

**PENGARUH IBADAH, KECERDASAN EMOSIONAL, PEMAHAMAN
AKUNTANSI TERHADAP MASA TUNGGU MEMPEROLEH
PEKERJAAN**

(Studi Kasus pada Alumni Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)

Skripsi

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Strata S.1 dalam Ilmu Akuntansi Syariah



DENI SETYO MUKTI

1505046064

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN WALISONGO SEMARANG**

2022

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Hal : Naskah Skripsi

A.n.Sdri. Deni Setyo Mukti

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah kami meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Deni Setyo Mukti

NIM : 1505046064

Judul : Pengaruh Ibadah, Kecerdasan Emosional, Pemahaman Akuntansi Terhadap Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Demikian harap menjadi maklum.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt, CA, CPA

Dr. Warno, S.E., M.Si

NIP. 198001282008011010

NIP. 198307212015031002

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185

Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Deni Setyo Mukti
NIM : 1505046064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Ibadah, Kecerdasan Emosional, Pemahaman Akuntansi Terhadap Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Telah dimunaqosahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang dan dinyatakan LULUS pada tanggal

30 Juni 2022

Dan dapat diterima sebagai pelengkap ujian akhir guna memperoleh gelar sarjana (Strata Satu/ S1) dalam Ilmu Akuntansi Syariah.

Semarang, 30 Juni 2022

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Ferry Khushnul Mubarak, M. A.
NIP. 199005242018011001

Sekretaris Sidang

Warno, S.E., M.Si
NIP. 198307212015031002

Penguji I

Nuruddin, S.E., M.M
NIP. 199005232015031004

Penguji II

A. Turmudi, SH, M.Ag.
NIP. 196907082005011004

Pembimbing I

Dr. Ratho Agriyanto, M.Si, Akt,CA,CPA
NIP.198001282008011010

Pembimbing II

Warno, S.E., M.Si
NIP. 198307212015031002



NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. DR. Hamka Kampus III Ngaliyan, Telp/Fax (024) 7608454 Semarang 50185
Website: febi.walisongo.ac.id – Email: febi@walisongo.ac.id

Nomor : B-261/Un.10.5/D.1/PP.00.9/12/2020

21 Juli 2022

Lamp. :-

H a l : Penunjukan menjadi Dosen
Pembimbing Skripsi

Kepada Yth. :

Dr. Ratno Agriyanto, M.Si, Akt, CA, CPA
Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan pengajuan proposal skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : Deni Setyo Mukti
NIM : 1505046064
Program Studi : S1 Akuntansi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Ibadah, kecerdasan Emosional
Pemahaman Akuntansi Terhadap masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Maka kami mengharap kesediaan saudara untuk menjadi Pembimbing I penulisan skripsi Mahasiswa tersebut, dengan harapan:

1. Topik yang kami setuju masih perlu mendapat pengarahan saudara terhadap judul, kerangka pembahasan dan penulisan.
2. Pembimbingan dilakukan secara menyeluruh sampai selesainya penulisan skripsi.

Untuk membantu tugas Saudara, maka bersama ini kami tunjuk sebagai Pembimbing II Saudara/i Warno, S.E.,M.Si.
Demikian, atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Tembusan :

1. Pembimbing II
2. Mahasiswa yang bersangkutan

MOTTO

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ

“Dan Katakanlah: "Bekerjalah kamu, maka Allah dan Rasul-Nya serta orang-orang mukmin akan melihat pekerjaanmu itu, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui akan yang ghaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”
(Surat At-Taubah ayat 105)

“Sesungguhnya Allah SWT menyukai hamba yang berusaha dan bekerja.”
(HR. al-Hakim, ath-Thabrani, at-Tirmidzi, dan al-Baihaqi)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, serta kesempatan dan keridhoanNya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Sholawat serta salam juga saya sampaikan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, karena beliau adalah sumber dari segala ilmu pengetahuan. Dengan terselesaikannya tulisan skripsi ini, maka penulis ingin mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Orang tua saya tercinta Bapak Sumadi dan Ibu Subekti terimakasih atas limpahan kasih sayang dan yang selalu mendo'akan, mendidik, dan membimbingku sampai sekarang,
2. Keluarga besar tersayang yang selalu mendo'akan dan memberi dukungan,
3. Semua keponakan yang telah menjadi tempatku untuk menghibur diri,
4. Teman-teman Seperjuangan AKS 15 yang selalu memberi do'a dan semangat,
5. Temen-temen KKN (Posko 11) yang telah memberikan semangat dan memberikan banyak pengalaman.

DEKLARASI

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan pihak manapun. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satu pun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 10 Juni 2022

Deklarator,



Deni Setyo Mukti

NIM. 1505046064

**PEDOMAN TRANSLITERASI
HURUF ARAB KE HURUF LATIN**

Transliterasi merupakan hal yang penting dalam skripsi karena pada umumnya banyak istilah Arab, nama orang, judul buku nama lembaga dan lain sebagainya yang aslinya ditulis dengan huruf Arab harus di salin ke dalam huruf latin. Untuk menjamin konsistensi, perlu di tetapkan satu transliterasi sebagai berikut :

A. Konsonan

ء = ‘	د = d	ض = dl	ك = k
ب = b	ذ = dz	ط = th	ل = l
ت = t	ر = r	ظ = zh	م = m
ث = ts	ز = z	ع = ‘	ن = n
ج = j	س = s	غ = gh	و = w
ح = h	ش = sy	ف = f	ه = h
خ = kh	ص = sh	ق = q	ي = y

B. Vokal

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	<i>Fathah</i>	A	A
إ	<i>Kasrah</i>	I	I
أ	<i>Dhammah</i>	U	U

C. Diftong

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أَيّ	Fathah dan Ya	AY	A dan Y
أَوْ	Fathah dan Wawu	AW	A dan W

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah di lambangkan dengan konsonan ganda.

E. Kata Sandang (... ال)

Kata sandang (... ال) ditulis dengan *al-* *Al-* di tulis dengan huruf kecil, kecuali jika terletak di permulaan kalimat.

F. Ta' Marbutah (ة)

Setiap *Ta' Marbutah* di tulis dengan huruf "h".

Abstract

Students are expected to not only have the ability and knowledge in the field of accounting but also other skills necessary for a career, namely emotional quotient. Students who have good emotional quotient also need to apply good learning behavior. Good learning behavior will be able to improve the emotional quotient possessed by students to be able to understand the courses taught. This study aims to determine the effect of emotional quotient on the level of understanding of accounting with learning behavior as a moderator. The method used to analyze the data in this study is moderated regression analysis. The sample in this study was chosen based on purposive sampling method. The results showed that emotional quotient has a positive effect on the level of understanding of accounting and learning behaviors moderate the influence of emotional quotient at the level of understanding of accounting.

Kata Kunci : Ibadah, Kecerdasan Emosional, Pemahaman Akuntansi

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan kehadiran Allah SWT yang maha pengasih dan penyayang, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa turunkan kehadiran Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga, dan seluruh umat islam di penjuru dunia.

Kepada semua pihak yang membantu kelancaran dalam penulisan Skripsi ini, peneliti hanya bisa menyampaikan rasa terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H.Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang
2. Bapak Dr. H.Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, Wakil Dekan I, II, dan III serta para Dosen di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M. Si. selaku Kepala Jurusan Akuntansi Syariah dan Bapak Warno, S.E., M. Si. selaku Sekjur Akuntansi Syariah.
4. Bapak Dr. Ratno Agriyanto, M.Si., selaku pembimbing I dan Bapak Warno, SE., M. Si, selaku pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Ali Murtadho., M. Ag selaku dosen wali yang telah memberikan motifasi, arahan dan bimbingan kepada penulis.
6. Seluruh dosen pengajar Program Akuntansi Syariah Universitas Islam Negeri Walisongo. Yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan Skripsi ini.
7. Terimakasih kepada seluruh staff dan karyawan UIN Walisongo Semarang khususnya untuk Staff dan karyawan di lingkungan Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Islam yang telah membantu dalam pembuatan administrasi untuk keperluan Skripsi ini.

8. Bapak, Ibu dan Kakak tercinta yang telah membesarkan dan mendoakan dengan tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.
9. Teman-teman seperjuangan yang telah ada di sampingku baik disaat suka maupun duka.
10. Serta kepada semua pihak yang membantu dalam pembuatan skripsi ini baik segi moral maupun materil yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan segala kekurangan dimiliki hamba-Nya termasuk saya sebagai seorang penulis. Mohon maaf apabila dalam penulisan masih banyak kekurangan dan kesalahan. Kritik dan saran sangat penulis harapkan untuk memperbaiki kesalahan yang telah penulis buat. Semoga kritik dan saran yang penulis terima dapat memperbaiki karya tulis yang akan datang. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi pihak-pihak tertentu yang membutuhkan penelitian ini.

Semarang, 10 Juni 2022

Penulis,

Deni Setyo Mukti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
DEKLARASI	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	16
B. Rumusan Masalah.....	17
C. Tujuan Penelitian.....	18
D. Manfaat Penelitian.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Perilaku Ibadah.....	20
2.1.2 Macam-Macam Ibadah.....	21
2.1.3 Tujuan Ibadah dalam Islam.....	22
2.1.4 Prinsip Perilaku Ibadah.....	22
2.2 Kecerdasan Emosional.....	24
2.2.1 Pengertian.....	27
2.2.2 Faktor-Faktor Kecerdasan Emosional.....	24
2.2.3 Aspek-Aspek Kecerdasan Emosional.....	25
2.3 Akuntansi.....	27

2.3.1 Pengertian Akuntansi.....	27
2.3.2 Tujuan Akuntansi.....	27
2.3.3 Fungsi Akuntansi dalam Bisnis.....	28
2.3.4 Manfaat Akuntansi.....	28
2.4 Penelitian Terdahulu.....	29
2.5 Kerangka Berfikir.....	32
2.6 Hipotesis.....	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Devinisi Operasional.....	33
3.1.1 Variabel Penelitian.....	33
3.2 Populasi dan Sampel.....	34
3.2.1 Populasi.....	34
3.2.2 Sampel.....	34
3.3 Jenis Data.....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5 Metode Analisis Data.....	38

BAB IV ANALISIS DATA dan PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden.....	43
4.2 Analisis Deskripsi Variabel.....	44
4.3 Uji Instrumen Data.....	49
4.4 Analisis Regresi Linier.....	53
5.5 Uji Hipotesis.....	55

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	63
5.2 Keterbatasan Penulis	64
5.3 Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

1. Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	43
2. Tabel 4.2 Umur Responden.....	44
3. Tabel 4.3 Variabel Perilaku Ibadah.....	45
4. Tabel 4.4 Variabel Keverdasan Emosional.....	47
5. Tabel 5.5 Variabel Pemahaman Akuntansi.....	48
6. Tabel 4.6 Variabel Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan.....	49
7. Tabel 4.7 Pengujian Perilaku Ibadah.....	50
8. Tabel 4.8 Pengujian Kecerdasan Emosional.....	51
9. Tabel 4.9 Pengujian Pemahaman Akuntansi.....	51
10. Tabel 4.10 Pengujian Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan.....	52
11. Tabel 4.11 Uji Reabilitas.....	53
12. Tabel 4.12 Regresi Berganda.....	54
13. Tabel 4.13 Uji F.....	55
14. Tabel 4.14 Uji Hipotesis.....	56
15. Tabel 4.15 Koefisien Determinan.....	57

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 2.1.....	32
--------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah negara yang dimana sebagian besar mempunyai berbagai macam suku, agama, budaya dan juga keyakinan dalam beribadah yang berbeda. Maka dari itu Indonesia juga salah satu Negara yang mayoritas beragama Islam ini juga mempunyai banyak ragam Bahasa khususnya Bahasa melayu.

