



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH BANK DKI SYARIAH KANTOR  
CABANG PEMBANTU MATRAMAN JAKARTA TIMUR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Studi  
Starta Satu (S1) Program studi Manajemen Perbankan Syariah**

**Disusun oleh:**

**Nama : MUHAMMAD MASUM**

**NPM : 2014570105**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**UNIVERSITAS MUHAMADIYAH JAKARTA**

**1440 M/2019 H**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Masum  
NPM : 2014570105  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas : Fakultas Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman Jakarta Timur

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah jakarta ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tidak ada paksaan.

Jakarta, 16 Safar 1440 H

25 Oktober 2018 M

Yang menyatakan,



Muhammad Masum

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman, Jakarta Timur”** yang disusun oleh **Muhammad Masum, Nomor Pokok Mahasiswa: 2014570105** Program Studi manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 25 Oktober 2018

Pembimbing,



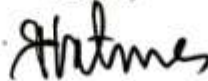
(Hasanah, S.E., M.M)

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

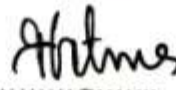


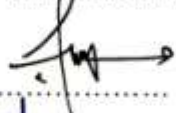

Skripsi yang berjudul: Pengaruh **Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank DKI Syariah KCP Matraman Jakarta Timur**. Disusun oleh **Muhammad Masum**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2014570105**. Telah diujikan pada hari/tanggal: Sabtu, 23 Februari 2019. Telah diterima dan disahkan dalam sidang skripsi (munaqasyah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Manajemen Perbankan Syariah.

### FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H.</u> Ketua		.....
<u>Drs. Tajudin, M.A.</u> Sekretaris		1-3-2019
<u>Hasanah S.E., M.M</u> Pembimbing		8-3-2019
<u>Nurhidayat, S.Ag., M.M.</u> Penguji I		8-3-2019
<u>Dina Febriani, S.E., M.M.</u> Penguji II		13/3 2019

## **FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi 25 Oktober 2018

Muhammad Masum

2014570105

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman, Jakarta Timur

76 Halaman+ vii Lampiran

### **ABSTRAK**

Kualitas sebagai salah satu yang memuaskan pengguna jasa sehingga setiap upaya pengembangan kualitas harus dimulai dari pemahaman terhadap persepsi dan keinginan pengguna jasa. Kepuasan pengguna jasa adalah perasaan senang atau kecewa pengguna jasa yang muncul setelah membandingkan persepsi yang mereka terima dengan harapan mereka. Pelayanan dirasa memuaskan apabila pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan pengguna jasa. Sebaliknya, pelayanan dirasa kurang memuaskan apabila pelayanan yang diterima dibawah harapan pengguna jasa. Pelayanan yang baik dan berkualitas harus diberikan oleh perusahaan guna menarik pengguna jasa maupun mempertahankan pengguna jasa lama.

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank DKI Syariah KCP. Matraman Jakarta Timur.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dengan jenis penelitian survei lapangan. Data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner dengan Populasi penelitian berjumlah 4.318 nasabah Bank DKI Syariah KCP Matraman. Subyek penelitian menggunakan sampel sebanyak 100 reponden, Teknik Pengambilan sampel yang dipakai adalah *Incidental Sampling*. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dan metode regresi linier sederhana. Sedangkan pengolahan datanya menggunakan SPSS 24 *for windows*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $4.430 > 1.985$ ), artinya  $H_0$  ditolak dengan  $R^2$  sebesar 0,408. Jadi pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah 16,6%. Sedangkan 83,4%. Dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah**

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis sampaikan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S.1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2018.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan banyak terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Syaiful Bakhri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Nurhidayat, S.Ag., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, sekaligus sebagai Dosen pembimbing Skripsi, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam proses bimbingan.

