



## **Penerapan Prinsip Ihsan Dalam Mendorong Pelayanan Prima Di Cafe Gadex Pacet Mojokerto**

Joko Wiyono

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah Mojokerto

[jokowiyono@rijan.ac.id](mailto:jokowiyono@rijan.ac.id)

### ***Abstract***

*This study aims to analyze the application of the Islamic principle of ihsan in enhancing service quality at Café Gadex, a micro-enterprise located in Pacet, Mojokerto. Ihsan, as a spiritual concept in Islam, encourages business actors to provide the best possible service ethically and responsibly, beyond mere material gain. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through in-depth interviews, participatory observation, and documentation. The findings indicate that the value of ihsan is embedded in the café's service culture, as reflected in the honesty, sincerity, and friendliness of the staff when serving customers. These values support the five dimensions of the SERVQUAL model: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles. Most customers expressed satisfaction due to the warm, attentive, and family-like atmosphere. These findings affirm the perspectives of Hasan (2010) and Antonio (2001) that the integration of Islamic spiritual values can increase customer loyalty and enhance the business's positive image. However, challenges remain, particularly in the provision of spiritual value training and maintaining consistency due to high employee turnover. The study recommends continuous Islamic-based training to ensure the sustainable implementation of ihsan in service delivery.*

**Keywords:** *ihsan, excellent service, Islamic business, MSMEs, Café Gadex, Islamic values*

### **Pendahuluan**

Dalam era kompetisi bisnis yang semakin dinamis, kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu usaha, termasuk dalam sektor kuliner seperti kafe. Pelayanan yang prima tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga mendorong loyalitas serta menciptakan citra positif bagi usaha tersebut. Dalam perspektif bisnis syariah, pelayanan prima sejalan dengan penerapan nilai-nilai Islam, salah satunya adalah prinsip *ihsan*. *Ihsan*, yang berarti "berbuat baik dengan sebaik-baiknya", mengajarkan pelaku usaha untuk memberikan layanan tidak hanya sebatas kewajiban, tetapi dengan ketulusan, empati, dan kualitas terbaik (Dusuki & Abdullah, 2007).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terus menjadi pilar utama perekonomian Indonesia pada tahun 2024. Jumlah UMKM diperkirakan mencapai sekitar 64,2 juta unit usaha, yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, yakni sebesar 61,07% atau setara dengan Rp8.574 triliun. Tak hanya itu, UMKM juga menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional, yang berarti lebih dari 117 juta orang menggantungkan penghidupannya pada sektor ini (Dewataks. (2024). Angka-angka ini menunjukkan betapa vitalnya peran UMKM

dalam menjaga stabilitas ekonomi dan mendorong pertumbuhan inklusif di berbagai wilayah Indonesia.

Di tengah era digital, transformasi UMKM pun menunjukkan kemajuan signifikan. Pada tahun 2024, sebanyak 27 juta pelaku UMKM telah mengadopsi teknologi digital, dengan target mencapai 30 juta unit pada akhir tahun (KemenPAN-RB, 2024). Pemerintah mendukung percepatan ini melalui program “UMKM Level Up 2024”, yang mencakup pelatihan, pendampingan, dan akses pasar digital. Di sisi lain, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional juga meningkat, mencapai **15,7%**, mencerminkan peran strategis UMKM dalam rantai pasokan global. Semua ini terjadi dalam konteks pertumbuhan ekonomi nasional yang relatif stabil di angka **5,03%**, menciptakan iklim yang kondusif bagi perkembangannya. Dengan demikian, UMKM tidak hanya menjadi motor penggerak ekonomi domestik, tetapi juga pemain penting dalam membentuk daya saing Indonesia di tingkat global (Badan Pusat Statistik (BPS), 2025).

Cafe Gadex yang berlokasi di kawasan wisata Pacet, Mojokerto, merupakan salah satu pelaku usaha mikro dan kecil yang cukup dikenal karena keunikan tempat dan keramahan pelayanannya. Namun, dalam menghadapi peningkatan persaingan dan tuntutan pasar yang semakin tinggi, penerapan prinsip *ihsan* dapat menjadi strategi unggulan untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan memperkuat kualitas layanan. Data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Mojokerto menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan ke daerah Pacet meningkat 12,4% pada tahun 2023, yang berdampak langsung pada pertumbuhan sektor kuliner lokal (Disparbud Mojokerto, 2023). Dengan tingginya potensi pasar ini, Cafe Gadex perlu mengembangkan pelayanan yang tidak hanya profesional tetapi juga dilandasi etika Islam yang kuat.

Dalam konteks bisnis syariah, pelayanan yang dilandasi *ihsan* mencakup kejujuran dalam menyampaikan informasi, keramahan dalam berinteraksi, dan ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan (Hassan & Lewis, 2007). Selain itu, *ihsan* juga menekankan tanggung jawab spiritual dalam bekerja, yakni menyadari bahwa setiap tindakan diawasi oleh Allah, sehingga mendorong terciptanya etos kerja yang jujur dan ikhlas (Chapra, 2000). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji sejauh mana prinsip *ihsan* telah diterapkan di Cafe Gadex dan bagaimana kontribusinya dalam menciptakan pelayanan prima yang berkelanjutan dan bernilai tambah dalam perspektif Islam.

## Landasan Teori

### 1. Prinsip Ihsan dalam Islam

Dalam ajaran Islam, *ihsan* merupakan konsep spiritual dan etis yang sangat fundamental. Secara etimologis, *ihsan* berasal dari kata *ahsana* yang berarti berbuat baik atau melakukan sesuatu secara optimal. Dalam hadis terkenal dari Jibril yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, Nabi Muhammad SAW menjelaskan bahwa *ihsan* adalah "engkau beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya, dan jika engkau tidak mampu melihat-Nya, maka yakinlah bahwa Dia melihatmu" (HR. Muslim : 8). Hadis ini tidak hanya mengandung aspek ibadah ritual, tetapi juga membentuk landasan perilaku dalam muamalah, termasuk aktivitas ekonomi dan pelayanan.