Dalam pembahasan mengenai kecerdasan mengatur emosional juga menjadi landasan utama untuk membahas tentang pentingnya memiliki karakter untuk mengatur pola emosional masing-masing orang yang disini membahas juga tentang mengatur ritme emosional seseorang demi tujuan yang mengarah pada suatu kehidupan.

Pentingnya juga memahami tentang perhitungan akuntansi untuk menghitung akuntan dalam suatu statistic di Negara Indonesia ini, maka diperlukan beberapa pengetahuan yang mendasar untuk bisa melihat dan juga memberikan suatu data tentang pengangguran dan juga yang sudah mempunyai pekerjaan di bidangnya. Tidak sampai disitu saja, nantinya juga akan diteliti lebih lanjut tentang keadaan dalam pekerjaan yang ada di Indonesia ini khususnya di sektor swasta yang memberikan lapangan kerja untuk mendata jumlah penerima kerja yang ada. Tidak hanya itu, dalam penelitian lebih lanjut juga akan dibahas tentang pengetahuan dan juga pengalaman pekerja yang akan terjun ke dunia kerja yang benar-benar mumpuni sesuai bidangnya.

Faktor pertama yang menentukan tingkat kepuasan perilaku ibadah adalah dengan memperhartikan kualitas ibadah. Menurut Rambat, (2013) kualitas ibadah merupakan faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas dimana kemampuan pola piker emosional dalam pelayanan yang berkualitas kepada seseorang dan sebagai strategi untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam beribadah.

Kualitas ibadah juga merupakan kunci untuk mencapai kesuksesan. Baik atau buruknya kualitas ibadah tergantung pada kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan harapan mencapai tujuannya. Kualitas ibadah dikatakan memuaskan apabila layanan yang dirasakan dalam beribadah sama atau melebihi kualitas ibadah yang diharapkan oleh seseorang tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Basowa dan Setiawan (2019) menyatakan bahwa kualitas ibadah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan seseorang. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Tresiya, dkk (2018) menyatakan sebaliknya bahwa kualitas ibadah tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan seseorang.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan dalam beribadah adalah kecerdasan mengatur emosional. Menurut Rahmat Majid, (2019) kecerdasan emosional harus dipertimbangkan dengan serius karena menyangkut

keterjangkauan seseorang pada ibadah yang dilakukan dan sebaliknya juga menentukan tingkat keuntungan yang bisa dicapai dalam kekhushyukan ibadah. ibadah pun menjadi salah satu faktor kepuasan seseorang dimana kecendrungan seseorang memilih layanan yang dengan manfaat yang serupa ialah kemantapan dalam spiritual. ibadah sebagai faktor kepuasan seseorang juga tidak terlepas dari apa yang didapatkan dari jumlah uang yang dikeluarkan contoh missal Ibadah Haji.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang pernah dilakukan oleh Rezki, dkk (2019) yang menyatakan bahwa ibadah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan seseorang. Pernyataan sebaliknya diungkapkan oleh Pujiyanto dan Supartono (2019) yang mengungkapkan bahwa ibadah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan seseorang.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi kepuasan beribadah adalah kualitas ibadahnya khususnya dalam menjalani suatu bentuk peribadahan yang mereka Yakini. Kualitas ibadah merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan seseorang sebelum melakukan suatu ibadah yang diyakininya. Dengan kualitas ibadah yang bagus dan terpercaya, maka ibadah yang dilakukan akan senantiasa tertanam dibenak seseorang yang akan menjalaninya. Selain itu, seseorang juga semakin kritis terhadap apa yang mereka terima dan harapkan dari sebuah ibadah itu sendiri. Jika tidak sesuai dengan harapan dari dia, beribadah akan kehilangan kekhushyukan potensial (Weenas, 2013). Masih menurut Weenas (2013), dapat dipahami bahwa kualitas ibadah merupakan salah satu hal yang dapat mempengaruhi kepuasan seseorang.

2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh perilaku ibadah dalam memahami akuntansi terhadap masa tunggu untuk memperoleh pekerjaan?
2. Bagaimana pengaruh kecerdasan emosional terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan ?
3. Bagaimana pengaruh pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan?

2. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini mengacu pada rumusan masalah yang telah disebutkan diatas, yaitu:

1. Untuk menganalisis dan mengetahui perilaku ibadah dalam memahami akuntansi terhadap masa tunggu untuk memperoleh pekerjaan.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kecerdasan emosional terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan .
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.

3. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian yang dapat diperoleh adalah:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat secara teoritis yaitu melalui sumbangan teori dan analisisnya untuk kepentingan penelitian di masa yang akan datang yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

2. Secara Praktis

Bagi masyarakat bisa melihat sisi positif dalam menjalankan ibadah, dan bagi peneliti diharapkan dapat memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan perkuliahan di Program Studi.

Bagi UIN walisongo Semarang penelitian ini diharapkan dapat menambah koleksi pustaka untuk bahan bacaan dan kajian mahasiswa UIN Walisongo Semarang khususnya dalam manajemen pemasaran jasa.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Ibadah

Secara etimologi pengertian ibadah adalah merendahkan diri atau tunduk. Pengertian ibadah adalah menggambarkan perilaku mendekati diri kepada sang pencipta atau Tuhan. Perilaku dari pengertian ibadah adalah dilakukan secara rutin atau terus-menerus sampai waktu yang tidak ditentukan. Pengertian ibadah adalah tunduk kepada segala perintah dan larangan-Nya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) pengertian ibadah adalah perbuatan untuk menyatakan bakti kepada Allah SWT, yang didasari ketaatan mengerjakan perintah-Nya dan menjauhi larangan-Nya.

Makna dari pengertian ibadah adalah lekat dengan ajaran agama Islam. Dalam Islam, pengertian ibadah adalah terbagi menjadi tiga bagian. Apa saja? Mulai dari ibadah dengan anggota badan, hati, dan diucapkan secara lisan. Pengertian ibadah tersebut sesuai dengan bentuk syahadat yang menyatakan tidak ada Tuhan selain Allah SWT dan Rasulullah Muhammad SAW adalah utusan Allah SWT.

“Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku. Aku tidak menghendaki rizki sedikit pun dari mereka dan Aku tidak menghendaki supaya mereka memberi makan kepada-Ku. Sesungguhnya Allah Dia-lah Maha Pemberi rizki Yang mempunyai kekuatan lagi sangat kokoh.” (QS. Adz-Dzaariyaat: 56-58)

Menurut para ulama fikih, pengertian ibadah merupakan bentuk pekerjaan yang bertujuan untuk mendapatkan ridha Allah SWT dan mendambakan pahala dari-Nya di akhirat. Secara bahasa, ibadah berasal dari kata 'abd yang artinya hamba. Pengertian ibadah dalam Islam bukan semata karena Allah SWT atau Tuhan yang membutuhkan ibadah. Akan tetapi manusia dan jinlah yang sebenarnya membutuhkan ibadah kepada Tuhannya. Mereka yang menolak atau tidak berupaya beribadah memiliki sebutan orang-orang yang sombong. Berikut Liputan6.com ulas tentang pengertian ibadah lebih dalam, Jumat (26/11/2021).

2.1.2 Macam-Macam Ibadah

Dalam syariah Islam, pengertian ibadah yang merupakan ketundukan atau ketaatan seorang hamba secara khusus kepada Allah diklasifikasikan menjadi beberapa macam ibadah.

Di antaranya berdasarkan jenis perbuatan hamba, kualitasnya, keberadaan 'illah di dalamnya, dan berdasarkan ruang lingkupnya serta berdasarkan hukum syariahnya.

a. Berdasarkan Pelaksanaannya

Macam ibadah jasmaniah dan rohaniah (jasmani dan rohani). Contohnya: salat dan puasa.

Macam ibadah rohaniah dan maliyah (rohani dan harta). Contohnya: zakat. Macam ibadah jasmaniah, rohaniah, dan maliyah (jasmani, rohani, dan harta). Contohnya: ibadah haji.

b. Berdasarkan Bentuk dan Sifatnya

Macam ibadah dalam bentuk perkataan/ lisan. Contohnya: zikir, doa, dan baca Al Quran.

Macam ibadah dalam bentuk perbuatan yang tidak ditentukan bentuknya. Contohnya: membantu atau menolong orang lain.

Macam ibadah dalam bentuk pekerjaan yang telah ditentukan bentuknya. Contohnya: sholat, puasa, zakat, ibadah haji.

c. Secara Umum

Konsep ibadah dibagi menjadi dua, yaitu ibadah mahdhah dan ghairu mahdhah atau sering disebut muamalah. Ibadah mahdhah adalah macam ibadah yang telah ditentukan dan menjadi syariat bagi umat Islam. Dalam kata lain, ibadah mahdhah adalah hubungan manusia dengan Tuhan atau hubungan secara vertikal. Ibadah sholat, zakat, uasa, dan haji dinamakan ibadah mahdhah.

Ibadah ghairu mahdhah atau umum atau muamalah, merupakan segala perbuatan yang mendatangkan kebaikan dan dilakukan dengan niat ikhlas karena Allah SWT. Ibadah ini dilakukan antar sesama manusia atau hubungan horizontal. Ibadah ghairu mahdhah contohnya silaturahmi, menjenguk orang sakit, sedekah, mencari ilmu, bekerja, membangun masjid, menolong orang, dan perbuatan baik lainnya.

2.1.3 Tujuan Ibadah dalam Islam

Setelah mengetahui pengertian ibadah dalam Islam, berikutnya terdapat beberapa tujuan yang menyertai perintah ibadah. Dalam hal ini, Allah memerintahkan semua hambanya untuk beribadah bukan tanpa alasan. Terdapat tujuan tersendiri di balik perintah untuk beribadah kepada Allah. Tujuan ibadah pada akhirnya akan memberikan manfaat kebaikan bagi siapa saja yang melaksanakannya. Berikut beberapa tujuan beribadah dalam Islam yang perlu Anda ketahui:

Ibadah dilakukan untuk menciptakan hubungan harmonis antara makhluk dan Sang Penciptanya, yaitu Allah SWT. Ibadah dilakukan sebagai bentuk rasa syukur kepada Allah karena telah menciptakan, memelihara, mengangkat manusia sebagai khalifah di bumi, serta mengizinkan manusia untuk mengambil manfaat yang disediakan oleh alam.

Ibadah dilakukan untuk mengukur sejauh mana kepatuhan para makhluk ciptaan Allah dalam melaksanakan perintah-Nya. Patuh tidaknya seorang hamba dalam melaksanakan perintah Allah akan mempengaruhi nasib mereka di dunia maupun di akhirat untuk kehidupan yang akan datang. Ibadah dapat memberikan rasa aman, damai, dan tenang, karena Allah dapat mengurus setiap urusan pada hambanya. Ibadah dilakukan untuk menghilangkan rasa takabur karena hanya Allah Yang Maha Besar yang memiliki segala kesempurnaan. Ibadah dilakukan sebagai bentuk ekspresi bahwa manusia hanya makhluk yang lemah dan membutuhkan setiap pertolongan dan kekuatan dari Allah SWT.

1

2.1.4 Prinsip Perilaku Ibadah

Dalam menciptakan suatu model manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa untuk memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu mencukupi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Keenam prinsip tersebut sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Enam prinsip pokok tersebut meliputi: (Tjiptono, 2014)

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kepuasan kualitasnya. Tanpa

¹ <https://www.merdeka.com/jateng/pengertian-ibadah-dan-tujuannya-dalam-islam-perlu-diketahui-kl.html>

adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan. Oleh sebab itu, kepemimpinan yang baik berdampak terhadap peningkatan kualitas.

2. Pendidikan

Pendidikan mengenai kualitas sangat diperlukan, baik oleh manajemen puncak maupun karyawan. Konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas merupakan aspek-aspek yang harus diperhatikan dalam pendidikan.

