
 Mardiah B  
 Triani M  
 Parnita  
 Wiwin  
 Nurul  
 Nirmawa

## 2. Deskripsi data

Penelitian dilaksanakan di kampus IAIN Palopo dengan objek penelitian yaitu mahasiswa yang pernah berkunjung di laboratorium kewirausahaan FEBI. Adapun variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan meliputi yaitu *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*. Data yang disajikan merupakan data mentah hasil penyebaran kuesioner/angket terhadap responden yang kemudian diolah menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows versi 20.

### a.Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

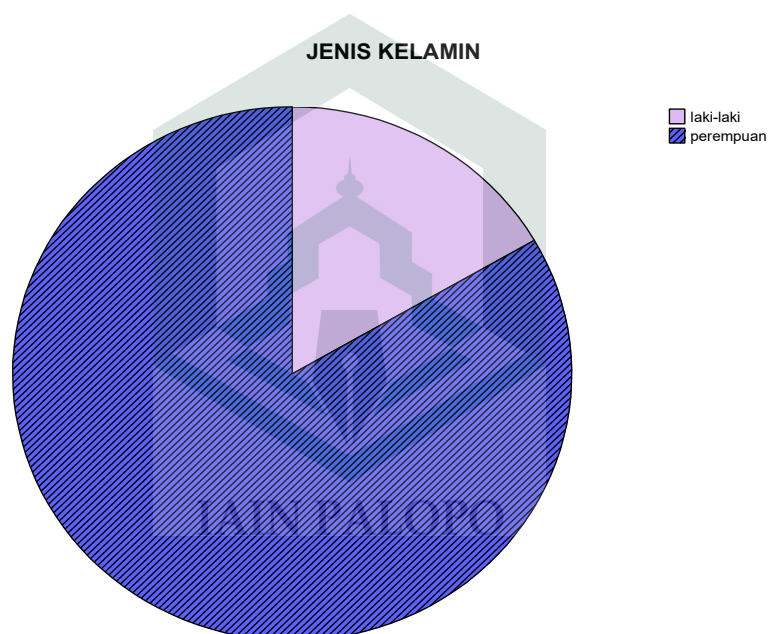
Tabel 4.2

#### Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	16	16,84%
2	Perempuan	79	83,16%
Total		95	100%

Sumber : Data angket yang telah di olah

Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis kelamin ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.



**Gambar 4.2** Diagram lingkaran jenis kelamin

Dari paparan data diatas diketahui bahwa dari 73 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 respondents atau 12%, sedangkan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 64 atau 88%.

## B. PEMBAHASAN

## 1. Analisis data

Angket yang telah dibagikan kepada responden sebanyak 19 butir pertanyaan maka hasil deskripsi variabel atas jawaban responden dapat dilihat melalui tabel sebagai berikut:

### a. Penjelasan jawaban responden atas aspek kepatuhan (*Compliance*)

**TABEL 4.3**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek kepatuhan (*Compliance*)**

KATEGORI						
	No. Item					
	1		2		3	
	F	%	F	%	F	%
<b>STB</b>	2	2.1	1	1.1	4	4.2
<b>TB</b>	12	12.6	14	14.7	16	16.8
<b>B</b>	61	64.2	63	66.3	66	69.5
<b>SB</b>	20	21.1	17	17.9	9	9.5
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Dari table diatas menunjukkan bahwa Indikator dalam aspek compliance atau kepatuhan ada 3 yaitu bagaimana etika yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimana tingksat kejujuran pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimana ahlak pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI. Berdasarkan tebael tersebut bahwa item 1 dengan pertanyaan bagaimana etika yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI reponden mayoritas menjawab baik (B) sebanyak 61 (64,2%), sangat baik (SB) sebanyak 20 (21,1%), tidak baik (TB) 12 (12,6%) dan

sangat tidak baik (STB) sebanyak 2 (2,1%) . Pada item 2 responden mayoritas menjawab baik (B) dengan persentase sebanyak 63 (66,3%), sangat baik (SB) sebesar 17 (17,9%),tidak baik (TB) sebanyak 14 (14,7%) dan sangat tidak baik (STB) 1 (1,1%) itu artinya tingkat kejujuran yang dimiliki pengurus laboratorium terkategori baik (B). Pada item ke 3 reponden mayoritas menjawab baik (B) sebanyak 66 (69,5%), sangat baik (SB) sebanyak 9 (9,5%), tidak baik (TB) 16 (16,8%) dan sangat tidak baik (STB) sebanyak 4 (4,2%).