4. Ibu Siti Khodijah, *Branch Manager* dan Ibu Wulan Ibni., *Back Office*, serta seluruh karyawan Bank DKI Syariah, yang telah membantu memberi izin tempat penelitian dan memberi dukungan data.
5. Nasabah-nasabah Bank DKI Syariah KCP Matraman yang telah menjadi responden penelitian. Tanpa bantuan mereka mustahil skripsi dapat diselesaikan.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammdiyah Jakarta, yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi terbaik.
7. Kepada orang tua tercinta, Ayah Muhammad Kosim dan Ibu Masuroh, yang telah memberikan support moril dan materil, sehingga memperlancar keberhasilan studi.
8. Kepada para Mudabbirin (Pengurus Pondok Pesantren Alhidayah Basmol) yang telah selalu mensupport untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Mahasiswa Manajemen Perbankan Syariah 2014, khususnya MPS A, Semoga kelak akan sukses semua.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini banyak memberikan manfaat aamiin.

Jakarta, 16 Safar 1440 H

25 Oktober 2018 M

Penulis

## **DAFTAR ISI**

<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi masalah .....	5
C. Pembatasan masalah .....	5
D. Perumusan Masalah .....	5
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Kegunaan Penelitian .....	6
G. Sistematika Penulisan .....	6
 <b>BAB II LANDAAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS</b>	
A. Landasan Teoritis.....	8
B. Hasil Penelitian yang Relevan .....	35
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Hipotesis Penelitian .....	41



### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Tujuan Penelitian .....	42
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
C. Metode Penelitian .....	43
D. Variabel Penelitian.....	43
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Instrumen Penelitian .....	46
H. Teknik Analisis Data .....	49
I. Hipotesis Statistik .....	51

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Data.....	56
B. Uji Validitas dan Realibilitas .....	59
C. Uji Analisis Data.....	63
D. Pengujian Hipotesis .....	66
E. Pembahasan Hasil Penelitian.....	71

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	72
B. Saran .....	72

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

2.1 Manfaat Kepuasan Nasabah .....	29
2.2 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	38
3.1 Instrumen Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan .....	47
3.2 Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah .....	47
3.3 Skala Likert Dalam Lembar Kuesioner.....	48
3.4 Indeks Korelasi Product Moment .....	52
4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan.....	60
4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	61
4.3 Koefisien Realibilitas .....	62
4.4 Hasil Uji Realibilitas Instrumen.....	62
4.5 Output Uji Normalitas One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test.....	64
4.6 Output Uji Liniertas .....	65
4.7 Hasil Uji Linieritas.....	65
4.8 Ringkasan Hasil Uji Linieritas .....	66
4.9 Output Regresi Linier Sederhana .....	67
4.10 Output Koefisien Korelasi .....	70

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Manfaat Kepuasan.....	29
Gambar 2.3 Kerangka Berfikir.....	41
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN I PENGAJUAN BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN II PERMOHONAN PENELITIAN

LAMPIRAN III SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN IV LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

LAMPIRAN V BENTUK KUESIONER PENELITIAN

LAMPIRAN VI DAFTAR SELURUH JAWABAN RESPONDEN

LAMPIRAN VII HASIL UJI SPSS

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Era gloalisasi persaingan bisnis menjadi semakin sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional. Perusahaan memerlukan strategi untuk menghadapi persaingan yang saat ini semakin lama semakin ketat. Terdapat berbagai tantangan dalam mencapai keberhasilan perusahaan. Untuk mengantisipasi, perusahaan dituntut untuk dapat bekerja dengan baik dengan menggunakan berbagai macam sumber daya yang dimiliki agar dapat di terima di pasar. Salah satu yang perlu diperhatikan perusahaan dalam mencapai keberhasilan adalah kualitas pelayanan.

Bank merupakan mitra untuk memenuhi kebutuhan keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Bank juga dijadikan tempat untuk melakukan berbagai transaksi yang berhubungan dengan keuangan seperti tempat mengamankan uang, melakukan pembayaran, atau melakukan penagihan.<sup>1</sup>

Begitu pula dengan bank syariah juga memegang peranan penting dalam ikut serta memajukan perekonomian negara dan membantu kebutuhan masyarakat yang berkaitan oleh keuangan. Oleh karena itu

---

<sup>1</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, edisi revisi cet ke- 3 (Jakarta: Kencana, 2008), h. 7.

kehadiran bank syariah, atau bank yang beroperasi dengan sistem syariah menjadi warna tersendiri di tengah-tengah masyarakat.<sup>2</sup>

Pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia sangat pesat, masing-masing bank saling bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Persaingan yang kompetitif dari waktu ke waktu mendorong perbankan syariah untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan sistem syariah dalam rangka mencapai tujuan bank yang berbasis syariah.

