

ABSTRAK

Moh. Shanhaji, 2021, *Analisis Kepuasan Konsumen pada Pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep*, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syari'ah, Fakultas Ekonomi, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Wasilul Chair, M.Si.

Kata Kunci : *Kepuasan Konsumen, Pelayana, UD H. Machfud*

UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep merupakan contoh dari sebuah produksi yang mempunyai kewajiban memuaskan konsumennya dalam rangka menghadapi persaingan yang semakin berat dengan berlandaskan tuntunan agama Islam. Namun demikian, beberapa konsumen lebih mengutamakan ikatan emosional berdasarkan keyakinan disamping pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hal tersebut, maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: *pertama* bagaimana kepuasan konsumen pada pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep, *kedua* bagaimana pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep dalam perspektif ekonomi Islam, *ketiga* apa saja faktor pendukung dan penghambat pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah kepala desa, pemilik UD H. Machfud, konsumen dan berbagai buku tentang pelayanan. Pengumpulan data terdiri dari tiga komponen, yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan kasus tunggal (*single case design*). Sementara untuk menguji keabsahan data dan kredibilitas data digunakan triangulasi sumber.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat ditarik kesimpulan bahwa : (1) Kepuasan konsumen pada pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep terbagi menjadi dua bagian, pertama empat orang yang merasa puas karena kualitas produk yang dihasilkan sangat baik dan kedua terdapat enam orang merasa tidak puas karena harga lebih mahal, pelayanan yang kurang baik dan tempat parkir yang kurang memadai. (2) Pelayanan UD H. Machfud di Desa Kapedi Bluto Sumenep dalam perspektif ekonomi Islam bahwa kepuasan konsumen menurut ekonomi Islam berkaitan erat dengan kebutuhan, keinginan, masalah, manfaat, berkah, keyakinan dan kehalalan. (3) Faktor pendukung internal adalah produk dan ikatan emosional, faktor pendukung eksternal adalah gaya hidup masyarakat. Sedangkan untuk faktor penghambat internal terletak pada pekerja yang sering tidak masuk dan faktor penghambat eksternal adalah minimnya pengetahuan masyarakat akan kualitas abu batu.