3. Perencanaan

Perencanaan sangat diperlukan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4. Review

Proses review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain. Komunikasi yang baik dan lancar harus selalu dilakukan, baik terhadap pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan.

6. Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.2 Kecerdasan Emosional

2.2.1 Pengertian

Beberapa tokoh mengemukakan tentang teori kecerdasan emosional antara lain, Mayer & Salovey dan Daniel Goleman. Salovey dan Mayer mendefinisikan kecerdasan emosional atau yang sering disebut EQ sebagai, “himpunan bagian dari kecerdasan sosial yang melibatkan kemampuan memantau perasaan sosial yang melibatkan kemampuan pada orang lain, memilah-milah semuanya dan menggunakan informasi ini untuk membimbing pikiran dan tindakan.” Menurut Goleman, kecerdasan emosional adalah kemampuan seseorang mengatur kehidupancemosinya² dengan inteligensi (to manage our emotional life with intelligence); menjaga keselarasan emosi dan pengungkapannya (the appropriateness of emotion and its expression) melalui keterampilan kesadaran diri, pengendalian diri, motivasi diri, empati dan keterampilan sosial.

Daniel Goleman mengatakan bahwa koordinasi suasana hati adalah inti dari hubungan sosial yang baik. Apabila seseorang pandai menyesuaikan diri dengan suasana hati individu yang lain atau dapat berempati, orang tersebut akan memiliki tingkat emosionalitas yang baik dan akan lebih mudah menyesuaikan diri dalam pergaulan sosial serta lingkungannya. Goleman mengemukakan bahwa kecerdasan emosional adalah kemampuan lebih yang dimiliki seseorang dalam memotivasi diri, ketahanan dalam menghadapi kegagalan, mengendalikan emosi dan menunda kepuasan, serta mengatur keadaan jiwa. Dengan kecerdasan emosional tersebut seseorang dapat menempatkan emosinya pada porsi yang tepat, memilah kepuasan dan mengatur suasana hati. Daniel Goleman (Emotional Intelligence) menyebutkan bahwa kecerdasan emosi jauh lebih berperan ketimbang IQ atau keahlian dalam menentukan siapa yang akan jadi bintang dalam suatu pekerjaan.

3

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kecerdasan Emosi

a. Faktor Internal.

Faktor internal adalah apa yang ada dalam diri individu yang mempengaruhi kecerdasan emosinya. Faktor internal ini memiliki dua sumber yaitu segi jasmani dan segi psikologis. Segi jasmani adalah faktor fisik dan kesehatan individu, apabila fisik dan kesehatan seseorang dapat

² <https://psikologi.uma.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/KECERDASAN-EMOSI.pdf>

³ <https://psikologi.uma.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/KECERDASAN-EMOSI.pdf>

terganggu dapat dimungkinkan mempengaruhi proses kecerdasan emosinya. Segi psikologis mencakup didalamnya pengalaman, perasaan, kemampuan berfikir dan motivasi.

b. Faktor Eksternal.

Faktor eksternal adalah stimulus dan lingkungan dimana kecerdasan emosi berlangsung. Faktor eksternal meliputi:

- 1) Stimulus itu sendiri, kejenuhan stimulus merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keberhasilan seseorang dalam memperlakukan kecerdasan emosi tanpa distorsi
- 2) Lingkungan atau situasi khususnya yang melatarbelakangi proses kecerdasan emosi. Objek lingkungan yang melatarbelakangi merupakan kebulatan yang sangat sulit dipisahkan.

2.2.3 Aspek – aspek Kecerdasan Emosional

Goleman menggambarkan kecerdasan emosi dalam 5 aspek kemampuan utama, yaitu :

a. Mengenali emosi diri

Mengenali emosi diri sendiri merupakan suatu kemampuan untuk mengenali perasaan sewaktu perasaan itu terjadi. Kemampuan ini merupakan dasar dari kecerdasan emosional, para ahli psikologi menyebutkan kesadaran diri sebagai metamood, yakni kesadaran seseorang akan emosinya sendiri. Menurut Mayer (Goleman, 2000) kesadaran diri adalah waspada terhadap suasana hati maupun pikiran tentang suasana hati, bila kurang waspada maka individu menjadi mudah larut dalam aliran emosi dan dikuasai oleh emosi. Kesadaran diri memang belum menjamin penguasaan emosi, namun merupakan salah satu prasyarat penting untuk mengendalikan emosi sehingga individu mudah menguasai emosi.

b. Mengelola emosi

Mengelola emosi merupakan kemampuan individu dalam menangani perasaan agar dapat terungkap dengan tepat atau selaras, sehingga tercapai keseimbangan dalam diri individu. Menjaga agar emosi yang merisaukan tetap terkendali merupakan kunci menuju kesejahteraan emosi. Emosi berlebihan, yang meningkat dengan intensitas terlampaui lama akan mengoyak kestabilan kita (Goleman, 2009). Kemampuan ini mencakup kemampuan untuk menghibur diri sendiri, melepaskan kecemasan, kemurungan atau ketersinggungan dan akibat-akibat yang

ditimbulkannya serta kemampuan untuk bangkit dari perasaan-perasaan yang menekan.

c. Memotivasi diri sendiri

Prestasi harus dilalui dengan dimilikinya motivasi dalam diri individu, yang berarti memiliki ketekunan untuk menahan diri terhadap kepuasan dan mengendalikan dorongan hati, serta mempunyai perasaan motivasi yang positif, yaitu antusiasisme, gairah, optimis dan keyakinan diri.

d. Mengenali emosi orang lain

Kemampuan untuk mengenali emosi orang lain disebut juga empati. Menurut Goleman (2009) kemampuan seseorang untuk mengenali orang lain atau peduli, menunjukkan kemampuan empati seseorang. Individu yang memiliki kemampuan empati lebih mampu menangkap sinyal-sinyal sosial yang tersembunyi yang mengisyaratkan apa-apa yang dibutuhkan orang lain sehingga ia lebih mampu menerima sudut pandang orang lain, peka terhadap perasaan orang lain dan lebih mampu untuk mendengarkan orang lain. Rosenthal (dalam Goleman, 2009) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa orang-orang yang mampu membaca perasaan dan isyarat non verbal lebih mampu menyesuaikan diri secara emosional, lebih populer, lebih mudah bergaul, dan lebih peka. Nowicki (dalam Goleman, 2009), ahli psikologi menjelaskan bahwa anak-anak yang tidak mampu membaca atau mengungkapkan emosi dengan baik akan terus menerus merasa frustrasi. Seseorang yang mampu membaca emosi orang lain juga memiliki kesadaran diri yang tinggi. Semakin mampu terbuka pada emosinya sendiri, mampu mengenal dan mengakui emosinya sendiri, maka orang tersebut mempunyai kemampuan untuk membaca perasaan orang lain.

e. Membina hubungan

Kemampuan dalam membina hubungan merupakan suatu keterampilan yang menunjang popularitas, kepemimpinan dan keberhasilan antar pribadi (Goleman 2009). Keterampilan dalam berkomunikasi merupakan kemampuan dasar dalam keberhasilan membina hubungan. Individu sulit untuk mendapatkan apa yang diinginkannya dan sulit juga memahami keinginan serta kemauan orang lain. Orang-orang yang hebat dalam keterampilan membina hubungan ini akan sukses dalam bidang apapun. Orang berhasil dalam pergaulan karena mampu berkomunikasi dengan lancar pada orang lain. Orang-orang ini populer dalam lingkungannya dan

menjadi teman yang menyenangkan karena kemampuannya berkomunikasi (Goleman, 2009). Ramah tamah, baik hati, hormat dan disukai orang lain dapat dijadikan petunjuk positif bagaimana siswa mampu membina hubungan dengan orang lain. Sejuahmana kepribadian siswa berkembang dilihat dari banyaknya hubungan interpersonal yang dilakukan

2.3 Akuntansi

2.3.1 Pengertian Akuntansi

Akuntansi secara luas dikenal sebagai “bahasa bisnis”. Ada banyak kutipan tentang kekuatan dan pentingnya akuntansi dalam kehidupan sehari-hari, seperti “Pena lebih kuat dari pedang, tetapi bukan pemegang buku” oleh Jonathan Grancy.

Beberapa orang menganggap ilmu akuntansi merupakan suatu hal yang berkaitan dengan sistem hitung-menghitung, namun faktanya akuntansi atau accounting adalah sebuah proses pekerjaan yang tidak sederhana. Ilmu ini memiliki cukup banyak digunakan dalam penerapan sehari-harinya, terutama terkait pada kegiatan kegiatan bisnis.

Akuntansi yang benar dan tepat memungkinkan manajemen perusahaan menjadi lebih memahami keuangan bisnisnya. Hal ini diperuntukkan agar mereka dapat merencanakan pengeluaran masa depan secara strategis untuk memaksimalkan keuntungan.

Hal yang termasuk di dalam akuntansi sendiri seperti membuat laporan keuangan, jurnal penyesuaian, jurnal khusus, dan masih banyak lagi yang dibahas secara mendalam pada buku Pengantar Akuntansi Dari Teori Ke Praktik.

2.3.2 Tujuan Akuntansi

Pada dasarnya tujuan akuntansi adalah untuk melakukan pencatatan, mengumpulkan serta melaporkan informasi terkait keuangan, posisi keuangan, dan arus kas dalam sebuah bisnis. Pembahasan lebih mendalam mengenai berbagai jenis perusahaan, siapa saja para pengguna informasi akuntansi, profesi akuntansi, asumsi dasar beserta hal terkait lainnya dapat ditemukan pada buku Pengantar Akuntansi dibawah ini.

Tujuan Akuntansi secara Umum

1. Memberikan informasi perihal keuangan, khususnya itu aktiva maupun pasiva perusahaan.
2. Menyiapkan sekumpulan informasi mengenai perubahan pada berbagai sumber ekonomi (netto) perusahaan.⁴

⁴ <https://www.gramedia.com/literasi/akuntansi/>

3. Memaparkan sebuah informasi perihal perubahan pada berbagai sumber ekonomi perusahaan, aset, hutang, serta modal.
4. Menyajikan beberapa informasi lainnya terkait laporan keuangan untuk membantu pengguna laporan tersebut.
5. Menjelaskan informasi keuangan perusahaan, diharapkan dapat membantu pada pembuatan potensi keuntungan perusahaan.⁵

Tujuan Akuntansi secara Khusus

Khususnya tujuan akuntansi yaitu untuk menyediakan informasi dalam bentuk laporan yang berisi posisi keuangan, hasil usaha, dan perubahan posisi keuangan lainnya sesuai Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) atau Generally Accepted Accounting Principles (GAAP). Terdapat beberapa elemen laporan keuangan yang harus dipahami untuk dapat menyelenggarakan teknis akuntansi perusahaan dengan baik, pelajari semuanya pada buku Pengantar Akuntansi Edisi Kedua.

Tujuan Akuntansi secara Kualitatif

1. Memberikan informasi yang relevan.
2. Informasi yang disampaikan sesuai dengan Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU) dan dapat diperbandingkan. Menyampaikan informasi yang telah teruji kebenaran dan validitasnya.
3. Menyajikan informasi yang disampaikan dapat dimengerti oleh pihak-pihak yang berkepentingan.
4. Memberikan laporan keuangan untuk kepentingan pihak yang terkait dengan aktivitas perusahaan.
5. Menyajikan informasi transaksi yang real time dan secepat mungkin.