Dalam perbankan, kepuasan dan ketidakpastian nasabah adalah hasil penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan menggunakan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterimanya dengan menggunakan produk jasa itu. Jika harapannya lebih tinggi dari pada kualitas produk jasa, nasabah akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika harapannya sama dengan atau lebih rendah dari pada kualitas produk jasa, maka nasabah akan merasa puas.

Nasabah harus diberikan pelayanan yang baik dan cepat yang berkaitan dengan transaksi bank. Apabila diabaikan atau pelayanan kurang cepat, maka mereka akan meninggalkan perusahaan dan menjadi nasabah di perusahaan lain. Hal ini akan menyebabkan penurunan pendapatan perbankan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Oleh karena itu, pimpinan perusahaan berusaha melakukan

---

<sup>2</sup>Muhammad dkk, *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press, 2004), h. 1.

pengukuran tingkat kepuasan nasabah agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan oleh nasabah.

Kepuasan pelanggan dalam bidang jasa merupakan elemen penting dan menentukan dalam menumbuhkembangkan perusahaan agar tetap eksis dalam menghadapi persaingan. Demikian pula dengan berbisnis perbankan, merupakan bisnis yang pada azas kepercayaan, masalah kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan berbisnis ini.

salah satu upaya yang harus dilakukan oleh setiap perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, dengan memberikan pelayanan yang berkualitas. Kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen atau nasabah serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan nasabah. Dimana dalam menunjang pengelolaan aktivitas perbankan maka perlu adanya pelayanan nasabah yang baik, sebab dengan adanya pelayanan nasabah yang baik maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan yang seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang baik perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*expected service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*perceived service*). Sebagaimana di jelaskan dalam surat al imron ayat 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَئِنْ لَمْ يَنْتَهِ لَعْنَةُ اللَّهِ لَتَكُنَّ مِنَ الْغَالِبِينَ

الْقَلِيلَ لِنَفْسِهِمْ مِنْ حَوْلِكَ فَاَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي

الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya:

Maka berkat rahmat dari Allah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan yang baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang terbaik sehingga nasabah akan merasakan kepuasan yang di berikan oleh Bank DKI Syariah KCP Matraman adalah dengan selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Apabila pelayanan yang diberikan baik, maka nasabah akan merasa puas. Sebaliknya apabila pelayanan nasabah tidak baik, maka nasabah tidak merasa puas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penyusunan tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **”PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI KASUS PADA BANK DKI SYARIAH CABANG MATRAMAN)”**.



## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Masyarakat belum merasakan kepuasan sebagai pelanggan atau nasabah yang baik.
2. Masyarakat belum merasakan pelayanan yang baik.
3. Bank belum menerapkan pelayanan yang baik terhadap nasabah
4. Pengaruh nasabah banyak yang pindah ke bank lain terhadap kurangnya pelayanan yang baik.

## **C. Pembatasan Masalah**

Setiap usaha perbankan dalam mencapai tujuannya pasti mempunyai masalah yang beragam dan masing-masing unit usaha akan mempunyai masalah yang berbeda. Dalam penelitian ini penulis membatasi masalah pada tingkat kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank DKI Syariah KCP Matraman.

Batasan masalah ini untuk memudahkan penelitian dan memudahkan mencari pemecahannya.

## **D. Rumusan masalah**

Berdasarkan pada latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat diumuskan satu permasalahan pokok yang akan dibahas pada bab-bab selanjutnya, yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?

2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauhmana tingkat kepuasan nasabah dan apakah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah Bank DKI Syariah Cabang Matraman.

#### **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Manfaat penelitian hasil ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung antara lain:

1. Bagi Pihak Bank

Adalah memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran bagi Bank Syariah Mandiri khususnya dalam hal yang berhubungan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

2. Bagi Lembaga Akademisi dan Peneliti

Dapat dijadikan referensi selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademisi dan peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank DKI Syariah KCP Matraman.