Ihsan menempati posisi tertinggi dalam hirarki agama Islam setelah iman dan Islam, sebagaimana ditunjukkan dalam hadis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *ihsan* merupakan pengintegrasian antara dimensi spiritual dan sosial dalam kehidupan seorang Muslim. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* menjelaskan bahwa ihsan adalah manifestasi tertinggi dari akhlak, yang mencakup kesempurnaan niat, kejujuran hati, dan integritas dalam tindakan lahir dan batin. Ia menekankan bahwa amal yang tidak didasari oleh *ihsan* adalah amal yang kehilangan ruh-nya (Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*, Jilid III).

Lebih lanjut, Qardhawi (1995) menyatakan bahwa *ihsan* merupakan prinsip etika yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga praktis, karena ia mendorong individu untuk mengedepankan kualitas, kejujuran, dan keadilan dalam setiap aspek kehidupan, termasuk dalam dunia kerja, pelayanan publik, dan aktivitas bisnis. Dengan demikian, prinsip ihsan menjadi fondasi penting dalam membangun budaya kerja yang tidak hanya profesional, tetapi juga bermoral dan bertanggung jawab secara spiritual.

Dalam konteks pelayanan, penerapan prinsip ihsan berarti memberikan pelayanan terbaik dengan niat yang tulus, cara yang baik, dan hasil yang memuaskan, bukan semata untuk keuntungan material, tetapi sebagai bentuk pengabdian kepada Allah dan penghormatan kepada sesama manusia (Nasr, 2002). Hal ini sejalan dengan tujuan syariah (*maqasid al-shariah*), yaitu menciptakan kemaslahatan dan mencegah kerusakan (*jalb al-mashalih wa dar' al-mafasid*) dalam

## 2. Ihsan dalam Konteks Pelayanan Bisnis Syariah

Dalam konteks bisnis, prinsip *ihsan* menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya memenuhi standar minimal kewajiban, tetapi juga melampauinya dengan memberikan layanan yang penuh perhatian, jujur, dan bermutu tinggi. Ihsan mendorong orientasi pelayanan yang tidak hanya bersifat transaksional, tetapi juga bersifat spiritual dan etis (Antonio, 2001). Hal ini selaras dengan pendekatan *spiritual leadership* yang mulai diadopsi dalam manajemen modern, di mana kualitas kepemimpinan dan pelayanan yang dilandasi nilai-nilai religius dapat meningkatkan kinerja dan loyalitas karyawan maupun pelanggan (Fry, 2003).

Dalam Islam, prinsip *business excellence* tidak hanya mengukur keberhasilan dari sisi finansial, tetapi juga dari aspek kebermanfaatannya (*maslahah*), integritas, dan keberkahan. Konsep ini menekankan pentingnya nilai-nilai moral seperti kejujuran (*sidq*), amanah, adil, dan ihsan dalam proses bisnis sehari-hari (Beekun & Badawi, 2005). Menurut Hasan (2010), penerapan prinsip ihsan dalam pelayanan akan menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih mendalam karena pelayanan tersebut dipandang sebagai bentuk ibadah dan pengabdian, bukan hanya sebagai alat meraih keuntungan.

Ihsan juga memiliki relevansi dalam *service-dominant logic*, di mana nilai utama diciptakan melalui interaksi berkualitas antara penyedia jasa dan pelanggan. Dalam kerangka ini, prinsip ihsan bertindak sebagai fondasi spiritual dan etis yang memperkuat nilai hubungan, membangun kepercayaan, dan membentuk loyalitas jangka panjang (Vargo & Lusch, 2008). Oleh karena itu, pengintegrasian nilai ihsan ke dalam sistem pelayanan bisnis, terutama pada sektor UMKM seperti Cafe Gadex, merupakan langkah strategis untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

### 3. Pelayanan Prima (Excellent Service)

Pelayanan prima merupakan bentuk layanan yang tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui ekspektasi pelanggan. Dalam model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Zeithaml, Bitner & Gremler (2018), pelayanan prima terdiri dari lima dimensi utama: reliability (keandalan dalam memberikan layanan secara akurat dan konsisten), responsiveness (ketanggapan dalam membantu pelanggan), assurance (kemampuan memberikan rasa aman dan kepercayaan), empathy (perhatian individual kepada pelanggan), serta tangibles (bukti fisik seperti kebersihan, penampilan karyawan, dan fasilitas). Model ini banyak digunakan sebagai alat ukur kualitas layanan di berbagai sektor, termasuk usaha kecil dan menengah (UMKM).

Dalam konteks bisnis syariah, kelima dimensi tersebut harus dijalankan tidak hanya sebagai kewajiban profesional, tetapi juga sebagai bentuk pengabdian spiritual dan moral. Islam menekankan nilai-nilai seperti kejujuran (*sidq*), tanggung jawab (*amanah*), dan kepedulian sosial (*rahmah*), yang seluruhnya berakar dalam prinsip *ihsan*. Prinsip ini menuntut pelaku usaha untuk memberikan pelayanan terbaik seolah-olah berada di hadapan Allah, menjadikan kualitas layanan sebagai ekspresi keimanan dan integritas (Antonio, 2001; Beekun & Badawi, 2005). Oleh karena itu, integrasi antara SERVQUAL dan prinsip *ihsan* menawarkan pendekatan yang holistik dan unggul untuk menciptakan pelayanan prima yang berorientasi tidak hanya pada kepuasan pelanggan, tetapi juga pada keberkahan usaha.