b. Penjelasan jawaban responden atas aspek jaminan (*assurance*)

**TABEL 4.4**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek jaminan (*assurance*)**

	KATEGORI							
	No. Item							
	1		2		3		4	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<b>STB</b>	10	10.5	3	3.2	8	8.4	4	4.2
<b>TB</b>	25	26.3	31	32.6	23	24.2	24	25.3
<b>B</b>	57	60.0	57	60.0	58	61.1	49	51.6
<b>SB</b>	3	3.2	4	4.2	6	6.3	18	18.9
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Indikator dalam aspek assurance/jaminan yaitu bagaimana kebersihan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimana kenyamanan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimna pengetahuan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI tentang laboratorium kewirausahaan, bagaimana komunikasi pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI terhadap konsumen. Dari tabel diatas dapat digambarkan bahwa pada item 1 dominan

responden mayoritas menjawab baik (B) sebanyak 57 (60.0%), sangat baik (SB) 3 (3,2%), tidak baik (TB) sebanyak 25 (26,3%) dan sangat tidak baik (STB) sebanyak 10 (10,5%). Pada aitem 2 jawaban responden mayoritas dalam kategori baik (B) sebanyak 57 (60,0%), sangat baik (SB) sebanyak 4 (4,2%), tidak baik (TB) sebanyak 31 (32,6%) dan sangat tidak baik (STB) sebanyak 3 (3,2%). Pada item 3 jawaban responden mayoritas baik (B) sebanyak 58 (61,1%), sangat baik (SB) 6 (6,3%), tidak baik (TB) sebanyak 23 (24,2%) dan sangat tidak baik (STB) 8 (8,4%). Karena mayoritas responden menjawab baik (B) itu artinya pengetahuan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI itu baik (B). Pada item 4 mayoritas jawaban responden baik (B) sebanyak 49 (51,6%), sangat baik (SB) sebanyak 18 (18,9%), tidak baik (TB) sebanyak 24 (25,3%) dan sangat tidak baik (STB) sebanyak 4 (4,2%).

c. Penjelasan jawaban responden atas aspek *Raeability*/Kehandalan

**TABEL 4.5**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek kehandalan (*realibility*)**

<b>KATEGORI</b>						
	<b>No. Item</b>					
	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>STB</b>	3	3.2	2	2.1	4	4.2
<b>TB</b>	33	34.7	32	33.7	32	33.7
<b>B</b>	55	57.9	54	56.8	52	54.7
<b>SB</b>	4	4.2	7	7.4	7	7.4
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>



Indikator dalam aspek realibility/kehandalan ada 3 yaitu bagaimana prosedur pelayanan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimana kepedulian pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dan bagaimana ketepatan pesanan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI. Dari table diatas digambarkan bahwa pada item 1 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 4 (4,2%) yang menjawab baik (B) sebanyak 55 ( 57,9%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 33 (34,7%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 3 (3,2%).. Pada item 2 responden yang menjawab sangat baik (SB) 7 (7,4%), yang menjawab baik (B) sebanyak 54 (56,8%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 32 (33,7%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 2 (2,1). Pada item 3 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 7 (7,4%), yang menjawab baik (B) sebanyak 52 (54,7%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 32 (33,7%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 4 (4,2%).

d. Penjelasan jawaban responden atas aspek bukti fisik (*tangible*)

**TABEL 4.6**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek *tangible* (bukti fisik)**

KATEGORI						
	No. Item					
	1		2		3	
	F	%	F	%	F	%
<b>STB</b>	8	8.4	1	1.1	14	14.7
<b>TB</b>	30	31.6	20	21.1	37	38.9
<b>B</b>	48	50.5	59	62.1	37	38.9
<b>SB</b>	9	9.5	15	15.8	7	7.4
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Indikator dalam aspek *tangible* (bukti fisik) ada 3 yaitu bagaimana gedung yang dimiliki laboratorium kewirausahaan FEBI, bagaimana penampilan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI, dan bagaimana property yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI. Dari table diatas digambarkan bahwa pada item 1 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 9 (9,5%), yang menjawab baik (B) sebanyak 48 (50,5%), yang menjawab tidak baik (TB) 30 (31,6%), dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 8 (8,4%). Pada item 2 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 15 (15,8%), yang menjawab baik (B) sebanyak 59 (62,1%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 20 (21,1%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 1 (1,1%). Pada item 3 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 7 (7,4%), yang menjawab baik (B) sebanyak 37 (38,9%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 37 (38,9%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 14 (14,7%).