2.3.3 Fungsi Akuntansi dalam Bisnis

1. Membantu anda merencanakan pertumbuhan
2. Untuk mengamankan pinjaman
3. Untuk mendapatkan investor atau menjual bisnis anda
4. Membantu saat mendapatkan bayaran

2.3.4 Manfaat Akuntansi

1. Sebagai Informasi Keuangan kepada Pihak yang Membutuhkan
2. Sebagai Bahan Evaluasi Keuangan
3. Sebagai Bukti Keuangan yang Dapat Dipertanggungjawabkan
4. Membantu Pencatatan Ekonomi Keluarg

⁵ <https://www.gramedia.com/literasi/akuntansi/>

2.4 Penelitian Terdahulu

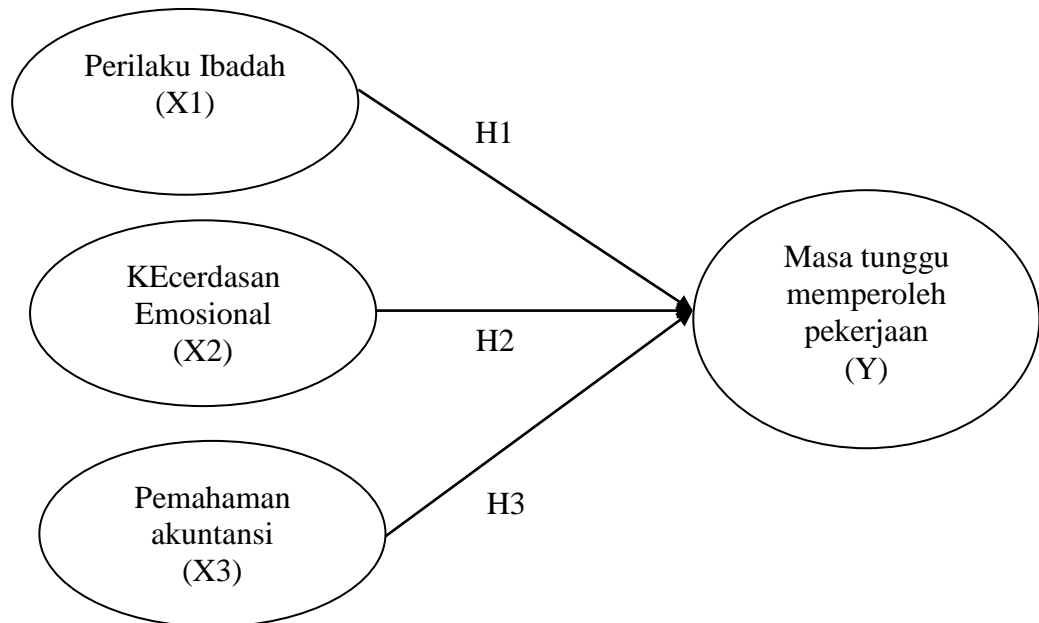
Berikut ini adalah tabel ringkasan hasil penelitian terdahulu:

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ferdinata Ardiansyah (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Sektor Jasa Rental Mobil di Sidoarjo dan Surabaya	<i>Path analysis</i>	Hasil penelitian menyatakan bahwa kepuasan layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
2	Ardida Ponty Basowa dan Joko Setiawan (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Transportasi Umum Bus Trans Batam)	Analisis Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Fasilitas secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Konsumen bus Trans Batam.
3	Henilia Yulita dan Brendi Wijaya (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Publik terhadap Kepuasan Konsumen	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan personil, kenyamanan, bukti fisik dan keandalan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen KRL Commuter Line secara parsial maupun simultan.
4	Dhita Tresiya, Djunaidi, dan Heri Subagyo (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri	Analisis regresi berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pengguna jasa ojek online Go-Jek di Kota Kediri. Sedangkan, kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				konsumen pengguna jasa ojek online Go-Jek di Kota
5	Mas Intan Purba & Kristi Endah Ndilosa Ginting (2018)	Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan	Analisis regresi berganda	Hasil penelitian harga, pelayanan dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen transportasi online di kota Medan
6	Nurliflillah Rizki Kudus, Nasrul, dan Juharsah (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car di Kota Kendari	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga secara bersama-sama dan parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.
7	Muhammad Rezki (2019)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek	Path analysis	Hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kualitas layanan dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan jasa transportasi ojek online Grab di Pontianak.
8	Kharis Pujiyanto dan Supartono (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Angga Rent Car	Analisis regresi linear berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa rental Angga Rent Car.
9	Diapinsa Gema Zakaria (2017)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	Analisis regresi linear berganda	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel-variabel yang digunakan dalam model penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga masing-masing

No	Nama Peneliti	Judul	Metode Analisis	Hasil Penelitian
				mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya
10	Kasino (2018)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mitra Tour & Travel Sidoarjo	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penetapan harga terhadap kepuasan pelanggan PT. Mitra Tour & Travel Sidoarjo.
11	Purnomo Edwin Setyo (2017)	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “ <i>Best Autoworks</i> ”	Analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) berpengaruh secara parsial namun harga (X2) tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen “ <i>Best Autoworks</i> ”.
12	Tuty Mutiah (2017)	Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental <i>Broadcasting Equipment</i> dan <i>Shooting Location</i>	Analisa regresi linier berganda	Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa. sedangkan, kualitas produk mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa

2.5 Kerangka Berpikir



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Penelitian

2.6 Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah, tujuan penelitian dan landasan teori, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 : Perilaku ibadah berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.
- H2 : kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.
- H3 : pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Variabel Bebas/Independen

Menurut Sugiyono (2012) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Adapun variabel bebas/ independen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Perilaku ibadah (X1)
2. Kecerdasan emosional (X2)
3. Pemahaman akuntansi (X3)

2. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2012). Adapun variabel dependen/terikat dalam penelitian ini adalah masa tunggu memperoleh pekerjaan (Y).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari subjek penelitian, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang akan diteliti oleh seorang peneliti. Misalnya 1000 orang dikatakan sebagai populasi karena terkait dalam suatu penelitian. Kemudian pada pendapat lain mengatakan bahwa secara harfiah pengertian populasi adalah seluruh variabel yang terkait dengan topik pada penelitian.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik mirip dengan populasi itu sendiri. Sampel disebut juga contoh. Nilai hitungan yang diperoleh dari sampel inilah yang disebut dengan statistik.

Dengan kata lain Populasi dan Sampel merupakan dua hal yang saling terkait dan tidak terpisahkan. Melalui sampel ini seseorang dapat mengetahui karakter dari sejumlah subjek pada satu tempat tertentu.⁶

Misalnya ketika ingin meneliti karakter 100 orang dalam belajar, maka peneliti cukup mengambil sejumlah sampel dari 100 orang tadi untuk diteliti. Sehingga melalui sampel yang diambil akan diketahui karakter dari 100 orang tersebut.

⁶ <https://raharja.ac.id/2020/11/04/apa-itu-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>

Sampel merupakan sebagai bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu yang dapat mewakili populasinya. Sampel digunakan jika populasi yang di teliti besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari seluruh populasi. Kendala tersebut dapat terjadi karena adanya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang di miliki peneliti. Sampel yang akan digunakan dari populasi haruslah benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti.

Rumus pengambilan sampel untuk populasi yang sudah diketahui jumlahnya dapat menggunakan rumus Slovin (Priyono, 2016), yaitu:

Keterangan:

n : Jumlah sampel.

N : Jumlah populasi.

E : Nilai kritis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).

Contoh:

Populasi dalam suatu penelitian adalah keluarga yang memiliki kartu Sehat di wilayah kerja puskesmas Baktijaya Depok yang berjumlah 1.087 keluarga. Dengan menggunakan rumus Slovin dengan nilai kritis sebesar 10%, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 91,57. Karena jumlah keluarga merupakan variabel diskret, maka 91,57 dibulatkan menjadi 92 keluarga.

Rumus di atas digunakan jika jumlah populasi sudah diketahui. Apabila jumlah populasi tidak diketahui maka dapat digunakan rumus di bawah ini (Handayani, 2020):

Keterangan:

Z : Z tabel dengan tingkat signifikansi tertentu.

P : Proporsi populasi yang diharapkan memiliki karakteristik tertentu.

Q : Proporsi populasi yang diharapkan tidak memiliki karakteristik tertentu.

d : Tingkat kesalahan yang dapat ditolerir.

Contoh:

Dari studi peninjauan terhadap 100 konsumen diketahui bahwa 50% berkeinginan membeli sampo dengan kemasan baru, perusahaan ingin

meneliti dengan jumlah yang lebih besar untuk memprediksi potensi konsumen. Jika menggunakan tingkat signifikansi 5% dan tingkat kesalahan 5% maka ukuran sampel yang dibutuhkan adalah:

$$n = (2,58)^2 \{ (50 \times 50) / 5^2$$

$$n = 1.849,15 = 1.850$$

3.3 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Data ini diambil dengan angket atau kuesioner yang dibagikan kepada responden. Adapun yang termasuk dalam data primer adalah tanggapan responden terhadap variabel penelitian.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah jenis data dalam penelitian berdasarkan cara memperolehnya, yang artinya sumber data penelitian yang diperoleh dan dikumpulkan peneliti secara tidak langsung melainkan dengan pihak lain.

Data sekunder dalam penelitian ini adalah berupa jurnal-jurnal, artikel terkait dengan penelitian.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini antara lain:

1. Kuesioner

Angket atau kuesioner adalah teknik pengumpulan data melalui formulirformulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Mardalis, 2010). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) skor 5

S (Setuju) skor 4

KS (Kurang Setuju) skor 3

TS (Tidak Setuju) skor 2

STS (Sangat Tidak Setuju) skor 1

2. Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka ke perpustakaan dan pengumpulan buku- buku, bahan-bahan tertulis serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

3.5 Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kelayakan instrumen atau indikator sebagai alat ukur variabel.

a. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi, validitas adalah mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas dapat diketahui dengan melihat r hitung, apabila r hitung sig. $< 0,05 =$ valid dan r hitung sig. $> 0,05 =$ tidak valid (Ghozali, 2011).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jawaban responden terhadap pertanyaan ini dikatakan reliabel jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau jawaban tidak boleh acak oleh karena masing-

masing pertanyaan hendak mengukur hal yang sama. Jika jawaban terhadap indikator ini acak, maka dapat dikatakan bahwa tidak reliabel (Ghozali, 2011). Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Ghozali, 2011). Hasil Alpha Cronbach $> 0,70$ = reliabel dan Hasil Alpha Cronbach $< 0,70$ = tidak reliabel.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2011). Metode regresi berganda ini dikembangkan untuk mengestimasi nilai variabel dependen (Y) dengan menggunakan lebih dari satu variabel independen (X). Rumus analisis (Ghozali, 2016:97)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan

Y : Kepuasan konsumen

a : Konstanta

b1, b2, b3: Koefisien Regresi

X1 : Perilaku ibadah

X2 : Kecerdasan emosional

X3 : Pemahaman akuntansi

e : error

3. *Goodness of Fit* (Uji Model)

Ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *goodness of fit*nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi dan nilai statistik F. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila nilai statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima (Ghozali, 2011). Untuk mengetahui fungsi regresi tersebut telah memenuhi unsur *goodness of fit*, maka dapat dilihat dari koefisien determinasi dan Uji – F

a. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (kualitas produk, harga dan kualitas produk kendaraan) dalam menerangkan variasi variabel dependen (kepuasan konsumen). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011).

Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai Adjusted R^2 (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai Adjusted R^2 dapat naik

atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2011).

$$R = r^2 \times 100\%$$

Koefisien determinasi (R) dihitung dari kuadrat korelasi (r^2) kemudian dikalikan 100%. Sehingga hasilnya dapat diketahui berapa persentase pengaruh kualitas pelayanan (X1), harga (X2) dan kualitas produk kendaraan (X3) yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).

b. Uji – F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Hipotesis satu (H_a) tidak semua parameter secara simultan sama dengan nol. Artinya, semua variabel independen secara simultan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam penelitian ini menunjukkan apakah variabel independen yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan, harga dan kualitas produk untuk menjelaskan variabel dependennya, yaitu kepuasan karyawan Hipotesis akan diuji dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (Ghozali, 2011).

