

## ABSTRAK

Amaliatushalihah Romadana. NIM 20.2.21.083. *Pengaruh Penerapan Marketing Syariah dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Bordir Komputer di CV. Aleq sangatta*. Skripsi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Syariah (E.S) Sekolah Tinggi Agama Islam sangatta. Dibimbing oleh Imrona Hayati, M.Pd selaku pembimbing I dan Siti Munfiatik, M.Pd selaku pembimbing II.

Dalam persaingan bisnis yang ketat, perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan nilai-nilai etika dan agama, seperti marketing syariah, yang menekankan kejujuran, keadilan, dan tanggung jawab sosial untuk kepuasan pelanggan. Selain itu, kualitas pelayanan yang mencakup kecepatan, ketepatan, dan keramahan sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. CV. Aleq Sangatta perlu memahami dan menerapkan kedua aspek ini untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh penerapan marketing syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer di CV. Aleq Sangatta.

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yaitu, teknik angket, kemudian teknik observasi, lalu teknik dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah 200 kemudian diambil sampel sebanyak 20% sehingga menjadi 40 responden yang merupakan pelanggan jasa bordir komputer CV. Aleq Sangatta. Untuk menganalisis data tersebut, maka peneliti menggunakan rumus regresi linear berganda.

Berdasarkan analisis data didapatkan nilai  $t_{hitung}$  variabel penerapan marketing syariah 2,632 ( $X_1$ ) dan variabel kualitas pelayanan 2,118 ( $X_2$ ) lebih besar dari  $t_{tabel}$  2,026, sehingga dapat dikatakan bahwa terjadi pengaruh positif dan signifikan. Nilai  $f_{hitung}$  11,115 >  $f_{tabel}$  3,24, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel-variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara statistik. Dari analisis persamaan regresi linier berganda diperoleh nilai  $Y = 2,541 + 0,172 (X_1) + 0,132 (X_2)$ , persamaan regresi tersebut digunakan untuk melakukan prediksi seberapa besar pengaruh penerapan marketing syariah dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan analisis koefisiensi determinasi  $R^2$  diketahui nilai koefisien determinasi sebesar  $R^2 = 0,375$ . Jadi dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel penerapan marketing syariah ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) didapat sebesar 37,5%, sedangkan 62,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak dicantumkan. Berdasarkan rumus sumbangan efektif variabel penerapan marketing syariah ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 21,1% dan variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) sebesar 16,4%, maka dalam penelitian ini penerapan marketing syariah ( $X_1$ ) lebih berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ) secara simultan.

**Kata Kunci** : *Penerapan Marketing Syariah, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*