e. Penjelasan jawaban responden atas aspek empati (*emphaty*)

**TABEL 4.7**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek empati (*emphaty*)**

<b>KATEGORI</b>						
	<b>No. Item</b>					
	<b>1</b>		<b>2</b>		<b>3</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
<b>STB</b>	-	-	1	1.1	5	5.3
<b>TB</b>	20	21.1	31	32.6	35	36.8
<b>B</b>	61	64.2	52	54.7	47	49.5
<b>SB</b>	14	14.7	11	11.6	8	8.4
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Indikator dalam aspek empati (*emphaty*) ada 3 yaitu bagaimana keramahan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI terhadap pelanggan, bagaimana perhatian khusus yang diberikan pengurus labororatorium kewirausahaan FEBI terhadap konsumen walaupun sendiri, dan bagaimana kejelasan pengurus menyampaikan informasi mengenai laboratorium kewirausahaan FEBI. Berdasarkan pada table diatas pada item 1 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 14 (14,7%), yang menjawab baik (B) sebanyak 61 (64,2%) dan yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 20 (21,1%).). Pada item 2 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 11 (11,6%), yang menjawab baik (B) sebanyak 52 (54,7%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 31 (32,6%), dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 1

(1,1%). Pada item 3 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 8 (8,4%), yang menjawab baik (B) sebanyak 47 (49,5%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 35 (36,8%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 5 (5,3%).

f. Penjelasan jawaban responden atas aspek ketanggapan (*responsiveness*)

**TABEL 4.8**

**Tanggapan responden terhadap pertanyaan aspek ketanggapan (*responsiveness*)**

KATEGORI						
	No. Item					
	1		2		3	
	F	%	F	%	F	%
<b>STB</b>	2	2,2	5	5.3	6	6.3
<b>TB</b>	18	18.9	33	34.7	27	28.4
<b>B</b>	63	66.3	46	48.4	49	51.6
<b>SB</b>	12	12.6	11	11.6	13	13.7
<b>TOTAL</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>100</b>

Indikator dalam aspek ketanggapan (*responsiveness*) ada 3 yaitu bagaimana respon pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen, bagaimana ketelitian yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen, bagaimana kecepatan pelayanan yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI. Berdasarkan pada tabel diatas pada

item 1 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 12 (12,6%), yang menjawab baik (B) sebanyak 63 (66,3%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 18 (18,9%), yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 2 (2,2%). Karena mayoritas responden menjawab baik (B) maka respon pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI itu baik (B). Pada item 2 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 11 (11,6%), yang menjawab baik (B) sebanyak 46 (48,4%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 33 (34,7%), dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 5 (5,3%). Karena mayoritas responden menjawab baik (B) maka ketelitian yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen itu baik (B). Pada item 3 responden yang menjawab sangat baik (SB) sebanyak 13 (13,7%), yang menjawab baik (B) sebanyak 49 (51,6%), yang menjawab tidak baik (TB) sebanyak 27 (28,4%) dan yang menjawab sangat tidak baik (STB) sebanyak 6 (6,3%).



IAIN PALOPO

Berdasarkan angket yang dibagikan kepada 95 responden maka dapat dianalisis dengan menghitung rata-rata jawaban dari responden.

**Tabel 4.9**

**Rata rata nilai seluruh jawaban per item**

No	Indikator	Nilai seluruh	
----	-----------	---------------	--

		<b>jawaban per item</b>	<b>Mean</b>
	<b>aspek kepatuhan (<i>Compliance</i>)</b>		
1	Bagaimana etika yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI?	289	3.042105
2	Bagaimana tingkat kejujuran pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI?	286	3.010526
3	Menurut anda bagaimana ahlak pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI?	270	2.842105
	Nilai rata-rata	281.6667	2.964912
	<b>aspek jaminan (<i>assurance</i>)</b>		
4	Bagaimana kebersihan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI?	243	2.557895
5	Bagaimana nyaman yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI?	252	2.652632
6	Bagaimana pengetahuan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI tentang laboratorium kewirausahaan?	252	2.652632
7	Bagaimana komunikasi pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI terhadap konsumen?	271	2.852632
	Nilai rata-rata	254.5	2.678947
	<b>aspek kehandalan (<i>reability</i>)</b>		
8	Menurut anda bagaimana prosedur pelayanan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI?	250	2.631579
9	Menurut anda bagaimana kepedulian pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI	256	2.694737