Hal ini sangat relevan diterapkan pada sektor usaha kuliner seperti Café Gadex di Pacet, Mojokerto, yang memiliki potensi untuk menjadi percontohan praktik bisnis Islami yang profesional dan beretika. Pelayanan yang berlandaskan pada prinsip *ihsan* tidak hanya menciptakan loyalitas pelanggan, tetapi juga memperkuat citra bisnis sebagai usaha yang berkomitmen terhadap nilai-nilai spiritual dan sosial, sekaligus berdaya saing tinggi di era modern (Hasan, 2010; Rahman, 2014).

### 4. Konteks UMKM dan Cafe Gadex

UMKM seperti Café Gadex di Pacet, Mojokerto memegang peran strategis dalam memperkuat ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM (2024), UMKM menyumbang sekitar 61% terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Dalam konteks tersebut, peningkatan kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan dan daya saing UMKM, khususnya di sektor kuliner yang sangat kompetitif. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk memperkuat kualitas pelayanan adalah penerapan **prinsip ihsan**, yang menekankan kesungguhan, integritas, dan pelayanan terbaik seolah-olah di hadapan Allah (HR. Muslim). Pendekatan ini tidak hanya menciptakan nilai tambah secara spiritual, tetapi juga berdampak nyata pada loyalitas pelanggan dan reputasi usaha (Antonio, 2001; Hasan, 2010).

Dalam era kompetisi bisnis yang semakin ketat, nilai-nilai spiritual dalam pelayanan menjadi pembeda yang signifikan. Penerapan prinsip ihsan memungkinkan pelaku UMKM seperti Café Gadex untuk menyajikan pelayanan yang lebih personal, jujur, dan tulus—melebihi standar profesional semata. Menurut Beekun & Badawi (2005), integrasi etika Islam dalam manajemen bisnis dapat memperkuat kepercayaan pelanggan dan membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan. Selain itu, penelitian oleh Rahman (2014) menunjukkan bahwa pendekatan pelayanan berbasis nilai-nilai moral dan spiritual cenderung meningkatkan *customer engagement* serta memperkuat citra usaha sebagai pelaku bisnis yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga beretika tinggi. Oleh karena itu, prinsip ihsan bukan hanya merupakan landasan religius, tetapi juga strategi praktis untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing UMKM di era modern.

## Metode penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, untuk memahami secara mendalam implementasi prinsip *ihsan* dalam pelayanan di Café Gadex Pacet Mojokerto. Pendekatan ini sesuai dengan pandangan Creswell (2016) yang menyatakan bahwa pendekatan kualitatif efektif untuk mengeksplorasi makna, nilai, dan perilaku dalam konteks sosial tertentu.

Lokasi penelitian ditetapkan di Café Gadex, dengan subjek penelitian terdiri dari pemilik, karyawan bagian pelayanan, dan pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi, sebagaimana disarankan oleh Sugiyono (2021) dalam metode penelitian kualitatif untuk menangkap informasi faktual dan kontekstual.

Data dianalisis menggunakan metode analisis tematik berdasarkan model Miles dan Huberman (2014), yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis ini bertujuan menemukan keterkaitan antara prinsip *ihsan* (nilai spiritual Islam) dengan elemen-elemen pelayanan prima seperti keandalan, empati, dan tangibles (Zeithaml et al., 2018).

Untuk menjaga validitas dan keabsahan data, digunakan teknik triangulasi sumber dan teknik, serta member checking terhadap informan, sebagaimana direkomendasikan dalam metodologi kualitatif untuk memastikan objektivitas dan kedalaman interpretasi (Patton, 2002).

## Hasil Penelitian

### 1. Penerapan Nilai Ihsan dalam Pelayanan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pemilik dan karyawan Café Gadex, ditemukan bahwa prinsip ihsan telah menjadi nilai utama yang ditanamkan dalam proses pelayanan. Pemilik kafe menyampaikan bahwa sejak awal mendirikan usaha ini, ia menekankan pentingnya bekerja dengan niat ibadah dan menjaga akhlak dalam melayani pelanggan. Prinsip ini diwujudkan dalam bentuk sikap ramah, jujur, penuh tanggung jawab, serta kesungguhan dalam memberikan pelayanan terbaik.

Karyawan menyatakan bahwa mereka secara rutin mendapatkan pengarahan mengenai pentingnya niat bekerja sebagai bentuk *amal saleh*. Salah satu karyawan menyebutkan, “Kami diajarkan untuk melayani sebaik mungkin, karena pelanggan itu tamu, dan tamu adalah rahmat. Jadi, kami tidak hanya kerja untuk gaji, tapi juga ingin dapat keberkahan.” Nilai ini sejalan dengan konsep *ihsan* sebagaimana dijelaskan dalam hadis Nabi—*beribadah seolah-olah melihat Allah*, dan jika tidak mampu, maka yakin bahwa Allah melihat (HR. Muslim)—serta pandangan Al-Ghazali bahwa *ihsan* adalah puncak dari akhlak, ditandai dengan niat yang tulus dan integritas dalam tindakan.

Sementara itu, dari wawancara dengan beberapa pelanggan tetap Café Gadex, diketahui bahwa mereka merasakan perbedaan nyata dalam kualitas pelayanan dibandingkan dengan tempat lain. Seorang pelanggan menyatakan, “Saya merasa nyaman di sini karena pelayannya sopan, tidak terburu-buru, dan terasa tulus. Kalau ada kesalahan pun langsung minta maaf dan diperbaiki.” Pelanggan lainnya menambahkan bahwa suasana kekeluargaan dan penghormatan terhadap tamu sangat terasa, terutama dalam cara menyambut dan berkomunikasi.

