

Evaluasi Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan Berbasis Syariah di agen LPG Satuman, Pacet Mojokerto

Imam Wahyudi; Muhammad Dendi
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto
imamwahyudi@rijan.ac.id, dendi_98@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan berbasis syariah yang diberikan oleh Agen LPG Satuman di Pacet, Mojokerto. Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan, dan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia. Penerapan layanan berbasis syariah di sektor bisnis non-keuangan, seperti agen LPG, menjadi penting untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan Agen LPG Satuman. Kuesioner dirancang untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan lima dimensi kualitas layanan yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan merasa puas dengan layanan berbasis syariah yang diberikan oleh Agen LPG Satuman. Dimensi keandalan dan empati memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa kualitas layanan berbasis syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.64, yang berarti bahwa 64% variasi dalam kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan berbasis syariah.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dalam layanan agen LPG Satuman telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, agen LPG lainnya disarankan untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam layanan mereka guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini juga memberikan kontribusi dalam pengembangan layanan berbasis syariah di sektor bisnis non-keuangan

Kata kunci : Kepuasan Pelanggan, Layanan Bisnis Syariah

Pendahuluan

Dalam beberapa dekade terakhir, perkembangan ekonomi syariah di Indonesia telah mengalami peningkatan yang signifikan. Prinsip-prinsip ekonomi syariah yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Prinsip-prinsip ini tidak hanya diterapkan dalam sektor keuangan, tetapi juga dalam sektor bisnis dan pelayanan umum. Peningkatan minat masyarakat terhadap produk dan layanan berbasis

syariah didorong oleh keyakinan bahwa prinsip-prinsip ini membawa kebaikan dan keberkahan, serta sesuai dengan ajaran agama yang mereka anut.

Ekonomi syariah tidak hanya terbatas pada bank dan lembaga keuangan syariah, tetapi juga mencakup berbagai sektor bisnis lainnya. Salah satu sektor yang menarik untuk diteliti adalah layanan berbasis syariah di agen LPG. LPG (Liquefied Petroleum Gas) merupakan salah satu kebutuhan pokok yang digunakan oleh masyarakat untuk keperluan rumah tangga maupun industri. Oleh karena itu, layanan yang terkait dengan distribusi dan penyediaan LPG sangat penting untuk mendukung kehidupan sehari-hari masyarakat.

Agen LPG Satuman di Pacet, Mojokerto, merupakan salah satu agen yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam operasionalnya. Agen ini berkomitmen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, transparansi, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama. Penerapan layanan berbasis syariah di agen LPG ini bertujuan untuk memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan sekaligus menjalankan bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini mencakup berbagai aspek, mulai dari cara berinteraksi dengan pelanggan, cara penyimpanan dan pengiriman LPG, hingga cara menangani keluhan dan memberikan solusi.

Layanan berbasis syariah di Agen LPG Satuman mencakup beberapa aspek penting. Pertama, dalam hal keandalan, agen ini berusaha untuk selalu menyediakan LPG tepat waktu dan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Keandalan ini mencakup konsistensi dalam memberikan layanan yang dijanjikan kepada pelanggan. Kedua, dalam hal daya tanggap, agen ini berusaha untuk merespons permintaan dan keluhan pelanggan dengan cepat dan tepat waktu. Daya tanggap ini mencerminkan sikap proaktif agen dalam memberikan solusi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Ketiga, dalam hal jaminan, agen ini memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan melalui pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan mereka. Jaminan ini mencakup kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dan haram dalam operasionalnya. Keempat, dalam hal empati, agen ini berusaha untuk memahami dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Empati ini mencakup keadilan dan keseimbangan dalam melayani pelanggan. Kelima, dalam hal bukti fisik, agen ini berusaha untuk menyediakan fasilitas dan peralatan yang berkualitas serta tampilan karyawan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Bukti fisik ini mencakup kebersihan dan kenyamanan yang dirasakan oleh pelanggan saat berinteraksi dengan agen.