	dalam memahami kebutuhan pelanggan?		
10	Bagaimana ketepatan pesanan yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI?	252	2.652632
	Nilai rata-rata	252.6667	2.659649
	<b>aspek <i>tangible</i> (bukti fisik)</b>		
11	Bagaimana gedung yang dimiliki laboratorium kewirausahaan FEBI?	248	2.610526
12	Bagaimana penampilan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI?	278	2.926316
13	Menurut anda bagaimana property yang ada di laboratorium kewirausahaan FEBI?	227	2.389474
		251	2.642105
	<b>aspek <i>empati</i> (<i>emphaty</i>)</b>		
14	Bagaimana keramahan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI terhadap pelanggan?	279	2.936842
15	Bagaimana tanggapan anda mengenai perhatian khusus yang di berikan laboratorium kewirausahaan FEBI terhadap konsumen walaupun sendiri?	263	2.768421
16	Menurut anda bagaimana kejelasan pengurus dalam menyampaikan informasi mengenai laboratorium kewirausahaan FEBI?	248	2.610526
	Nilai rata-rata	263.3333	2.77193
	<b>aspek <i>ketanggapan</i> (<i>responsiveness</i>)</b>		
17	Menurut anda bagaimana respon pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen?	277	2.915789

18	Bagaimana ketelitian yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen?	253	2.663158
19	Bagaimana kecepatan pelayanan yang dimiliki oleh pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI?	259	2.726316
	Nilai rata-rata	263	2.768421
	JUMLAH RATA-RATA ITEM	$4953 : 19 =$ 260,684	2.744044

Untuk mengetahui bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI IAIN Palopo maka dengan melihat tabel di atas penulis menentukan rata-rata nilai seperti di atas dan standar yang akan di jadikan patokan dalam penilaian tersebut yaitu seperti berikut ini:

**Tabel 4.10 Skala Likert**

Nilai skor	Keterangan skor
1	Sangat tidak baik (STB)
2	Tidak baik (TB)
3	Baik (B)
4	Sangat baik (SB)

Jumlah skor untuk seluruh item = 4 (skor tertinggi) X 95 (Jumlah Responden) = 380 (seandainya semua menjawab sangat baik), 3 X 95 = 285 (baik), 2 X 95 = 190 (tidak baik) dan 1 X 95 = 95 (sangat tidak baik).

Secara kontinum dapat digambarkan seperti berikut:





95                      190                      285                      380

Dari nilai ini akan di jadikan acuan penulis untuk mengetahui bagaimanakah tingkat kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI IAIN Palopo. Dengan begitu, penulis akan menemukan jawaban dari permasalahan yang timbul.

1. Pada aspek *compliance* / kepatuhan

Untuk aspek kepatuhan, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 289 dengan rata-rata jawaban 3.04 (Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 286 dengan rata-rata jawaban 3.01 (Baik) dan pertanyaan 3 jumlah skor 270 dengan rata-rata jawaban 2,84 (Tidak Baik). Adapun rata-rata skor dari ketiga item pertanyaan yaitu 281,67 dengan rata-rata jawaban 2,96 yang artinya *compliance*/kepatuhan dari pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI Tidak Baik.

2. Pada aspek *assurance*/jaminan

Untuk aspek jaminan, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 243 dengan rata-rata jawaban 2,55 (Tidak Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 252 dengan rata-rata jawaban 2,65 (Tidak Baik), pertanyaan 3 jumlah skor 252 dengan rata-rata jawaban 2,65 (Tidak Baik) dan pertanyaan 4 jumlah skor 271 dengan rata-rata jawaban 2,85 (Tidak baik). Adapun rata-rata skor dari keempat item pertanyaan yaitu 254,5 dengan rata-rata jawaban 2,67 yang artinya aspek *assurance*/jaminan yang diberikan pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI kepada konsumen Tidak Baik.

3. Pada aspek *reability*/kehandalan

Untuk aspek kehandalan, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 250 dengan rata-rata jawaban 2,63 (Tidak Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 256 dengan rata-rata jawaban 2,69 (Tidak Baik) dan pertanyaan 3 jumlah skor 252 dengan rata-rata jawaban 2,65 (Tidak Baik). Adapun rata-rata skor dari ketiga item pertanyaan yaitu 252,67 dengan rata-rata jawaban 2,66 yang artinya *reability/kehandalan* dari pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI Tidak Baik.

