

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Segala puji bagi Allah Swt atas rahmat, taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul *“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Barang, dan Pelayanan untuk menentukan kepuasan konsumen dengan menggunakan Fuzzy C-Means. (Studi kasus di Pasar Paiton)”* sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi Syariah di Fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW yang telah membimbing manusia kepada ajaran yang paling benar, yakni ajaran agama Islam.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya dan juga doa agar segala sesuatu yang telah diberikan dibalas oleh Allah Swt dengan balasan yang sebaik-baiknya penulis sampaikan terutama kepada:

1. KH. Muhammad Zuhri Zaini, B.A selaku pengasuh pondok pesantren Nurul Jadid, figur teladan sekaligus guru spiritual yang selalu membimbing dan mengajari kami dengan penuh kesabaran.
2. Bapak KH. Abd. Hamid Wahid, M.Ag. selaku Rektor Universitas Nurul Jadid paiton probolinggo.
3. Bapak Dr. Hasan Baharun, M.Pd. selaku dekan fakultas Agama Islam Universitas Nurul Jadid paiton probolinggo.

4. Bapak M. Syaiful Suib, M.E.I selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah Universitas Nurul Jadid Paiton Probolinggo.
5. Bapak, K.H Faiz, M. Fil.I selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat, motivasi dan arahan kepada penulis.
6. Bapak, Musthafa Syukur, M. Si selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan ilmu, nasihat, motivasi dan arahan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Jurusan Ekonomi Syari'ah, Fakultas Agama Islam, Universitas Nurul Jadid yang telah ikhlas dan sabar dalam mendidik, dan memberikan ilmu kepada penulis.
8. Bapak dan ibu yang dengan ikhlas dan sabar merawat, mendidik, membesarkan penulis dan selalu memberikan doa nasihat dan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman mahasiswa Jurusan Ekonomi Syari'ah angkatan 2017 yang telah berjuang bersama dalam menuntut ilmu.
10. Semua pihak yang ikut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Probolinggo, 14 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGAJUAN	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	
HALAMAN MOTO	
HALAMAN PERSEMBAHAN	
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah	3
C. Rumusan Masalah.....	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Definisi Konsep	5
G. Penelitian Terdahulu.....	10
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	12
A. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen.	12
B. Pengaruh Pelayanan Terhadap Konsumen	15
C. Pengaruh Kualitas Barang terhadap kepuasan konsumen.	17
D. Kepuasan Konsumen	18
E. Definisi Pasar.....	20
F. Penerapan Metode <i>Fuzzy C-Means</i> (FCM)	20
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
B. Tahap-tahap Penelitian	23
C. Instrumen Penelitian	25
D. Sumber Data	26
E. Teknik Pengumpulan Data	26
F. Analisis Data.....	28
G. Pengecekan Keabsahan Data	29

BAB IV PEMBAHASAN.....	31
A. Tahapan Metode Fuzzy C-Means dalam Menentukan Kepuasan konsumen.....	31
a. Penentuan Variabel.....	31
b. Clustering Data dengan Metode <i>Fuzzy C-Means</i> (FCM)	32
c. Menentukan Pusat Cluster (<i>V</i>)	34
d. Menghitung Fungsi Objektif (<i>Pt</i>).....	35
e. Menghitung Perubahan Matrik partisi (<i>U</i>)	36
f. Mengecek kondisi berhenti.....	38
g. Derajat keanggotaan tiap data pada setiap <i>cluster</i>	39
B. Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Barang terhadap Kepuasan Konsumen.....	40
BAB V PENUTUP	41
A. Kesimpulan.....	41
B. Saran	41
DAFTAR RUJUKAN.....	42
LAMPIRAN.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Penilaian responden	27
Tabel 4.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi	27
Tabel 4.3	Tingkat Penilaian Kepuasan konsumen	27
Tabel 4.4	Himpunan Fuzzy Kepuasan	28
Tabel 4.5	Hasil Perhitungan Pusat Cluster ke-1.....	30
Tabel 4.6	Hasil Perhitungan Pusat Cluster ke-2.....	30
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Pusat Cluster ke-3.....	35
Tabel 4.8	Perhitungan Fungsi Objektif Iterasi Pertama.....	36
Tabel 4.9	Hasil Perhitungan Derajat Keanggotaan Baru	37
Tabel 4.10	Derajat keanggotaan tiap data pada setiap cluster	35