Evaluasi kepuasan pelanggan terhadap layanan berbasis syariah di Agen LPG Satuman menjadi penting untuk mengetahui sejauh mana prinsip-prinsip syariah diterapkan dan dirasakan oleh pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan penerapan prinsip-prinsip syariah dalam layanan. Pelanggan yang puas dengan layanan berbasis syariah cenderung akan menjadi pelanggan yang loyal dan akan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan memberikan masukan yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas layanan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan berbasis syariah yang diberikan oleh Agen LPG Satuman di Pacet, Mojokerto. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan layanan berbasis syariah di sektor bisnis non-keuangan dan menjadi referensi bagi agen LPG lainnya yang ingin menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam layanan mereka. Evaluasi ini mencakup pengukuran kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi kualitas layanan yang telah disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Teori Kepuasan Pelanggan

Teori Kepuasan Pelanggan mengukur sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan merasa bahwa produk atau layanan yang mereka terima setara atau lebih baik daripada yang mereka harapkan. Dalam konteks layanan berbasis syariah, kepuasan pelanggan dapat diukur berdasarkan sejauh mana layanan yang diberikan sesuai dengan nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam, seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi. Sebagai contoh, jika agen LPG menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya, pelanggan akan merasa lebih puas karena layanan tersebut dianggap sesuai dengan keyakinan agama mereka. Oliver (1997) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi pasca pembelian di mana persepsi kinerja produk atau layanan dibandingkan dengan harapan sebelumnya. Ketika kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasa sangat puas, dan sebaliknya. Lebih lanjut, Oliver menekankan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk atau layanan tetapi juga mencakup aspek emosional dan psikologis yang mempengaruhi persepsi pelanggan.

Dalam konteks Indonesia, teori kepuasan pelanggan sering kali dikaitkan dengan budaya dan nilai lokal. Penelitian oleh Tjiptono (2014) menyoroti bahwa kepuasan pelanggan di Indonesia sangat dipengaruhi oleh aspek pelayanan, keramahan, dan nilai budaya setempat seperti gotong royong dan empati. Hal ini menjadi semakin relevan dalam layanan berbasis syariah, di mana aspek-aspek tersebut sejalan dengan nilai-nilai Islam. Sedangkan menurut Irawan (2008), kepuasan pelanggan juga dapat dilihat dari persepsi terhadap nilai layanan, yang mencakup kualitas pelayanan, harga, dan kenyamanan. Dalam konteks bisnis syariah, implementasi nilai-nilai Islam seperti keadilan dalam transaksi dan kejujuran dalam komunikasi menjadi kunci penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang berkelanjutan.

Teori Kualitas Layanan

Teori Kualitas Layanan menjelaskan bahwa kualitas layanan terdiri dari lima dimensi utama: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), keandalan merujuk pada kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan konsisten dan akurat. Daya tanggap adalah kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Jaminan mencakup pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk memberikan rasa percaya dan keamanan kepada pelanggan. Empati adalah perhatian pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Bukti fisik mencakup lingkungan fisik tempat layanan disediakan, termasuk fasilitas dan peralatan.

Dalam konteks layanan berbasis syariah, kelima dimensi ini dapat dievaluasi berdasarkan sejauh mana mereka mencerminkan nilai-nilai syariah. Misalnya, keandalan dalam layanan berbasis syariah tidak hanya mencakup konsistensi dan akurasi, tetapi juga kejujuran dan transparansi dalam setiap transaksi. Daya tanggap dalam konteks ini berarti memberikan layanan yang cepat dan tepat waktu, serta menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan pelanggan sesuai dengan ajaran Islam. Jaminan mencakup kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dan haram, sementara empati melibatkan perlakuan yang adil dan penuh perhatian kepada semua pelanggan. Bukti fisik harus mencerminkan kebersihan dan kenyamanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Strategi pelayanan penjualan