- 1) Jika nilai sig. < 0,05 maka model diterima
- 2) Jika nilai sig. > 0,05 maka model ditolak

4. Pengujian Hipotesis

Uji parsial (uji t) pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : $\beta_1 \leq 0$ (artinya variabel bebas tidak berpengaruh positif terhadap variabel terikat).

Ha : $\beta_1 > 0$ (artinya variabel bebas berpengaruh positif terhadap variabel terikat).

7

Derajat kepercayaan yang digunakan untuk pengujian hipotesis adalah sebesar 5% ($\alpha = 0,05$) dan ditentukan sebagai berikut:

- a) Jika $p\text{-value} \leq 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya, variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- b) Jika $p\text{-value} \geq 0,05$ maka Ho diterima dan Ha ditolak artinya, variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

⁷ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta. Th, 2012

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet Th. 2016

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Responden

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh perilaku ibadah, kecerdasan emosional, pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, sehingga responden penelitian ini diambil dari para pencari kerja yang masih menunggu mendapatkan pekerjaan. Dalam mendapatkan jawaban dari responden penelitian maka dilakukan penyebaran sebanyak 88 kuesioner kepada para pencari kerja yang masih menunggu mendapatkan pekerjaan sampai penelitian ini dilakukan. Agar bisa mendapatkan gambaran umum responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dan umur,.

1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner maka didapat jumlah responden laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	38	43,2%
2	Perempuan	50	56,8%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa karakteristik jenis kelamin responden yaitu dari 88 responden, 50 orang (56,8%) adalah perempuan, sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang (43,2%).

2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

Dari hasil penyebaran kuesioner maka didapat jumlah responden berdasarkan umur sebagai berikut:

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	≤ 20 tahun	5	5,7%
2	21 – 25 tahun	33	37,5%
3	26 – 30 tahun	22	25%
4	31 – 35 tahun	20	22,7%
5	≥ 36 tahun	8	9,1%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa rentang umur responden yaitu dari 88 responden, 33 orang (37,5%) berumur 21 - 25 tahun, 22 orang (25%) adalah berumur 26 - 30 tahun, 20 orang (22,7%) adalah berumur 31 - 35 tahun, 8 orang (9,1%) berumur ≥ 36 tahun, dan 5 orang (5,7%) berumur ≤ 20 tahun.

4.2 Analisa Deskripsi Variabel

Deskripsi variabel adalah gambaran mengenai derajat persepsi responden atas variabel yang diteliti, sebuah angka indeks dapat dikembangkan (Ferdinand, 2014). Dalam hal ini dikemukakan mengenai deskripsi jawaban responden terhadap variabel-variabel yang diteliti, sehingga akan dapat diketahui intensitas kondisi masing-masing variabel didasarkan pada nilai skor rata-rata (indeks) yang dikategorikan dalam rentang skor sebagai berikut:

1. Kategori sangat setuju diberi skor 5
2. Kategori setuju diberi skor 4
3. Kategori netral diberi skor 3
4. Kategori tidak setuju diberi skor 2
5. Kategori sangat tidak setuju diberi skor 1

Skala ordinal tersebut dijabarkan ke dalam rentang skala (RS) yaitu sebagai berikut:

$$RS = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}}$$

$$RS = \frac{5 - 1}{5}$$

Standar untuk 5 kategori kelas adalah sebagai berikut:

- 1,00 – 1,80 = sangat rendah
 1,81 – 2,60 = rendah
 2,61 – 3,40 = sedang
 3,41 – 4,20 = tinggi
 4,21 – 5,00 = sangat tinggi

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Perilaku ibadah (X1)

No.	Indikator	Frekuensi	Skor					Jumlah	Rata-rata	Kategori
		Skor	STS	TS	N	S	SS			
1	X _{1.1}	Frekuensi	2	7	17	46	16	88	3,76	Tinggi

No.	Indikator	Frekuensi	Skor					Jumlah	Rata-rata	Kategori
		Skor	STS	TS	N	S	SS			
		F x S								
2	X _{1.2}	Frekuensi	4	10	14	41	19	88	3,69	Tinggi
		F x S	4	20	42	164	95	325		
3	X _{1.3}	Frekuensi	2	11	14	38	23	88	378	Tinggi
		F x S	2	22	42	152	115	333		
4	X _{1.4}	Frekuensi	3	6	17	38	24	88	3,84	Tinggi
		F x S	3	12	51	152	120	338		
5	X _{1.5}	Frekuensi	4	9	15	40	20	88	3,72	Tinggi
		F x S	4	18	45	160	100	327		
6	X _{1.6}	Frekuensi	2	8	17	43	18	88	3,76	Tinggi
		F x S	2	16	51	172	90	331		
7	X _{1.7}	Frekuensi	2	3	21	51	11	88	3,75	Tinggi
		F x S	2	6	63	204	55	330		
8	X _{1.8}	Frekuensi	2	5	22	43	16	88	3,75	Tinggi
		F x S	2	10	66	172	80	330		
9	X _{1.9}	Frekuensi	2	6	16	46	18	88	3,82	Tinggi
		F x S	2	12	48	184	90	336		
10	X _{1.10}	Frekuensi	4	6	14	40	24	88	3,84	Tinggi
		F x S	4	12	42	160	120	338		
Rata-rata								3,77	Tinggi	

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang penting kualitas pelayanan sebagai faktor yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen/persewaan Ambulance di PMI Kota Semarang. Hal ini terbukti dari tanggapan responden akan variabel pelatihan menunjukkan nilai yang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3,77. Artinya bahwa perilaku ibadah dapat meningkatkan kecerdasan emosional dalam masa tunggu mereka bekerja.

2. Variabel Kecerdasan Emosional (X2)

Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel Kecerdasan emosional adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kecerdasan Emosional (X2)

No.	Indikator	Frekuensi	Skor					Jumlah	Rata-rata	Kategori
		Skor	STS	TS	N	S	SS			
1	X _{2.1}	Frekuensi	2	6	10	40	30	88	4,02	Tinggi
		F x S	2	12	30	160	150	354		
2	X _{2.2}	Frekuensi	2	8	13	40	25	88	3,89	Tinggi
		F x S	2	16	39	160	125	342		
3	X _{2.3}	Frekuensi	2	1	21	41	23	88	3,93	Tinggi
		F x S	2	2	63	164	115	346		
4	X _{2.4}	Frekuensi	3	5	12	38	30	88	3,99	Tinggi
		F x S	3	10	36	152	150	351		
Rata-rata								3,96	Tinggi	

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang penting kecerdasan emosional sebagai faktor yang dapat meningkatkan untuk memperoleh pekerjaan. Hal ini terbukti dari tanggapan responden akan variabel harga menunjukkan nilai yang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3,96. Artinya bahwa kecerdasan emosional dapat meningkatkan kesabaran dalam menunggu untuk memperoleh pekerjaan.

3. Variabel Pemahaman Akuntansi (X3)

Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel kualitas Pemahaman akuntansi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Pemahaman Akuntansi (X3)

No.	Indikator	Frekuensi	Skor					Jumlah	Rata-rata	Kategori
		Skor	STS	TS	N	S	SS			
1	X _{3.1}	Frekuensi	3	6	12	35	32	88	3,99	Tinggi
		F x S	3	12	36	140	160	351		
2	X _{3.2}	Frekuensi	2	8	13	38	27	88	3,91	Tinggi
		F x S	2	16	39	152	135	344		
3	X _{3.3}	Frekuensi	2	6	10	38	32	88	4,05	Tinggi
		F x S	2	12	30	152	160	356		
4	X _{3.4}	Frekuensi	3	6	18	37	24	88	3,83	Tinggi
		F x S	3	12	54	148	120	337		
5	X _{3.5}	Frekuensi	2	10	15	37	24	88	3,81	Tinggi
		F x S	2	20	45	148	120	335		
Rata-rata								3,92	Tinggi	

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang penting tentang pemahaman akuntansi. Hal ini terbukti dari tanggapan responden akan variabel pemahaman akuntansi menunjukkan nilai yang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3,92. Artinya bahwa pemahaman akuntansi dapat meningkatkan pengetahuan dalam menunggu pekerjaan.

4. Variabel Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan (Y)

Tanggapan responden terhadap masing-masing pernyataan dalam variabel masa tunggu memperoleh pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Variabel Masa Tunggu memperoleh Pekerjaan (Y)

No.	Indikator	Frekuensi	Skor					Jumlah	Rata-rata	Kategori
		Skor	STS	TS	N	S	SS			
1	Y ₁	Frekuensi	3	5	11	43	26	88	3,95	Tinggi
		F x S	3	10	33	172	130	348		
2	Y ₂	Frekuensi	2	7	17	32	30	88	3,92	Tinggi
		F x S	2	14	51	128	150	345		
3	Y ₃	Frekuensi	2	6	6	39	35	88	4,13	Tinggi
		F x S	2	12	18	156	175	363		
4	Y ₄	Frekuensi	2	6	15	42	23	88	3,89	Tinggi
		F x S	2	12	45	168	115	342		
Rata-rata								3,90	Tinggi	

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden memandang pentingnya masa tunggu memperoleh pekerjaan. Hal ini terbukti dari tanggapan responden akan variabel masa tunggu memperoleh pekerjaan menunjukkan nilai yang tinggi dengan skor rata-rata sebesar 3,90. Artinya bahwa masa tunggu memperoleh pekerjaan memiliki kepuasan yang tinggi.

4.3 Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan butir pertanyaan masing-masing variabel. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono 2011). Uji validitas dapat diketahui dengan melihat nilai signifikansi

pada tabel *correlation*, apabila nilai sig < 0,05 = valid dan nilai sig. > 0,05 = tidak valid (Ghozali, 2011).

1. Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Hasil uji validitas pada variabel kualitas pelayanan dapat di lihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.

Tabel 4.7
Pengujian Validitas Variabel Perilaku Ibadah

Variabel	No. Butir	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan
Perilaku ibadah (X1)	X _{1.1}	0,000	< 0,05	Valid
	X _{1.2}	0,000		Valid
	X _{1.3}	0,000		Valid
	X _{1.4}	0,000		Valid
	X _{1.5}	0,000		Valid
	X _{1.6}	0,000		Valid
	X _{1.7}	0,000		Valid
	X _{1.8}	0,000		Valid
	X _{1.9}	0,000		Valid
	X _{1.10}	0,000		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas diketahui bahwa pada tiap butir pernyataan variabel perilaku ibadah dalam kuesioner memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Validitas Variabel Kecerdasan emosional

Hasil uji validitas pada variabel harga dapat di lihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.

Tabel 4.8
Pengujian Validitas Variabel Kecerdasan Emosional

Variabel	No. Butir	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan
Kecerdasan emosional (X2)	X _{2.1}	0,000	< 0,05	Valid
	X _{2.2}	0,000		Valid
	X _{2.3}	0,000		Valid
	X _{2.4}	0,000		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas diketahui bahwa pada tiap butir pernyataan variabel Kecerdasan emosional dalam kuesioner memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

3. Validitas Variabel Pemahaman Akuntansi

Hasil uji validitas pada variabel PEMahaman akuntansi dapat di lihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.

Tabel 4.9
Pengujian Validitas Variabel Pemahaman Akuntansi

Variabel	No. Butir	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan
Pemahaman akuntansi (X3)	X _{3.1}	0,000	< 0,05	Valid
	X _{3.2}	0,000		Valid
	X _{3.3}	0,000		Valid
	X _{3.4}	0,000		Valid
	X _{3.5}	0,000		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas diketahui bahwa pada tiap butir pernyataan variabel pemahaman akuntansi dalam kuesioner memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

4. Validitas Variabel Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Hasil uji validitas pada variabel kepuasan persewaan dapat di lihat pada tabel di bawah ini sebagai berikut.