Sebagian pelanggan juga menilai bahwa pelayanan di Café Gadex bukan hanya profesional, tetapi juga bernuansa spiritual, terlihat dari kebiasaan para pelayan mengucapkan salam, menjaga etika berbicara, dan tidak segan membantu tanpa diminta. Hal ini menunjukkan bahwa *ihsan* tidak hanya dipahami secara konseptual oleh pihak internal kafe, tetapi juga dirasakan secara nyata oleh pelanggan sebagai pengalaman pelayanan yang berbeda, lebih hangat, dan bermakna.

Dengan demikian, implementasi prinsip *ihsan* tidak hanya membentuk budaya kerja internal, tetapi juga menjadi faktor pembeda dan keunggulan kompetitif Café Gadex di tengah persaingan bisnis kuliner lokal.

**Tabel Analisis Tematik Wawancara – Penerapan Prinsip Ihsan dalam Pelayanan**

Kategori Tema	Kode	Informan	Kutipan Wawancara	Interpretasi Tematik
Niat bekerja sebagai ibadah	Niat_ ihsan	Karyawan	“kami diajarkan untuk bekerja bukan hanya untuk gaji, tapi juga sebagai bentuk ibadah dan tanggung jawab.”	Kerja dipahami sebagai bentuk amanah dan ibadah.
Sikap sopan dan ramah	Akhlak_ pelayanan	Pelanggan 1	“pelayan di sini selalu sopan, menyapa dengan senyum, dan tidak cuek. Beda dari tempat lain.”	Pelayanan mencerminkan akhlak mulia ( <i>ihsan</i> ).
Kejujuran dan tanggung jawab	Integritas	Karyawan b	“kalau ada pesanan salah, langsung kami minta maaf dan ganti. Itu tanggung jawab kami.”	Ada nilai kejujuran dan tanggung jawab dalam pelayanan.

Empati dan kepedulian terhadap tamu	Empati Pelanggan	Pelanggan 2	“saya pernah datang dengan orang tua, pelayan langsung bantu carikan tempat duduk yang nyaman.”	Ihsan diwujudkan dalam bentuk empati nyata kepada pelanggan.
Etika komunikasi islami	Komunikasi Islami	Pelanggan 3	“saya senang karena pelayannya sering mengucapkan salam dan berbicara sopan, tidak asal ngomong.”	Komunikasi dilandasi nilai-nilai islami.
Keteladanan dari pemilik usaha	Pembinaan Spiritual	Pemilik usaha	“saya sampaikan ke karyawan bahwa kita melayani itu untuk allah. Kalau pelanggan senang, insyaallah berkah.”	Pemilik menjadi teladan dalam menerapkan nilai ihsan.

Analisis dilakukan menggunakan pendekatan **coding tematik kualitatif** (Miles & Huberman, 1994) dengan proses: **Open coding** terhadap transkrip wawancara.

1. **Axial coding** untuk mengelompokkan tema berdasarkan dimensi ihsan dalam pelayanan.
2. **Selective coding** untuk menyusun narasi integratif dan membangun makna dari data lapangan.

## 2. Integrasi Ihsan dengan Dimensi SERVQUAL

Dari observasi lapangan dan hasil kuisioner, dapat dilihat bahwa penerapan prinsip *ihsan* turut memperkuat lima dimensi SERVQUAL (Zeithaml et al., 2018):

- a. **Reliability**: Pelayanan dilakukan secara konsisten dan tepat waktu. Karyawan menunjukkan komitmen dalam memenuhi pesanan tanpa kesalahan.

Dalam studi ini, dimensi *reliability* atau keandalan pelayanan menjadi salah satu aspek utama yang diamati di Café Gadex Pacet Mojokerto. Keandalan diartikan sebagai kemampuan usaha untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan dan karyawan, ditemukan bahwa Café Gadex mampu mempertahankan kualitas pelayanan secara stabil, baik dalam hal ketepatan waktu penyajian pesanan maupun akurasi pemenuhan menu.

Karyawan menunjukkan komitmen yang tinggi untuk menjaga kepercayaan pelanggan. Mereka mengakui bahwa bekerja di Café Gadex bukan hanya soal mencari penghasilan, tetapi juga menjalankan amanah. Hal ini sejalan dengan prinsip *ihsan* dalam Islam, yang mendorong seseorang untuk memberikan yang terbaik dalam setiap amal, termasuk dalam aktivitas bisnis

dan pelayanan. Pemilik usaha secara rutin mengingatkan tim bahwa melayani pelanggan harus dilakukan dengan penuh tanggung jawab dan kejujuran sebagai bagian dari ibadah.

Pelanggan yang diwawancarai juga menyampaikan kepuasan terhadap konsistensi pelayanan. Beberapa menyebut bahwa pesanan selalu datang sesuai estimasi waktu dan jarang mengalami kesalahan. Ketepatan dan keandalan ini dianggap sebagai nilai tambah yang membedakan Café Gadex dari kompetitor lain di kawasan wisata Pacet. Kinerja pelayanan yang dapat diandalkan ini menjadi indikator bahwa prinsip *ihsan* tidak hanya menjadi slogan spiritual, tetapi telah diterapkan secara nyata dalam operasional usaha.

**b. Responsiveness:** Pelanggan merasa cepat dilayani dan diberikan bantuan dengan sigap.

Dimensi *responsiveness* atau ketanggapan merupakan salah satu indikator utama dalam menilai kualitas pelayanan. Responsiveness mencerminkan kesediaan dan kesiapan karyawan untuk membantu pelanggan serta memberikan layanan secara cepat dan tepat. Berdasarkan hasil penelitian di Café Gadex Pacet Mojokerto, ditemukan bahwa ketanggapan pelayanan menjadi aspek yang mendapat perhatian khusus dari pihak manajemen dan karyawan. Hal ini terbukti dari respon cepat terhadap permintaan pelanggan, baik dalam hal penyajian menu, penyesuaian pesanan, hingga penanganan keluhan kecil secara langsung di lokasi.