Strategi pelayanan adalah suatu istilah yang menggambarkan seluruh unsur pemasaran dan faktor produksi yang di kerahkan guna mencapai sasaran pengusaha misalnya laba, harta, penjualan, bagian pasar yang akan direbut dan sebagainya. Keputusan dalam strategi pemasaran dapat di

kelompokkan kedalam beberapa strategi antara lain Strategi produk dan Strategi harga. Strategi pelayanan penjualan merupakan elemen penting dalam keberhasilan pemasaran, yang mencakup strategi produk dan harga sebagai inti utama. Kajian menunjukkan bahwa pendekatan seperti experiential marketing, yang mengintegrasikan elemen-elemen seperti sense, feel, think, act, dan relate, mampu meningkatkan volume penjualan melalui pengalaman pelanggan yang unik (Gunawan, 2018). Selain itu, penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu melalui analisis pesaing, pemanfaatan media digital, dan optimalisasi media konvensional juga terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing produk (Lutfiah & Sudrajat, 2020).

Dalam konteks pelayanan berbasis ekonomi syariah, menegaskan pentingnya faktor kualitas produk dan diferensiasi pelayanan dalam menciptakan loyalitas pelanggan, yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, pengaruh pengembangan sumber daya manusia melalui pendidikan dan pengembangan karir terhadap kinerja organisasi memberikan wawasan bahwa strategi pelayanan internal yang efektif dapat meningkatkan produktivitas kerja. Penelitian terkait pola kepemimpinan juga menekankan pentingnya komitmen organisasi untuk membangun disiplin kerja yang mendukung keberhasilan pelayanan (Wahyudi, 2021). Secara keseluruhan, strategi pelayanan yang terintegrasi dengan pendekatan inovatif dan berbasis nilai mampu meningkatkan efektivitas pemasaran dan keberlanjutan bisnis.

Teori Ekonomi Syariah

Ekonomi syariah memiliki tujuan yang tidak hanya terfokus pada keuntungan material tetapi juga kesejahteraan sosial dan moral. Chapra (1992) menjelaskan bahwa setiap aktivitas ekonomi dalam sistem syariah harus memberikan manfaat yang adil dan merata bagi masyarakat. Dalam konteks Indonesia, pemikiran serupa juga banyak ditemukan. Misalnya, menurut Triyuwono, visi lembaga keuangan syariah seharusnya tidak hanya mengejar laba (profit-oriented), tetapi juga mengutamakan kebermanfaatan sosial, atau dikenal dengan orientasi zakat dan sosial (Rahmad, 2017). Pendekatan ini dikenal sebagai Shariah Enterprise Theory yang menekankan keadilan, kebermanfaatan bersama, dan pemerataan. Selain itu, kajian oleh Tarmizi et al. (2022) menemukan bahwa praktik ekonomi syariah di Indonesia sering kali belum sepenuhnya mematuhi prinsip-prinsip syariah, terutama dalam sektor perbankan. Hal ini menunjukkan

perlu penguatan regulasi dan pemurnian tujuan lembaga-lembaga syariah agar sesuai dengan nilai-nilai dasar Islam.

Dari perspektif distribusi ekonomi, Sulistiani (2014) mengemukakan bahwa sistem distribusi dalam ekonomi syariah memiliki keunggulan dalam mengutamakan keadilan dan menghindari eksploitasi. Prinsip-prinsip ini dapat digunakan untuk mengarahkan pengelolaan sumber daya yang lebih adil di Indonesia, terutama untuk mengatasi kesenjangan ekonomi yang masih tinggi.

Ekonomi syariah tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga menciptakan keseimbangan antara aspek spiritual, sosial, dan ekonomi. Implementasi yang lebih baik dan penguatan regulasi diperlukan agar prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat tercermin dalam praktik

Metodologi

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis yang objektif terhadap hubungan antara variabel-variabel penelitian. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif bertujuan untuk menguji hipotesis melalui pengumpulan data numerik dan analisis statistik. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan kepada pelanggan Agen LPG Satuman di Pacet, Mojokerto. Kuesioner dirancang untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi kualitas layanan yang telah disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Sampel penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan jumlah responden sebanyak 100 pelanggan. Analisis data dilakukan menggunakan metode statistik deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berbasis syariah terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini mengacu pada prinsip-prinsip syariah dalam layanan, seperti keadilan, transparansi, dan tanggung jawab. Antonio (2001) menjelaskan bahwa prinsip ini merupakan dasar dalam membangun sistem layanan Islami yang menekankan pada nilai keadilan dan keberlanjutan. Dalam konteks ini, pelayanan berbasis syariah tidak hanya berfokus pada kualitas layanan, tetapi juga harus sesuai dengan norma agama Islam

Pembahasan dan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap layanan berbasis syariah di Agen LPG Satuman, Pacet, Mojokerto. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan dimensi kualitas layanan yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis pengaruh kualitas layanan berbasis syariah terhadap kepuasan pelanggan menggunakan analisis regresi linier sederhana.