#### 4. Pada aspek *tangible*/bukti fisik

Untuk aspek bukti fisik, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 248 dengan rata-rata jawaban 2,61 (Tidak Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 278 dengan rata-rata jawaban 2,92 (Tidak Baik) dan pertanyaan 3 jumlah skor 227 dengan rata-rata jawaban 2,38 (Tidak Baik). Adapun rata-rata skor dari ketiga item pertanyaan yaitu 251 dengan rata-rata jawaban 2,64 yang artinya *tangible/bukti fisik* dari pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI Tidak Baik.

#### 5. Pada aspek *emphaty*/empati

Untuk aspek empati, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 279 dengan rata-rata jawaban 2,93 (Tidak Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 263 dengan rata-rata jawaban 2,76 (Tidak Baik) dan pertanyaan 3 jumlah skor 248 dengan rata-rata jawaban 2,61 (Tidak Baik). Adapun rata-rata skor dari ketiga item pertanyaan yaitu 263,33 dengan rata-rata jawaban 2,77 yang artinya aspek *emphaty/empati* dari pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI Tidak Baik.

#### 6. Pada aspek *responsiveness*/ketanggapan

Untuk aspek ketanggapan, pada item pertanyaan 1 jumlah skor yaitu 277 dengan rata-rata jawaban 2,91 (Tidak Baik), pertanyaan 2 jumlah skor yaitu 253 dengan rata-rata jawaban 2,66 (Tidak Baik) dan pertanyaan 3 jumlah skor 259 dengan rata-rata jawaban 2,72 (Tidak Baik). Adapun rata-rata skor dari ketiga item pertanyaan yaitu 263 dengan rata-rata jawaban 2,76 yang artinya aspek *responsiveness*/ketanggapan dari pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI Tidak Baik.

Jadi berdasarkan penjelasan di atas tingkat pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI tidak baik. Hal itu dapat dilihat dari jumlah rata-rata seluruh item pertanyaan yaitu 260,68 dengan rata rata jawaban 2,74. Adapun aspek yang paling dominan yaitu aspek *compliance*/kepatuhan dengan rata rata jawaban 2,96 walaupun masuk dalam kategori tidak baik namun pada aspek ini sudah hampir mendekati baik. Sedangkan aspek yang paling rendah yaitu *tangible*/bukti fisik dengan skor 251 dan rata-rata jawaban 2,64.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI. Setelah dilakukan penelitian maka penulis dapat menyimpulkan bahwa tingkat kualitas pelayanan laboratorium kewirausahaan FEBI tidak baik. Hal itu dapat dilihat dari jumlah rata-rata seluruh item pertanyaan yaitu 260,68 dengan rata-rata jawaban 2,74. Adapun aspek yang paling dominan yaitu aspek *compliance*/kepatuhan dengan rata-rata jawaban 2,96 walaupun masuk dalam kategori tidak baik namun pada aspek ini sudah hampir mendekati baik. Sedangkan aspek yang paling rendah yaitu *tangible*/bukti fisik dengan skor 251 dan rata-rata jawaban 2,64.

#### B. SARAN

1. Untuk pihak kampus dan fakultas kiranya lebih memperhatikan lagi laboratorium kewirausahaan FEBI agar dapat menjadi laboratorium yang lebih baik lagi dan berkembang agar dapat menjadi wadah pembelajaran yang bermanfaat bagi mahasiswa kedepannya.
2. Untuk pengurus laboratorium kewirausahaan FEBI agar meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang ada didalamnya dan juga hendaknya masih tetap terbuka dan mau menerima kritik dan saran dari berbagai pihak agar

dapat menampung untuk memperbaiki hal hal yang dikomplain pelanggan demi memberikan kepuasan sesuai apa yang diharapkan pelanggan.

3. Properti yang ada di laboratorium kewirausahaan sebaiknya diperbaiki lagi atau ditambah. Mengingat laboratorium kewirausahaan masih memiliki gedung dan ruangan yang sangat kecil dan itu masih belum bisa dikatakan laboratorium kewirausahaan. Selain itu pada aspek bukti fisik mempunyai tingkat penilaian yang paling rendah dari semua aspek kualitas pelayanan.