Tabel 4.10
Pengujian Validitas Variabel Masa tunggu Memperoleh Pekerjaan

Variabel	No. Butir	Nilai Sig	Kriteria	Keterangan
Kepuasan penyewaan (Y)	Y _{.1}	0,000	< 0,05	Valid
	Y _{.2}	0,000		Valid
	Y _{.3}	0,000		Valid
	Y _{.4}	0,000		Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel hasil uji validitas diketahui bahwa pada tiap butir pernyataan variabel Masa tunggu memperoleh pekerjaan dalam kuesioner memiliki nilai signifikan kurang dari 0,05 sehingga disimpulkan bahwa item pernyataan dalam kuesioner valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk (Ghozali, 2011). Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Ghozali, 2011). Hasil Alpha Cronbach $> 0,70$ = reliabel dan Hasil Alpha Cronbach $< 0,70$ = tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbrach Alpha</i>	Batas Interval	Keterangan
Perilaku ibadah (X1)	0,937	0,70	Reliabel
Kecerdasan Emosional (X2)	0,894	0,70	Reliabel
Pemahaman akuntansi (X3)	0,901	0,70	Reliabel
Masa tunggu memperoleh pekerjaan (Y)	0,877	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* semua variabel diatas 0,70, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Perilaku ibadah (X1), kecerdasan emosional (X2), pemahaman akuntansi(X3), dan masa tunggu memperoleh pekerjaan (Y) adalah reliabel atau dapat dipercaya (handal) untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

4.4 Analisis Regrsi Linier Berganda

Tehnik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh perilaku ibadah, kecerdasan emosional, pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan. Berdasarkan analisis regresi linier berganda dengan dibantu program SPSS dalam proses perhitungannya diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.509	.665		.765	.447
Perilaku ibadah	.145	.039	.338	3.742	.000
Kecerdasan emosional	.317	.090	.317	3.525	.001
Pemahaman akuntansi	.249	.087	.320	2.871	.005

a. Dependent Variable: masa tunggu memperoleh pekerjaan

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Pada tabel diatas, maka persamaan regresi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 0,145X_1 + 0,317X_2 + 0,249X_3$$

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa:

1. Perilaku ibadah memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,145 (bernilai positif), nilai positif koefisien regresi menunjukkan bahwa semakin meningkat ibadah maka kesabaran masa tunggu memperoleh kerja akan tinggi pula.
2. Kecerdasan emosional memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,317 (bernilai positif), nilai positif koefisien regresi menunjukkan bahwa semakin meningkat kecerdasan emosional maka masa tunggu memperoleh pekerjaan akan semakin meningkat pula.
3. Pemahaman akuntansi memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,249 (bernilai positif), nilai positif koefisien regresi menunjukkan bahwa

semakin meningkat pemahaman akuntansi maka masa tunggu memperoleh pekerjaan akan semakin meningkat pula.

5.5 Uji Hipotesis

1. Uji Simultan (Uji F)

Uji model dimaksudkan untuk membuktikan bahwa model yang dikembangkan dalam penelitian adalah model yang layak / *fit*. Karenanya, uji model ini sering disebut sebagai uji F. Uji F digunakan untuk membuktikan pengaruh simultan keseluruhan variabel bebas dalam penelitian terhadap variabel terikat. Kriteria penerimaan hipotesis yaitu apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) maka model regresi berpengaruh signifikan secara simultan. Hasil uji F apada analisis regresi ganda dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	859.506	3	286.502	191.981	.000 ^b
Residual	125.357	84	1.492		
Total	984.864	87			

a. Dependent Variable: masa tunggu memperoleh pekerjaan

b. Predictors: (Constant), perilaku ibadah, kecerdasan emosional, pemahaman akuntansi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Hasil analisis regresi linear berganda diperoleh F hitung sebesar 191,981 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis diterima.

Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara perilaku ibadah, kecerdasan emosional pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.

2. Uji T

Uji t ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh antara perilaku ibadah, kecerdasan emosional, pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.

Tabel 4.14
Hasil Ringkasan Uji Hipotesis

Variabel	Signifkansi	Keterangan
Perilaku ibadah	0,000 < 0,05	Positif signifikan
Kecerdasan emosional	0,001 < 0,05	Positif signifikan
Pemahaman akuntansi	0,005 < 0,05	Positif signifikan

Sumber: data primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas hasil uji t penelitian ini adalah

1. Signifikansi dari variabel perilaku ibadah adalah sebesar 0,000 yang lebih kecil dari syarat signifikansi 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa perilaku ibadah berpengaruh secara signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan perilaku ibadah berpengaruh signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan diterima;
2. Signifikansi dari variabel kecerdasan emosional adalah sebesar 0,001 yang lebih kecil dari syarat signifikansi 0,05. Dengan hasil tersebut

maka dapat dinyatakan bahwa kecerdasan emosional berpengaruh secara signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan harga berpengaruh signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan diterima;

3. Signifikansi dari variabel pemahaman akuntansi adalah sebesar 0,005 yang lebih kecil dari syarat signifikansi 0,05. Dengan hasil tersebut maka dapat dinyatakan bahwa pemahaman akuntansi berpengaruh secara signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dengan demikian maka hipotesis yang menyatakan pemahaman akuntansi berpengaruh signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinan
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.873	.868	1.222

a. Predictors: (Constant), perilaku ibadah, kecerdasan emosional, pemahaman akuntansi

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2021

Berdasarkan hasil pengujian di atas hasilnya yaitu kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dilihat dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,868 atau 86,8%. Sehingga dapat disimpulkan variabel bahwa perilaku ibadah, kecerdasan emosional, dan pemahaman akuntansi secara mampu menjelaskan perubahan masa tunggu memperoleh pekerjaan dengan kontribusi sebesar 86,8%. Sedangkan sisanya 13,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

5.1 Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Berdasarkan tabel uji t hasil penelitian yang diperoleh ternyata perilaku ibadah mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dengan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,145. Dari hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X1 yaitu perilaku ibadah dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama diterima.

Faktor pertama yang mempengaruhi masa tunggu memperoleh pekerjaan adalah perilaku ibadah. Perilaku ibadah berpengaruh terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dimana perilaku ibadah yang baik berakibat lebih besar terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan.

Walaupun perilaku ibadah adalah suatu bentuk yang tidak berwujud, namun ibadah dapat dinilai berdasarkan pengalaman dan penalaran seseorang. Perilaku ibadah dapat memengaruhi masa tunggu memperoleh pekerjaan karena terjadinya interaksi antara seorang hamba dengan Sang Pencipta. Sesuai dengan konsep masa tunggu memperoleh pekerjaan yang dia kehendaki sesuai keinginannya, bahwa masa tunggu memperoleh pekerjaan dapat tercapai bila kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan konsumen. Jadi, baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan, sangatlah memengaruhi masa tunggu memperoleh pekerjaan.

Hal tersebut dibuktikan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Basowa dan Setiawan (2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin meningkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen dan sebaliknya semakin menurun kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin menurun pula kepuasan konsumen. Oleh karena itu organisasi jasa harus terus menerus berupaya meningkatkan kualitas pelayanannya gara kepuasan konsumen tidak menurun.

2. Pengaruh Kecerdasan Emosional Terhadap Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Berdasarkan tabel uji t hasil penelitian yang diperoleh ternyata harga mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan persewaan ambulance, dengan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,317. Dari hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X2 yaitu harga dengan tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua diterima.

Kecerdasan emosional merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk atau jasa oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan perusahaan tetapi tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga suatu produk sangat relatif sifatnya. Perusahaan harus selalu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing, agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin tinggi, maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal.

Hal tersebut dibuktikan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Rezki, dkk (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin

baik menetapkan harga maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Pemahaman Akuntansi Terhadap Masa Tunggu Memperoleh Pekerjaan

Berdasarkan tabel uji t hasil penelitian yang diperoleh ternyata pemahaman akuntansi mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan, dengan menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,249. Dari hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X2 yaitu kecerdasan emosional dengan tingkat signifikansi 0,005. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga diterima.

Di dalam penelitian ini penulis ingin meneliti pemahaman akuntansi terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan. Berfokus kepada pembelajaran akuntansi untuk calon pekerja yang sesuai di bidangnya. Tuntutan terhadap kualitas suatu produk atau jasa sudah menjadi suatu keharusan yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih kepada produk-produk atau jasa pesaing lainnya yang dianggap memiliki kualitas produk yang lebih baik. Konsumen menginginkan produk/jasa yang dipakainya sesuai dengan keinginannya tersebut berkualitas.

Semakin tinggi kualitas suatu produk, maka semakin tinggi kepuasan konsumen yang dirasakan.

Hal tersebut dibuktikan dari penelitian yang pernah dilakukan oleh Kasino (2018) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya semakin baik menetapkan kualitas produk maka akan semakin meningkat pula kepuasan konsumen.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1. Perilaku ibadah berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan. Artinya semakin tinggi kualitas perilaku ibadah yang diberikan maka semakin meningkat pula kesabaran masa tunggu dalam memperoleh pekerjaan yang dicari.**
- 2. Kecerdasan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan. Artinya semakin baik kecerdasan emosional yang ditetapkan maka semakin meningkat pula kebaikan masa tunggu untuk memperoleh pekerjaan yang sesuai kriteria.**
- 3. Pemahaman akuntansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap masa tunggu memperoleh pekerjaan. Artinya semakin baik pemahaman akuntansi yang dipahami maka semakin meningkat pula pemahaman dalam masa tunggu untuk memperoleh pekerjaan yang sudah dicarinya.**

5.2 Keterbatasan Penulis

Pada penelitian ini, peneliti sadar masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Berikut keterbatasan yang peneliti temukan saat melakukan penelitian:

1. Data yang peneliti gunakan adalah data primer berupa kuesioner yang disebarakan secara online sehingga komunikasi antara peneliti dengan responden sangat terbatas.
2. Penelitian ini hanya menggunakan literasi keuangan syariah, ekspektasi return, persepsi risiko, dan modal minimal sebagai variabel independen.
3. Terdapat banyak variabel lain yang mempengaruhi minat berinvestasi yang belum dapat diteliti

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan, maka saran yang dapat penulis berikan sesuai dengan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan kepada pihak yang masih mencari kerja atau menunggu untuk memperoleh pekerjaan bisa bersabar dan juga bisa memberikan perilaku spiritual untuk tetap ikhtiyar sabar dalam mencari pekerjaan.
2. Untuk peneliti selanjutnya hendaklah lebih mengembangkan penelitian mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi variabel perilaku ibadah dan juga kecerdasan emosional serta pemahaman terhadap akuntansi dengan menggunakan analisis data yang berbeda serta menambah jumlah variabel variabel yang lainnya sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir, M. Taufiq. 2012. *Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali.
- Bahar, Arfiani, & Herman, Sjahrudin 2015. *Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli ulang*. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 3 (2), 14-34.
- Bailia, J. F., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado. *Jurnal Emba ISSN 2303-1174*, Volume 2 Nomor 3, 1768-1780.
- Basowa, Ardida Ponty, dan Joko Setiawan, 2019, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Pengguna Transportasi Umum Bus Trans Batam)*, *Jurnal Program Studi Manajemen*, Universitas Putera Batam.
- <https://hot.liputan6.com/read/4721230/pengertian-ibadah-agama-islam-macam-macam-dan-syarat-diterimanya>
- Cannon, Perreault dan Mc Carthy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Daryanto, dan Setyobudi, I. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media.
- Dhita Tresiya, Djunaidi, dan Heri Subagyo, 2018, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kenyamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Jasa Ojek Online Go-Jek di Kota Kediri*, *JIMEK – Volume 1 Nomor 2*.
- Ferdinata Ardiansyah, 2019, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi pada Sektor Jasa Rental Mobil di Sidoarjo dan Surabaya*, *Artikel Ilmiah, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya*.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasino, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mitra Tour & Travel Sidoarjo*, *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, Volume 3, Nomor 1.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke Tigabelas, Terjemahan. Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Alih. Bahasa: Benyamin Molan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong, 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kudus, Nurliflillah Rizki, dkk, 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Grab-Car di Kota Kendari*, Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 12, No. 2, Juli 2020.
- <https://www.gramedia.com/literasi/akuntansi/>
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Mutiah, Tuty, 2017, *Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan PT. Taman Kampung Artis Rental Broadcasting Equipment dan Shooting Location*, Jurnal Komunikasi, Volume VIII Nomor 3.
- Pujianto, Kharis dan Supartono, 2019, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Angga Rent Car*, Jurnal Ilmiah Manajemen Pemasaran, 17 Oktober 2019.
- Purba, Mas Intan, dan Kristi Endah Ndilosa Ginting, 2018, *Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Transportasi Online di Kota Medan*, Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, 5 (1).
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rezki, Muhammad, 2019, *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek*, IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology) Vol.4, No.1.
- Rosvita. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian The Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- <https://psikologi.uma.ac.id/wp-content/uploads/2018/12/KECERDASAN-EMOSI.pdf>
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*, PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6.

- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sunyoto. 2013. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: PT Refika. Aditama Anggota Ikapi.
- Tangkilisan, 2015, *Manajemen Publik*, Jakarta: Gramedia Widia.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Weenas, R.S. 2013, *Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*, Jurnal EMBA, Vol. 1, No. 4, pp. 607-618.
- Yulita, Henilia dan Brendi Wijaya, 2020, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Publik terhadap Kepuasan Konsumen*, Management & Accounting Expose e-ISSN : 2620-9314 Vol. 3, No. 1.
- Zakaria, Diapinsa Gema, 2017, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*, Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

<https://raharja.ac.id/2020/11/04/apa-itu-populasi-dan-sampel-dalam-penelitian/>

<https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>

LAMPIRAN
Lampiran Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

I. Identitas Responden

NAMA :
JENIS KELAMIN :
UMUR ;

II. PEDOMAN PENGISIAN KUESIONER

Berikan tanda centang (√) pada kotak jawaban yang telah tersedia sebagai penilaian bapak/ibu, dengan score sebagai berikut:

SS (Sangat Setuju) skor 5

S (Setuju) skor 4

KS (Kurang Setuju) skor 3

TS (Tidak Setuju) skor 2

STS (Sangat Tidak Setuju) skor 1

III. PERNYATAAN

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	SS
Kualitas pelayanan (X1)						
1	Fasilitas ambulance PMI Semarang telah sesuai dengan yang saya butuhkan					
2	Ketepatan waktu pelayanan dan kenyamanan selama di menggunakan ambulance PMI Semarang					
3	Cepat tanggap dalam mengatasi masalah pada keluhan pengguna layanan ambulance PMI Semarang					
4	Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar kepada pengguna layanan ambulance PMI Semarang					
5	Keramahan petugas dalam memberikan pelayanan selama perjalanan					
6	Kebersihan mobil ambulance PMI Semarang					
7	Keamanan petugas PMI Semarang dalam					

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	SS
	memberikan pelayanan selama perjalanan					
8	Kemudahan informasi untuk menggunakan ambulance PMI Semarang					
9	Petugas berkomunikasi dengan baik dengan pengguna jasa ambulance PMI Semarang					
10	Petugas tidak memandang status sosial dan memperlakukan pengguna dengan hormat dan sopan					
Harga (X2)						
1	Harga yang ditawarkan PMI Semarang untuk menyewa jasa ambulance relatif terjangkau					
2	Harga yang ditawarkan PMI Semarang untuk menyewa jasa ambulance sesuai dengan pelayanan yang diberikan					
3	Harga untuk menyewa jasa ambulance PMI Semarang relatif lebih murah dibandingkan dengan jasa ambulance lainnya					
4	Harga yang ditawarkan PMI Semarang untuk menyewa jasa ambulance sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					
Kualitas Produk Kendaraan (X3)						
1	Mobil ambulance yang diberikan oleh pihak PMI Semarang kepada konsumen adalah mobil yang layak dan nyaman untuk digunakan					
2	Mobil ambulance yang diberikan kepada pengguna dalam keadaan bersih dan wangi					
3	Mobil ambulance PMI Semarang yang dipakai sesuai dengan harga yang ditawarkan					
4	Selama menggunakan jasa, mobil ambulance PMI Semarang dalam keadaan baik dan tidak ada kerusakan yang dirasakan					
5	Kualitas mobil ambulance PMI Semarang dalam keadaan baik					
Kepuasan Persewaan (Y)						
1	Mobil ambulance PMI Semarang yang saya sewa sudah sesuai dengan harapan saya					
2	Jika membutuhkan jasa penyewaan ambulance saya akan menggunakan kembali jasa mobil ambulance PMI atau merekomendasikan ke orang lain yang ada di sekitar saya					
3	Pelayanan yang diberikan petugas PMI Semarang selama saya menyewa ambulance sudah sesuai dengan harapan saya					

No.	Pernyataan	Tanggapan				
		STS	TS	KS	S	SS
4	Fasilitas yang diberikan petugas PMI Semarang saat saya menyewa ambulance sudah sesuai dengan harapan saya					

Lampiran Input Data

No	Jenis Kelamin	Umur	Kualitas Pelayanan (X1)										
			X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
1	Perempuan	36	4	5	3	3	5	5	3	3	3	4	38
2	Laki-laki	35	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32
3	Laki-laki	34	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
4	Laki-laki	25	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	41
5	Laki-laki	23	3	4	3	3	4	4	4	3	3	5	36
6	Perempuan	22	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	35
7	Perempuan	30	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
8	Perempuan	34	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	38
9	Perempuan	27	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	39
10	Perempuan	28	5	3	4	4	3	3	3	3	3	3	34
11	Perempuan	27	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	43
12	Perempuan	24	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	36
13	Laki-laki	25	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	42
14	Perempuan	33	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
15	Perempuan	25	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	42
16	Perempuan	24	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
17	Perempuan	33	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
18	Perempuan	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	Perempuan	26	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
20	Perempuan	25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
21	Perempuan	26	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
22	Perempuan	25	5	4	5	5	3	3	4	3	4	3	39
23	Laki-laki	24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
24	Perempuan	25	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	21
25	Laki-laki	31	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	39
26	Laki-laki	22	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	43
27	Perempuan	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	Perempuan	30	3	4	4	4	3	4	3	3	3	5	36
29	Perempuan	27	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	35
30	Perempuan	28	5	4	4	4	2	2	3	3	4	3	34
31	Perempuan	27	4	2	2	2	2	3	3	3	3	5	29
32	Perempuan	24	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
33	Laki-laki	25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
34	Perempuan	33	4	2	2	2	3	2	3	5	5	4	32
35	Perempuan	35	3	2	4	4	2	5	4	5	5	3	37
36	Perempuan	24	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	22
37	Perempuan	33	2	4	5	5	5	5	4	3	5	4	42
38	Laki-laki	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41

No	Jenis Kelamin	Umur	Kualitas Pelayanan (X1)										X1	
			X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10		
39	Perempuan	36	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
40	Perempuan	25	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	46
41	Perempuan	36	2	4	5	5	4	4	4	3	5	3	3	39
42	Laki-laki	35	2	4	5	5	4	4	5	4	4	2	2	39
43	Perempuan	34	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	38
44	Perempuan	35	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	38
45	Perempuan	33	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	38
46	Perempuan	23	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	34
47	Perempuan	30	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	34
48	Perempuan	24	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	3	38
49	Perempuan	26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	Perempuan	20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
51	Perempuan	32	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	35
52	Laki-laki	19	5	5	5	5	2	4	2	5	4	5	5	42
53	Perempuan	23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
54	Laki-laki	30	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	47
55	Laki-laki	20	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
56	Perempuan	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
57	Laki-laki	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
58	Perempuan	21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
59	Perempuan	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
60	Laki-laki	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	Laki-laki	29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	Perempuan	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
63	Laki-laki	35	4	2	2	1	1	2	4	4	4	2	2	26
64	Laki-laki	32	5	1	5	3	5	5	4	5	5	5	5	43
65	Laki-laki	32	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	38
66	Laki-laki	39	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	34
67	Laki-laki	37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
68	Laki-laki	33	4	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	29
69	Laki-laki	28	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
70	Perempuan	24	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	27
71	Perempuan	28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
72	Laki-laki	28	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	25
73	Perempuan	22	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	44
74	Laki-laki	22	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	42
75	Laki-laki	29	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
76	Laki-laki	24	4	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	40
77	Perempuan	20	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	44

No	Jenis Kelamin	Umur	Kualitas Pelayanan (X1)										
			X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1
78	Laki-laki	23	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
79	Laki-laki	25	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
80	Laki-laki	26	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	43
81	Perempuan	24	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	43
82	Laki-laki	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	Laki-laki	24	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	47
84	Laki-laki	25	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	43
85	Laki-laki	24	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	44
86	Laki-laki	23	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	44
87	Laki-laki	39	2	1	2	3	1	2	2	2	2	1	18
88	Laki-laki	38	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45

Harga (X2)					Kualitas Produk (X3)					Kepuasan Konsumen (Y)					
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
5	3	3	5	16	3	5	5	3	5	21	3	5	5	3	16
3	4	3	3	13	3	3	3	4	3	16	3	3	3	4	13
4	3	4	4	15	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	14
4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17
4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	15
3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	4	3	3	3	13
4	3	4	4	15	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	15
4	4	3	4	15	3	4	4	4	3	18	3	4	4	4	15
4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
3	4	4	3	14	4	3	3	4	3	17	4	3	3	4	14
5	4	5	5	19	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	19
4	3	3	4	14	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	14
5	4	4	5	18	4	5	5	4	4	22	4	5	5	4	18
5	3	5	5	18	5	5	5	3	5	23	5	5	5	3	18
4	5	3	4	16	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	18
4	3	4	4	15	3	4	4	3	4	18	3	4	4	3	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	3	4	4	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	15
3	3	4	3	13	4	3	3	3	4	17	4	3	3	3	13
5	5	4	5	19	4	5	5	5	4	23	4	5	5	5	19
3	3	4	3	13	5	3	3	3	4	18	5	3	3	3	14
2	2	2	2	8	2	2	2	2	4	12	2	2	2	2	8
2	2	3	2	9	2	2	2	2	4	12	2	2	2	2	8

Harga (X2)					Kualitas Produk (X3)						Kepuasan Konsumen (Y)				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
4	2	5	4	15	4	2	4	2	4	16	4	2	4	2	12
5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	4	5	5	19	4	4	5	4	5	22	4	4	5	4	17
4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	15
4	2	3	4	13	4	4	4	2	5	19	4	4	4	2	14
2	2	3	2	9	4	2	2	2	4	14	4	2	2	2	10
5	5	3	5	18	2	2	5	5	2	16	2	2	5	5	14
4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16
4	4	3	4	15	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16
2	4	3	2	11	2	3	2	4	2	13	2	3	2	4	11
5	5	4	5	19	4	2	5	5	2	18	4	2	5	5	16
2	2	3	2	9	2	2	2	2	2	10	2	2	2	2	8
5	4	4	5	18	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	19
4	5	5	4	18	4	5	4	5	4	22	4	5	4	5	18
5	5	4	5	19	3	5	5	5	3	21	3	5	5	5	18
5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17
4	4	5	4	17	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	17
4	4	5	4	17	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	16
4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	4	4	5	18	4	3	5	4	4	20	4	3	5	4	16
5	5	3	5	18	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	14
3	3	4	3	13	4	3	4	3	4	18	4	3	4	3	14
5	5	5	4	19	4	5	5	4	3	21	4	5	5	4	18
4	4	4	4	16	3	3	3	4	3	16	5	5	5	5	20
3	3	3	3	12	3	3	3	3	2	14	3	3	3	3	12
4	4	4	5	17	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	16
2	4	5	4	15	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4
4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
4	4	5	5	18	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	2	3	1	10	1	2	2	1	2	8	1	3	5	5	14