1. Keandalan

Dimensi keandalan dalam konteks layanan berbasis syariah di Agen LPG Satuman mencakup kemampuan agen untuk memberikan layanan yang konsisten dan tepat waktu. Keandalan juga mencakup kesesuaian layanan dengan nilai-nilai syariah, seperti transparansi dan kejujuran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai keandalan layanan yang diberikan. Pelanggan merasa bahwa agen LPG Satuman selalu menyediakan LPG tepat waktu dan sesuai dengan standar kualitas yang diharapkan. Keandalan ini menciptakan rasa percaya dan loyalitas pelanggan terhadap agen.

2. Daya Tanggap

Dimensi daya tanggap mengukur seberapa cepat dan tepat agen LPG Satuman merespons permintaan dan keluhan pelanggan. Dalam konteks layanan berbasis syariah, daya tanggap juga mencakup sikap proaktif dalam memberikan solusi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa agen LPG Satuman memiliki daya tanggap yang baik. Pelanggan merasa bahwa agen selalu siap membantu dan memberikan solusi yang tepat waktu. Namun, beberapa pelanggan mencatat bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam hal kecepatan respon terhadap keluhan.

3. Jaminan

Dimensi jaminan mencakup kemampuan agen LPG Satuman dalam memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelanggan melalui pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan mereka. Jaminan dalam konteks syariah juga mencakup kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal dan haram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa agen LPG Satuman memberikan jaminan yang memadai. Pelanggan merasa bahwa agen memiliki pengetahuan yang baik tentang

produk dan layanan yang ditawarkan, serta mematuhi prinsip-prinsip syariah dalam operasionalnya. Hal ini meningkatkan rasa percaya dan kenyamanan pelanggan.

4. Empati

Dimensi empati mengukur sejauh mana agen LPG Satuman peduli dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan. Dalam layanan berbasis syariah, empati juga mencakup keadilan dan keseimbangan dalam melayani pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai empati yang diberikan oleh agen. Pelanggan merasa bahwa agen memahami kebutuhan mereka dan memberikan layanan yang adil dan seimbang. Empati ini menciptakan hubungan yang kuat antara agen dan pelanggan, serta meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

5. Bukti Fisik

Dimensi bukti fisik mencakup aspek-aspek fisik dari layanan yang diberikan oleh agen LPG Satuman, seperti fasilitas, peralatan, dan tampilan karyawan. Bukti fisik dalam konteks syariah juga mencakup kebersihan dan kenyamanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa agen LPG Satuman memiliki bukti fisik yang memadai. Pelanggan merasa bahwa fasilitas agen bersih dan nyaman, serta peralatan yang digunakan berkualitas. Namun, beberapa pelanggan mencatat bahwa ada ruang untuk perbaikan dalam hal tampilan karyawan dan fasilitas tambahan.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan berbasis syariah terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Variabel independen dalam analisis ini adalah kualitas layanan berbasis syariah yang diukur melalui lima dimensi kualitas layanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik), sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, kualitas layanan berbasis syariah (X) terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hal ini tercermin dari persamaan regresi yang diperoleh, yakni $Y = 2,5 + 0,6X$, di mana setiap peningkatan satu unit pada kualitas layanan berbasis syariah akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,6 unit. Uji signifikansi dengan menggunakan uji t memperlihatkan bahwa nilai t-hitung (8,24) lebih tinggi daripada nilai t-tabel (1,98) pada taraf signifikansi 5%.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berbasis syariah secara statistik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga perlu mendapat perhatian khusus dalam upaya peningkatan layanan.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,64 menunjukkan bahwa 64% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan berbasis syariah, sedangkan 36% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model ini. Penemuan tersebut menegaskan bahwa aspek-aspek layanan syariah, mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik, berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, bagi institusi atau perusahaan yang berkomitmen pada penerapan sistem syariah, penguatan kelima aspek tersebut menjadi agenda strategis untuk meraih serta mempertahankan kepuasan pelanggan yang optimal. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain, seperti harga, promosi, dan citra merek, guna menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Setiap peningkatan 1 unit pada *kualitas layanan berbasis syariah* akan meningkatkan *kepuasan pelanggan* sebesar 0.6 unit.