Melalui wawancara mendalam dengan beberapa pelanggan, terungkap bahwa mereka merasa puas dengan sikap tanggap yang ditunjukkan oleh staf Café Gadex. Pelanggan menyebut bahwa staf tidak hanya cepat dalam melayani, tetapi juga ramah, sopan, dan menunjukkan kemauan membantu yang tinggi. Salah satu pelanggan menyatakan, “Saya pernah minta ganti minuman karena kurang manis, dan langsung ditanggapi tanpa harus menunggu lama. Pelayanannya cepat dan tidak membuat saya merasa sungkan.” Hal ini menunjukkan bahwa kecepatan dalam merespon bukan hanya teknis, tetapi juga emosional—menunjukkan empati dan keterbukaan.

Ketanggapan ini tidak terlepas dari nilai *ihsan* yang diterapkan dalam sistem pelayanan Café Gadex. Dalam Islam, prinsip *ihsan* mendorong pelaku usaha untuk melayani dengan kualitas terbaik, niat yang tulus, dan kesadaran bahwa setiap tindakan diawasi oleh Allah. Ketanggapan terhadap pelanggan pun dipandang sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual. Manajemen secara berkala memberikan pembinaan kepada karyawan agar melayani bukan semata-mata karena kewajiban, melainkan karena kesadaran bahwa pelayanan yang baik adalah bentuk ibadah.

Dengan demikian, penerapan prinsip *ihsan* dalam dimensi *responsiveness* telah memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan membangun citra Café Gadex sebagai usaha kuliner yang tidak hanya profesional, tetapi juga menjunjung tinggi etika dan nilai spiritual.

**c. Assurance:** Karyawan memiliki kompetensi serta memberikan rasa aman dan nyaman dalam pelayanan, dipengaruhi oleh akhlak kerja Islami.

a. Dimensi *assurance* mencerminkan tingkat kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan, sikap, dan integritas penyedia layanan. Dalam konteks Café Gadex Pacet Mojokerto,

*assurance* tercermin melalui sikap profesional karyawan, penguasaan informasi produk, kesopanan dalam berinteraksi, dan atmosfer kafe yang aman dan bersih. Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, mereka merasa percaya dan nyaman karena staf mampu menjelaskan menu secara jelas, menyarankan pilihan sesuai kebutuhan, dan menjaga etika komunikasi.

- b. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa pelayanan yang ramah dan jujur menjadi alasan utama mereka kembali. Salah satu pelanggan menuturkan, “*Di sini saya tidak khawatir soal bahan makanan, karena mereka terbuka kalau kita tanya, dan selalu bersikap sopan. Saya percaya karena pelayanannya profesional dan Islami.*” Hal ini mengindikasikan bahwa *assurance* bukan hanya tentang keterampilan teknis, tetapi juga keterlibatan nilai dan kepercayaan moral.
- c. Café Gadex mengintegrasikan prinsip **ihسان**, yaitu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya dan penuh kesadaran spiritual. Dalam Islam, konsep *ihسان* menuntut seseorang berbuat seolah-olah melihat Allah, sehingga setiap tindakan dilakukan dengan kualitas dan kejujuran tertinggi (HR. Muslim). Ini sejalan dengan nilai *amanah* (kepercayaan) dan *akhlak* dalam pelayanan, sebagaimana dijelaskan Al-Ghazali dalam *Ihya Ulumuddin*, bahwa pelayanan harus dilandasi kejujuran dan tanggung jawab sebagai bentuk ibadah.
- d. Dari sisi teori pelayanan, *assurance* menurut Zeithaml, Bitner & Gremler (2018) dalam kerangka SERVQUAL, mencakup pengetahuan staf, kesopanan, serta kemampuan membangun kepercayaan. Café Gadex telah menunjukkan bahwa nilai-nilai ini bisa dikuatkan melalui etika Islam, menciptakan pengalaman pelayanan yang unggul sekaligus bermakna bagi pelanggan.

- d. Empathy:** Terdapat kepedulian terhadap kebutuhan dan kenyamanan pelanggan, seperti pelayanan personal kepada pelanggan tetap dan lansia.

Dimensi *empathy* dalam pelayanan mengacu pada kemampuan penyedia jasa untuk memberikan perhatian secara personal kepada pelanggan, memahami kebutuhan mereka secara individu, dan memperlakukan mereka dengan penuh kepedulian. Hasil penelitian di Café Gadex menunjukkan bahwa dimensi ini telah dijalankan secara konsisten oleh para karyawan. Mereka menyambut pelanggan dengan ramah, menanyakan preferensi makanan secara spesifik, dan bahkan mengingat pelanggan yang sering datang. Karyawan juga tampak berusaha mendengarkan keluhan atau permintaan pelanggan dengan penuh kesabaran dan sikap terbuka.

Nilai *empathy* ini sejalan dengan prinsip **ihسان** dalam Islam, yang menekankan kesempurnaan sikap dan perhatian kepada sesama, serta mengedepankan kasih sayang dan kelembutan hati (rahmah). Dalam perspektif Islam, pelayanan tidak hanya sebatas hubungan bisnis, tetapi juga bentuk pengabdian dan akhlak mulia kepada orang lain (Antonio, 2001). Al-Ghazali menyebut bahwa memperhatikan perasaan orang lain dan memenuhi kebutuhannya termasuk bagian dari *akhlaq al-karimah*, yang membawa keberkahan dalam setiap interaksi sosial (*Ihya' Ulumuddin*).