Harga (X2)					Kualitas Produk (X3)						Kepuasan Konsumen (Y)				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16
4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	19	4	4	5	4	17
1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	5	1	1	1	1	4
3	4	4	4	15	4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	16
5	4	4	4	17	3	4	3	4	3	17	4	4	5	3	16
5	4	3	4	16	5	4	4	4	3	20	3	3	4	4	14
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
3	2	4	3	12	4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	15
4	5	4	4	17	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	19
4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	18
4	4	4	3	15	3	4	3	3	4	17	4	3	4	4	15
4	5	5	4	18	5	5	5	4	3	22	5	3	4	4	16
4	5	5	4	18	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	18
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	19
4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	24	4	4	5	4	17
5	4	4	4	17	5	4	4	4	5	22	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	20
4	5	5	5	19	4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	18
5	4	5	5	19	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	19
5	5	4	5	19	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	19
3	3	3	3	12	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	11
5	4	4	5	18	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	20

Lampiran Output Data

A. Deskripsi Responden

Statistics

		jenis kelamin	Umur
N	Valid	88	88
	Missing	0	0

jenis kelamin

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	38	43.2	43.2	43.2
	Perempuan	50	56.8	56.8	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

Umur

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	5	5.7	5.7	5.7
	21 - 25 tahun	33	37.5	37.5	43.2
	26 - 30 tahun	22	25.0	25.0	68.2
	31 - 35 tahun	20	22.7	22.7	90.9
	> 36 tahun	8	9.1	9.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

B. Deskripsi Variabel

X1.1

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
	tidak setuju	7	8.0	8.0	10.2
	kurang setuju	17	19.3	19.3	29.5
	Setuju	46	52.3	52.3	81.8
	sangat setuju	16	18.2	18.2	100.0
Total		88	100.0	100.0	

X1.2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	4	4.5	4.5	4.5
tidak setuju	10	11.4	11.4	15.9
Valid kurang setuju	14	15.9	15.9	31.8
Setuju	41	46.6	46.6	78.4
sangat setuju	19	21.6	21.6	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	11	12.5	12.5	14.8
Valid kurang setuju	14	15.9	15.9	30.7
Setuju	38	43.2	43.2	73.9
sangat setuju	23	26.1	26.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.4

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	6	6.8	6.8	10.2
Valid kurang setuju	17	19.3	19.3	29.5
Setuju	38	43.2	43.2	72.7
sangat setuju	24	27.3	27.3	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.5

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	4	4.5	4.5	4.5
tidak setuju	9	10.2	10.2	14.8
kurang setuju	15	17.0	17.0	31.8

Setuju	40	45.5	45.5	77.3
sangat setuju	20	22.7	22.7	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.6

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	8	9.1	9.1	11.4
Valid kurang setuju	17	19.3	19.3	30.7
Setuju	43	48.9	48.9	79.5
sangat setuju	18	20.5	20.5	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.7

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	3	3.4	3.4	5.7
Valid kurang setuju	21	23.9	23.9	29.5
Setuju	51	58.0	58.0	87.5
sangat setuju	11	12.5	12.5	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.8

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	5	5.7	5.7	8.0
Valid kurang setuju	22	25.0	25.0	33.0
Setuju	43	48.9	48.9	81.8
sangat setuju	16	18.2	18.2	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X1.9

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

	sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
	tidak setuju	6	6.8	6.8	9.1
Valid	kurang setuju	16	18.2	18.2	27.3
	Setuju	46	52.3	52.3	79.5
	sangat setuju	18	20.5	20.5	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	sangat tidak setuju	4	4.5	4.5	4.5
	tidak setuju	6	6.8	6.8	11.4
Valid	kurang setuju	14	15.9	15.9	27.3
	Setuju	40	45.5	45.5	72.7
	sangat setuju	24	27.3	27.3	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
	tidak setuju	6	6.8	6.8	9.1
Valid	kurang setuju	10	11.4	11.4	20.5
	Setuju	40	45.5	45.5	65.9
	sangat setuju	30	34.1	34.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
	tidak setuju	8	9.1	9.1	11.4
Valid	kurang setuju	13	14.8	14.8	26.1
	Setuju	40	45.5	45.5	71.6
	sangat setuju	25	28.4	28.4	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

X2.3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	1	1.1	1.1	3.4
Valid kurang setuju	21	23.9	23.9	27.3
Setuju	41	46.6	46.6	73.9
sangat setuju	23	26.1	26.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X2.4

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	5	5.7	5.7	9.1
Valid kurang setuju	12	13.6	13.6	22.7
Setuju	38	43.2	43.2	65.9
sangat setuju	30	34.1	34.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	6	6.8	6.8	10.2
Valid kurang setuju	12	13.6	13.6	23.9
Setuju	35	39.8	39.8	63.6
sangat setuju	32	36.4	36.4	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
Valid tidak setuju	8	9.1	9.1	11.4
kurang setuju	13	14.8	14.8	26.1
Setuju	38	43.2	43.2	69.3
sangat setuju	27	30.7	30.7	100.0

Total	88	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

X3.3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	6	6.8	6.8	9.1
Valid kurang setuju	10	11.4	11.4	20.5
Setuju	38	43.2	43.2	63.6
sangat setuju	32	36.4	36.4	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
tidak setuju	6	6.8	6.8	10.2
Valid kurang setuju	18	20.5	20.5	30.7
Setuju	37	42.0	42.0	72.7
sangat setuju	24	27.3	27.3	100.0
Total	88	100.0	100.0	

X3.5

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	10	11.4	11.4	13.6
Valid kurang setuju	15	17.0	17.0	30.7
Setuju	37	42.0	42.0	72.7
sangat setuju	24	27.3	27.3	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Y.1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	3.4	3.4	3.4
Valid tidak setuju	5	5.7	5.7	9.1
kurang setuju	11	12.5	12.5	21.6

Setuju	43	48.9	48.9	70.5
sangat setuju	26	29.5	29.5	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Y.2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	7	8.0	8.0	10.2
Valid kurang setuju	17	19.3	19.3	29.5
Setuju	32	36.4	36.4	65.9
sangat setuju	30	34.1	34.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Y.3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	6	6.8	6.8	9.1
Valid kurang setuju	6	6.8	6.8	15.9
Setuju	39	44.3	44.3	60.2
sangat setuju	35	39.8	39.8	100.0
Total	88	100.0	100.0	

Y.4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	2.3	2.3	2.3
tidak setuju	6	6.8	6.8	9.1
Valid kurang setuju	15	17.0	17.0	26.1
Setuju	42	47.7	47.7	73.9
sangat setuju	23	26.1	26.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

C. Analisis Data

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	kualitas pelayanan
X1.1	Pearson Correlation	1	.470*	.411*	.388*	.373*	.390**	.414*	.592*	.478*	.554*	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.2	Pearson Correlation	.470*	1	.667*	.765*	.651*	.586**	.573*	.501*	.514*	.618*	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.3	Pearson Correlation	.411*	.667*	1	.812*	.674*	.694**	.645*	.614*	.655*	.556*	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.4	Pearson Correlation	.388*	.765*	.812*	1	.665*	.692**	.611*	.547*	.685*	.558*	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.5	Pearson Correlation	.373*	.651*	.674*	.665*	1	.817**	.689*	.533*	.579*	.655*	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.6	Pearson Correlation	.390*	.586*	.694*	.692*	.817*	1	.695*	.583*	.604*	.670*	.841**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.7	Pearson Correlation	.414*	.573*	.645*	.611*	.689*	.695**	1	.594*	.638*	.496*	.784**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.8	Pearson Correlation	.592*	.501*	.614*	.547*	.533*	.583**	.594*	1	.780*	.736*	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.9	Pearson Correlation	.478*	.514*	.655*	.685*	.579*	.604**	.638*	.780*	1	.675*	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88
X1.10	Pearson Correlation	.554*	.618*	.556*	.558*	.655*	.670**	.496*	.736*	.675*	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

kualitas pelayanan	Pearson Correlation	.627*	.801*	.843*	.845*	.833*	.841**	.784*	.801*	.818*	.816*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.678**	.575**	.855**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X2.2	Pearson Correlation	.678**	1	.574**	.727**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X2.3	Pearson Correlation	.575**	.574**	1	.640**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88
X2.4	Pearson Correlation	.855**	.727**	.640**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88
harga	Pearson Correlation	.897**	.861**	.789**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	kualitas kendaraan
X3.1	Pearson Correlation	1	.694**	.729**	.624**	.676**	.881**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.2	Pearson Correlation	.694**	1	.779**	.664**	.595**	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.3	Pearson Correlation	.729**	.779**	1	.720**	.573**	.895**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.4	Pearson Correlation	.624**	.664**	.720**	1	.414**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88	88
X3.5	Pearson Correlation	.676**	.595**	.573**	.414**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88	88
kualitas kendaraan	Pearson Correlation	.881**	.880**	.895**	.807**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	88	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	kepuasan persewaan
Y.1	Pearson Correlation	1	.655**	.574**	.486**	.795**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y.2	Pearson Correlation	.655**	1	.758**	.647**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y.3	Pearson Correlation	.574**	.758**	1	.726**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	88	88	88	88	88
Y.4	Pearson Correlation	.486**	.647**	.726**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	88	88	88	88	88

kepu	Pearson					
asan	Correlation	.795**	.899**	.893**	.832**	1
perse	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
waan	N	88	88	88	88	88

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.937	10

RELIABILITY

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	4

RELIABILITY

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	88	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	5

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA.

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	88	100.0
Cases	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.877	4

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1			

1	kualitas kendaraan, harga, kualitas pelayanan ^b	.	Enter
---	--	---	-------

a. Dependent Variable: kepuasan persewaan

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.873	.868	1.222

a. Predictors: (Constant), kualitas kendaraan, harga, kualitas pelayanan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	859.506	3	286.502	191.981	.000 ^b
	Residual	125.357	84	1.492		
	Total	984.864	87			

a. Dependent Variable: kepuasan persewaan

b. Predictors: (Constant), kualitas kendaraan, harga, kualitas pelayanan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.509	.665		.765	.447
	kualitas pelayanan	.145	.039	.338	3.742	.000
	Harga	.317	.090	.317	3.525	.001
	kualitas kendaraan	.249	.087	.320	2.871	.005

a. Dependent Variable: kepuasan persewaan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Deni Setyo Mukti
Tempat, Tanggal Lahir : Blora, 23 Desember 1996
NIM : 1505046064
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Mahasiswa
Alamat : Ngumbul rt 06 rw 01. Kec. Todanan Kab. Blora
Telepon : 082133314245
Email : -

B. Pendidikan

- **2001 – 2003** : **TK Pertiwi 1**
- **2003 – 2009** : **SDN 1 Ngumbul**
- 2009 – 2012 : SMPN 1 Todanan
- 2012 – 2015 : MAN 2 Surakarta
- 2015 – 2019 : UIN Walisongo Semarang

Semarang, 10 juni 2022

Deni Setyo Mukti
NIM. 1505046064