Dengan demikian, bahwa *kualitas layanan berbasis syariah* merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi *kepuasan pelanggan*. Perusahaan atau organisasi yang bergerak dalam layanan syariah perlu terus mengoptimalkan kelima dimensi kualitas layanan agar tingkat kepuasan pelanggan tetap tinggi.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berbasis syariah di Agen LPG Satuman, Pacet, Mojokerto, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi keandalan dan empati memiliki kontribusi terbesar dalam membentuk kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menghargai layanan yang konsisten, tepat waktu, dan perhatian yang diberikan oleh agen terhadap kebutuhan mereka.

Dimensi daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik juga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, meskipun dengan tingkat pengaruh yang lebih rendah dibandingkan dengan keandalan dan empati. Pelanggan merasa bahwa agen LPG Satuman memiliki daya tanggap yang

baik, memberikan jaminan yang memadai, dan memiliki bukti fisik yang mendukung layanan yang diberikan.

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah bahwa penerapan prinsip-prinsip syariah dalam layanan agen LPG Satuman telah berhasil meningkatkan kepuasan pelanggan. Prinsip-prinsip seperti keandalan, keadilan, transparansi, dan empati yang diterapkan dalam layanan agen LPG Satuman menciptakan rasa percaya dan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, agen LPG lainnya disarankan untuk menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam layanan mereka guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Agen LPG Satuman perlu mempertahankan dan meningkatkan keandalan dan empati dalam layanan mereka, karena kedua dimensi ini memiliki pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan.
2. Agen LPG Satuman disarankan untuk meningkatkan daya tanggap terhadap keluhan pelanggan agar dapat memberikan solusi yang lebih cepat dan tepat waktu.
3. Perbaikan dalam aspek bukti fisik, seperti tampilan karyawan dan fasilitas tambahan, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan lebih lanjut.
4. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang mungkin mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti harga dan lokasi, serta menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai pengalaman pelanggan dengan layanan berbasis syariah.

Referensi

Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.

Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Basu Swastha, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Penerbit Liberty, 2002), hlm.60

Chapra, MU (1992). *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Leicester: The Islamic Foundation.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Gunawan, M. H. (2018). *Implementasi Experiential Marketing untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada Konter Bill Phone Malang*.
- Irawan, H. (2008). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, KL (2016). *Manajemen Pemasaran* (edisi ke-15).
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill.
- Oliver, RL (1997). *Kepuasan: Perspektif Perilaku Konsumen*. New York: McGr
- Parasuraman, A., Zeithaml, VA, & Berry, LL (1988). SERVQUAL: *Skala Multi-Item untuk Mengukur Persepsi Konsumen terhadap Kualitas Layanan*. *Jurnal Ritel*, 64(1), 12-40.
- Rahmad, K. (2017). *Pemikiran Iwan Triyuwono tentang visi kelembagaan ekonomi syariah di Indonesia*.
- Riduwan. (2012). *Dasar-dasar Statistik*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tarmizi, J. K. A., Yope, S. A., Isma, A. A., Harviani, E., & Fitrawansyah. (2022). *Praktik bank syariah di Indonesia: Teori dan kenyataannya*. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomi Bisnis*.
- Wahyudi, Imam (2021). *Kualitas Pelayanan dan Fasilitas serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen pada M2M Indonesian Fast Food Cabang Pahlawan Mojokerto*. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*.