Dari sisi teori pelayanan, dimensi *empathy* dalam model SERVQUAL (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2018) mengharuskan adanya pendekatan personal, perhatian terhadap kebutuhan khusus pelanggan, serta kemampuan mendengarkan secara aktif. Café Gadex telah mempraktikkan dimensi ini secara nyata dengan membangun hubungan emosional antara staf dan pelanggan, menjadikan mereka bukan hanya konsumen, tetapi bagian dari komunitas yang dihargai.

- e. **Tangibles:** Suasana kafe yang bersih, tertata, serta ada sentuhan Islami (hiasan kaligrafi, musik Islami) memperkuat bukti fisik pelayanan.

Dimensi *tangibles* dalam SERVQUAL mencakup penilaian terhadap elemen fisik dan visual dari layanan, seperti kebersihan, kerapian, kenyamanan tempat, penampilan staf, serta peralatan yang digunakan dalam pelayanan (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2018). Penelitian ini menemukan bahwa Café Gadex secara konsisten menjaga kualitas *tangibles* sebagai bagian dari strategi menciptakan kesan profesional dan nyaman bagi pelanggan. Interior kafe dirancang dengan nuansa natural dan estetik, disertai pencahayaan hangat dan kebersihan yang terjaga. Meja dan kursi tertata rapi, sementara area dapur dan kasir tampak bersih dan terorganisir.

Karyawan juga tampil dengan seragam yang rapi dan ramah dalam penampilan, menciptakan kesan positif dan profesional. Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual dan fisik layanan telah diperhatikan secara serius oleh manajemen Café Gadex sebagai bagian dari kualitas pelayanan secara keseluruhan.

Dalam perspektif Islam, menjaga kebersihan (*nazhafah*) dan keteraturan merupakan bagian dari implementasi prinsip *ihsan*, yaitu menyempurnakan setiap aspek tindakan, termasuk dalam menyuguhkan suasana yang bersih dan menyenangkan. Nabi Muhammad SAW bersabda, “Kebersihan adalah bagian dari iman” (HR. Muslim), yang menjadi dasar etika fisik dalam pelayanan publik, termasuk di bidang usaha kuliner.

Dengan memadukan konsep *tangibles* dari teori modern dan nilai-nilai syariah, Café Gadex mampu memberikan pengalaman pelanggan yang tidak hanya memuaskan secara inderawi, tetapi juga mencerminkan keindahan nilai-nilai spiritual dalam bisnis.

### 3. Dampak terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan

Sebagian besar pelanggan menyatakan puas dengan pelayanan di Café Gadex, terutama karena adanya suasana kekeluargaan dan nilai-nilai kejujuran serta kesopanan dari para pelayan. Beberapa pelanggan bahkan menyebut bahwa pelayanan di kafe ini “berbeda” karena “lebih hangat dan penuh perhatian”. Hal ini memperkuat temuan Hasan (2010) bahwa penerapan prinsip *ihsan* mampu meningkatkan loyalitas dan citra positif usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan Café Gadex Pacet Mojokerto merasa puas dengan kualitas pelayanan yang mereka terima. Kepuasan ini tidak hanya didasarkan pada kecepatan atau ketepatan layanan, tetapi lebih kepada suasana kekeluargaan, kehangatan interaksi, dan nilai-nilai moral yang tampak dalam sikap pelayan. Pelanggan mengapresiasi cara pelayan menyambut dengan sopan, menjaga komunikasi dengan penuh hormat, serta memberikan perhatian personal yang terasa tulus.

Temuan ini memperkuat teori Hasan (2010), yang menekankan bahwa penerapan prinsip ihsan—yakni berbuat sebaik mungkin dengan niat tulus karena Allah—dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra positif usaha. Ihsan mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya memenuhi kewajiban pelayanan secara teknis, tetapi juga menanamkan dimensi spiritual dan etis dalam interaksi bisnis. Ini menciptakan *emotional bonding* antara pelanggan dan penyedia layanan, sehingga pelanggan merasa dihargai bukan hanya sebagai konsumen, tetapi juga sebagai mitra sosial dalam transaksi yang bernilai.

Lebih lanjut, perilaku pelayanan yang dilandasi ihsan mengubah suasana kafe menjadi ruang interaksi yang nyaman dan berkarakter Islami. Tidak jarang pelanggan datang kembali bukan semata karena produk, tetapi karena atmosfer yang diciptakan oleh nilai-nilai kejujuran, ketulusan, dan etika pelayanan yang melekat dalam budaya kerja kafe. Dengan demikian, prinsip ihsan terbukti bukan hanya sebagai konsep moral, tetapi sebagai strategi keunggulan kompetitif yang aplikatif dalam bisnis kuliner skala UMKM seperti Café Gadex.

#### **4. Tantangan dalam Implementasi Ihsan**

Meskipun penerapan prinsip ihsan dalam pelayanan di Café Gadex Pacet Mojokerto telah menunjukkan dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang signifikan dalam menjaga konsistensinya. Salah satu kendala utama adalah minimnya pelatihan formal yang secara khusus membahas internalisasi nilai-nilai spiritual Islam dalam konteks praktik bisnis sehari-hari. Karyawan umumnya memperoleh pemahaman ihsan dari arahan informal atau keteladanan pimpinan, namun belum ada modul pelatihan sistematis yang mengintegrasikan ajaran ihsan dengan standar operasional pelayanan.