IAIN PALOPO

## DAFTAR PUSTAKA

- Alquran, Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Alqur'an dan terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2010
- Alfiah,Nur, *Kualitas pelayanan berbasis syariah dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah*, Skripsi, Palopo: IAIN Palopo, 2016.
- Arimawati, Renata, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Kinerja Pegawai Administrasi Akademik Terhadap Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro*, Skripsi Sarjana, Semarang: Universitas Diponegoro, 2013.
- Bungin, M. Burhan, *Metologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Prenada Media, 2004.
- Buyung, *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Minimarket Alfamart Todopuli di Kota Makassar"*, Skripsi Sarjana, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2013.
- Fitriati, Rachma, *Entrepreneurship Education:Toward Models in Several Indonesia'suniversity*, Prosiding The 4<sup>th</sup> International of Convergence Indonesian Studies:Unity, Diversity and Future,Universitas Indonesia.
- Hadi, Syamsul, *"Pengertian metode penelitian kuantitatif"*, <http://www.maribelajarbk.web.id/2015/07/pengertian-metode-penelitian-kuantitatif.html>.
- Hanafiah, Ali, *Analisis Dampak Kualitas Pelayanan Akademik Terhadap Loyalitas Mahasiswa Dengan Kepuasan Mahasiswa Sebagai Variabel Intervening*, Manajemen dan Bisnis, Universitas Mercu Buana. Volume 1, Nomor 3, November 2015.  
<https://jagokata.com/arti-kata/kualitas.html> (diakses pada tanggal 01 februari 2018)
- Ismerisa, *"Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Listrik Pintar Pt Pln (Persero) Area Yogyakarta)"* Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2013.
- Jati, S, pantdja & Didit darmawan, *Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan*, jurnal manajemen & kewirausahaan, Surabaya, Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 7, No. 1, Maret 2005.
- Kamus besar bahasa Indonesia,pengertian data sekunder, <https://kbbi.web.id/data> (diakses pada tanggal 04 maret 2018).
- Kompas.com, *menggenjot jumlah ideal pelaku wirausaha Indonesia*, <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2016/03/30/192821726/Menggenjot.Jumlah.Ideal.Pelaku.Wirausaha.Indonesia>

- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* edisi 12, jilid 1, New Jersey: Indeks, 2007.
- Kusmiati, Siti, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Koperasi “Koppi Maniez” Pondok Pesantren Nurul Ummah Putri Yogyakarta)*”, Skripsi Sarjana, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.
- Lilik, Paulus Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, Jakarta: CAPS, 2011.
- Lupiyadi, Rambat -A.Hamdan, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Depok: Salemba Empat, 2006.
- Murtini, Wiedy, Sri Sumaryati, Leny Noviani, *Pengembangan Laboratorium Kewirausahaan Terpadu Prodi Pendidikan Ekonomi*, Cakrawala Pendidikan, Universitas Negeri Surakarta, Th. XXXIII, No. 2, 2004.
- Oktarilis, Nhur Shabrina, *Pengaruh Faktor-Faktor Yang Dapat Memotivasi Mahasiswa Berkeinginan Wirausaha*, universitas Guna Darma.
- Ratminto & Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Tesis*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Salma, Fitria Solahika & Ririn Tri Ratnasari, *Pengaruh Kualitas Jasa Perspektif Islam Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Grand Kalimas Di Surabaya*, Universitas Airlangga, Vol. 2 No. 4 April 2015.
- Shahih Muslim/ Abu Husain Muslim bin Hajjaj Alqusyairi Annaishaburi ,Kitab : Kepemimpinan/ Juz 2/ Hal. 187/ No. ( 1829 ) , Penerbit Darul Fikri/ Bairut-Libanon 1993 M.
- Sudijono, Anas, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008.
- Sugiyono, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, Bandung: Alfabeta, 2003
- Sugiyono, *Metode penelitian kombinasi (Mixed Method)*, Yogyakarta: Alfabeta, 2011
- Suryana, *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Bandung: Salemba Empat, 2006.
- Tjiptono, Fandy, *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 1997.
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana, *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset, 2001.

- TKKPT POS, *bab iii metode penelitian - repo unpas*, repository.unpas.ac.id/5655/7/BAB%20III.pdf, (diakses pada 7 Maret 2018).
- Utama, Agung, *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Sakit Umum Cakra Husada Klaten*, UPN'Veteran" Yogyakarta, Vol. 1, No. 2, Desember 2003.
- Winard, J. i, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Jakarta: Prenada Media, 2003.
- Yunanta, Arta, "*Analisis Kualitas Layanan Perpustakaan Terhadap Kepuasan Pengguna Perpustakaan Berdasarkan Harapan dan Kenyataan Pada Perpustakaan Politeknik Negeri Malang*", Tesis Magister, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015.



IAIN PALOPO