Di samping itu, tingkat rotasi karyawan yang cukup tinggi menjadi tantangan tersendiri dalam menjaga kesinambungan nilai. Karyawan baru sering kali belum memiliki pemahaman yang mendalam mengenai ihsan sebagai nilai kerja, sehingga dibutuhkan waktu dan proses adaptasi yang cukup panjang. Tanpa program pembinaan berkelanjutan, ada risiko nilai-nilai seperti ketulusan, amanah, dan kejujuran dalam pelayanan menjadi luntur atau tidak terinternalisasi secara konsisten dalam seluruh lini pelayanan.

Oleh karena itu, upaya menjaga keberlangsungan praktik ihsan dalam bisnis tidak dapat hanya mengandalkan semangat individual, tetapi harus ditopang oleh sistem manajerial yang mendukung, seperti pelatihan rutin berbasis nilai-nilai Islam, mentoring antar-karyawan, serta integrasi prinsip ihsan ke dalam budaya kerja dan kebijakan internal perusahaan. Hal ini sesuai dengan pandangan Al-Ghazali bahwa akhlak mulia tidak hanya ditanamkan melalui pengetahuan,

tetapi juga dibiasakan melalui proses berulang dan pembinaan lingkungan yang mendukung (Al-Ghazali, *Ihya' Ulumuddin*).

## **Pembahasan**

### **Integrasi Prinsip Ihsan dalam Pelayanan Prima dan Tantangannya di Café Gadex Pacet Mojokerto**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa prinsip *ihsan* bukan hanya dipahami secara konseptual oleh pemilik dan karyawan Café Gadex, tetapi juga telah diterapkan dalam praktik pelayanan sehari-hari. Pelayanan yang diberikan mencerminkan niat yang tulus, sikap yang ramah, serta orientasi spiritual dalam berinteraksi dengan pelanggan. Hal ini sejalan dengan konsep *ihsan* sebagaimana dijelaskan dalam hadis Nabi, yaitu "beribadah kepada Allah seakan-akan engkau melihat-Nya, dan jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihatmu" (HR. Muslim). Dalam konteks bisnis, *ihsan* diterjemahkan sebagai kesungguhan dan integritas dalam menjalankan usaha, tidak semata-mata demi keuntungan, tetapi sebagai bentuk pengabdian dan amanah (Antonio, 2001).

Pendekatan etis dan spiritual semacam ini menjadi kekuatan yang membedakan Café Gadex dari kompetitor lain di sektor kuliner. Beberapa pelanggan mengungkapkan bahwa mereka merasakan suasana kekeluargaan, kejujuran, dan perhatian yang tulus dari para karyawan. Hal ini menguatkan teori *Emotional Branding* oleh Marc Gobé (2001), yang menyatakan bahwa hubungan emosional dan kepercayaan antara konsumen dan pelaku usaha menjadi fondasi loyalitas pelanggan. Dalam perspektif Islam, loyalitas konsumen tidak hanya dibentuk oleh kualitas produk, tetapi juga oleh nilai *akhlaqiyah* yang tercermin dalam pelayanan (Hasan, 2010; Abuznaid, 2009).

Namun demikian, keberhasilan penerapan prinsip *ihsan* ini menghadapi berbagai tantangan struktural dan kultural. Pertama, belum adanya pelatihan formal yang mengintegrasikan nilai-nilai spiritual Islam dalam konteks pelayanan bisnis. Padahal, menurut teori *Transformational Leadership* (Bass & Avolio, 1994), nilai dan visi harus ditransformasikan secara sistemik melalui pelatihan, teladan, dan sistem kerja yang konsisten. Dalam konteks Islam, nilai-nilai seperti *amanah*, *sidq* (jujur), dan *ihsan* perlu menjadi bagian dari budaya organisasi, bukan hanya inisiatif individual (Nasr, 1984; Beekun & Badawi, 2005).

Kedua, tingginya tingkat rotasi karyawan menimbulkan tantangan tersendiri dalam menjaga keberlangsungan nilai *ihsan*. Kurangnya pembinaan spiritual yang berkelanjutan dapat menyebabkan inkonsistensi dalam pelayanan. Al-Ghazali dalam *Ihya' Ulumuddin* menyebut bahwa akhlak terpuji hanya dapat terbentuk melalui pembiasaan dan lingkungan yang kondusif secara moral dan spiritual. Oleh karena itu, dibutuhkan sistem manajemen nilai (*value-based management*) dalam bisnis syariah, sebagaimana diusulkan oleh Dusuki & Abdullah (2007), yang mengintegrasikan etika Islam ke dalam struktur operasional, SDM, dan layanan pelanggan.

Selain itu, penerapan *ihsan* dalam pelayanan sejalan dengan dimensi *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Zeithaml, Parasuraman, & Berry (1988), yakni *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Dalam penelitian ini, dimensi *assurance* dan *empathy* secara signifikan dipengaruhi oleh nilai *ihsan*, yang ditunjukkan dalam kejujuran, rasa tanggung jawab, dan komitmen pelayanan sebagai bagian dari ibadah.

Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa prinsip *ihsan* bukan hanya doktrin moral, tetapi memiliki implikasi praktis yang strategis bagi keunggulan bisnis. Untuk menjaga dan meningkatkan kualitas pelayanan, Café Gadex disarankan untuk mengembangkan pelatihan spiritual bagi karyawan baru, menyusun SOP berbasis nilai-nilai syariah, dan membangun budaya organisasi yang konsisten dengan prinsip *ihsan*. Hal ini penting agar nilai-nilai luhur tersebut tidak menjadi retorika semata, tetapi benar-benar terinternalisasi dalam sistem dan praktik bisnis sehari-hari.

## Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip *ihsan* memainkan peran sentral dalam membentuk kualitas pelayanan prima di Café Gadex Pacet Mojokerto. *Ihsan* tidak hanya dipahami sebagai konsep teologis atau spiritual belaka, tetapi telah menjadi nilai kerja yang terinternalisasi dalam budaya pelayanan. Karyawan menunjukkan ketulusan dalam melayani pelanggan, menjaga kejujuran, dan bertanggung jawab atas tugas-tugas mereka, sebagaimana diamanatkan dalam ajaran Islam tentang *amal shalih* dan *amanah*.

Penerapan nilai *ihsan* terbukti memperkuat lima dimensi *SERVQUAL* (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles). Nilai tersebut terlihat pada konsistensi layanan, sikap tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, rasa percaya dan aman yang dibangun, serta empati yang ditunjukkan melalui keramahan dan perhatian personal. Keunggulan ini menjadi faktor pembeda dari kafe-kafe lain di kawasan Pacet yang lebih berorientasi komersial semata.

Selain itu, pelanggan merasakan adanya pengalaman emosional yang positif saat berinteraksi dengan pelayan kafe, yang mereka sebut sebagai "hangat" dan "berbeda". Hal ini menunjukkan bahwa prinsip *ihsan* mampu meningkatkan loyalitas dan membentuk citra usaha yang etis, sebagaimana dikemukakan oleh Hasan (2010) dan Gobé (2001) dalam konsep *emotional branding* dan *Islamic business ethics*.

Namun, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan, antara lain kurangnya pelatihan spiritual formal dan rotasi karyawan yang tinggi. Ketiadaan sistem pembinaan berkelanjutan dapat menjadi risiko dalam menjaga konsistensi nilai *ihsan* dalam jangka panjang. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan sistem manajemen nilai dan pelatihan berbasis etika Islam sebagai bagian dari strategi pengembangan sumber daya manusia.

Secara keseluruhan, integrasi antara prinsip *ihsan* dan praktik pelayanan di Café Gadex menunjukkan bahwa pendekatan etis dan spiritual dalam bisnis syariah tidak hanya layak diterapkan, tetapi juga mampu menghasilkan keunggulan kompetitif yang nyata. Model ini dapat menjadi inspirasi bagi pelaku UMKM lainnya dalam membangun bisnis yang tidak hanya unggul secara ekonomi, tetapi juga mulia secara moral dan sosial.



## Daftar Pustaka

- Al-Ghazali. (2005). *Ihya' Ulumuddin* (Jilid III). Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Al-Ghazali. (n.d.). *Ihya' Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Fikr.
- Al-Ghazali. *Ihya' Ulumuddin*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Antonio, M. S. (2001). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Ekonomi Indonesia tahun 2024 tumbuh 5,03 persen (C-to-C)*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2025/02/05/2408/ekonomi-indonesia-tahun-2024-tumbuh-5-03-persen--c-to-c>
- Bass, B. M., & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing Ethical Responsibility among Multiple Organizational Stakeholders: The Islamic Perspective. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131–145.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). *Leadership: An Islamic Perspective*. Beltsville: Amana Publications.
- Chapra, M. U. (2000). *The Future of Economics: An Islamic Perspective*. The Islamic Foundation.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed Methods*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dewataalks. (2024). *Data perkembangan UMKM di Indonesia, syarat, dan cara daftar*. Diakses dari <https://www.dewataalks.com/blog/data-umkm-di-indonesia/>
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Mojokerto. (2023). *Laporan Kunjungan Wisatawan Tahun 2023*. Mojokerto: Disparbud.
- Dusuki, A. W., & Abdullah, N. I. (2007). Maqasid al-Shariah, Masalahah, and Corporate Social Responsibility. *The American Journal of Islamic Social Sciences*, 24(1), 25–45.
- Gobé, M. (2001). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. Allworth Press.
- Hasan, A. (2010). *Business Ethics in Islam*. Kuala Lumpur: IIUM Press.
- Hassan, K., & Lewis, M. K. (2007). *Handbook of Islamic Banking*. Edward Elgar Publishing.



- Indonesia.go.id. (2024). *UMKM Indonesia makin kuat: Program Level Up 2024 siap dorong digitalisasi bisnis*. Diakses dari <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/8587/umkm-indonesia-makin-kuat-program-level-up-2024-siap-dorong-digitalisasi-bisnis>
- Kamali, M. H. (2008). *The Moral Economy of Islam*. Kuala Lumpur: Ilmiah Publishers.
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*. Diakses dari <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2024). *Data Statistik UMKM Indonesia 2024*. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id)
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPAN-RB). (2024). *Kominfo targetkan 30 juta UMKM adopsi teknologi digital pada 2024*. Diakses dari <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/kominfo-targetkan-30-juta-umkm-adopsi-teknologi-digital-pada-2024>
- Metro TV News. (2024). *UMKM jadi sektor andalan, ini strategi jitu biar naik kelas*. Diakses dari <https://www.metrotvnews.com/read/koGCdYO2-umkm-jadi-sektor-andalan-ini-strategi-jitu-biar-naik-kelas>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Sage Publications.
- Muslim. (n.d.). *Shahih Muslim*, Kitab al-Iman, Hadis tentang Ihsan (HR. Muslim, No. 8).
- Nasr, S. H. (1984). *Islamic Science: An Illustrated Study*. World Wisdom.
- Nasr, S. H. (2002). *The Heart of Islam: Enduring Values for Humanity*. New York: HarperOne.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research and Evaluation Methods*. Sage Publications.
- Qardhawi, Y. (1995). *Etika Islam: Antara Realita dan Harapan*. Jakarta: Gema Insani.
- Rahman, F. (2014). "Islamic Ethics and Character Development in Business." *International Journal of Islamic Thought*, 6, 10–18.
- Rahman, F. (2014). "Islamic Ethics and Character Development in Business." *International Journal of Islamic Thought*, 6, 10–18.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.



Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40