#### **G. Sistematika laporan**

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menyusun sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil

penelitian yang baik yang mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab II LANDASAN TEORI**

Bagian ini mengkaji teori-teori yang mendasari pembahasan secara detail yang digunakan dalam penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang Jenis dan Sumber Data, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Uji Validasi dan Teknik Analisis Data.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab merupakan inti dari penelitian tentang data yang dikumpulkan serta hasil dari pengolahan data. Analisis tersebut berisi interpretasi terhadap hasil pengolahan data dengan menggunakan teori yang ada.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

## **BAB II**

# **LANDASAN TEORITIS, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS**

### **A. Landasan Teoritis**

#### **1. Bank Syariah**

##### **a. Pengertian Bank Syariah**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, perbankan syariah segala sesuatu yang tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelambagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>3</sup> Selanjutnya bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.<sup>4</sup>

Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>5</sup>

Masyarakat di negara maju dan berkembang sangat membutuhkan bank sebagai tempat untuk melakukan transaksi keuangan. Mereka

---

<sup>3</sup>Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.

<sup>4</sup> Pasal 2 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.

<sup>5</sup> Pasal 3 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.

menganggap bank merupakan lembaga keuangan yang aman dalam melakukan sebagai macam aktivitas keuangan. Aktivitas keuangan yang sering dilakukan masyarakat di negara maju dan negara berkembang antara lain aktivitas penyimpanan dan penyalura dana.<sup>6</sup>

Dinegara maju, bank menjadi lembaga yang sangat strategis dan memiliki peran penting dalam perkembangan perekonomian negara. Dinegara berkembang, kebutuhan masyarakat terhadap tidak hanya terbatas pada penyimpanan dana saja, akan juga terhadap pelayanan jasa yang ditawarkan oleh bank.<sup>7</sup>

Bank syariah di indonesia lahir sejak 1992. Bank syariah pertama di Indonesia adalah Bank Muamalat Indonesia. Pada tahun 1992 hingga 1999, perkembangan Bank Muamalat Indonesia, masih tergolong *stagma*. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para bankir melihat bahwa Bank Muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu terkena dampak krisis moneter. Para bankir berpikir bahwa Bank Muamalat Indonesia, satu-satunya bank syariah di Indonesia, tahan terhadap krisis moneter. Pada 1999, berdirilah Bank Syariah Mandiri yang merupakan konversi dari Bank Susila Bakti. Bank Susila Bakti merupakan bank konvensional yang dibeli oleh bank

---

<sup>6</sup> Ismail, Perbankan Syariah, (Jakarta: Kencana Prendamedia Group, 2011) Cetakan Ke 1

<sup>7</sup> *Ibid*, h. 30

dagang negara, kemudian di konversi menjadi Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah kedua Di Indonesia.<sup>8</sup>

#### **b. Prinsip Dasar Syariah Dalam Perbankan Syariah**

Perbankan syariah merupakan bagian dari sistem perbankan nasional yang didasarkan kepada prinsip syariah. Perbankan syariah merupakan salah satu bentuk dari aplikasi ekonomi syariah yang didasarkan atas interpretasi postulat keimanan dalam tatanan kehidupan manusia sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara umum prinsip perbankan syariah didasarkan kepada prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemashlahatan. Berikut ini adalah uraian masing-masing prinsip yang dimaksud.<sup>9</sup>

##### **1) Prinsip Keadilan (‘Adalah)**

Keadilan adalah menepatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu sesuai posisinya. Keadilan adalah persyaratan mutlak dalam usaha dan perdagangan antar sesama umat manusia. Alam ini didasarkan pada keadilan dan keseimbangan. Tuhan memerintahkan manusia agar bersikap adil satu sama lain dan mempertahankan keadilan, meskipun hal itu akan merugikan diri mereka sendiri, orang tua mereka, sahabat, dan sanak family mereka, tanpa membedakan antara kaya dan miskin.

---

<sup>8</sup>*Ibid*, h. 31

<sup>9</sup>Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta : Wahana Kardofa, 2013),

Hal yang bertentangan atau lawan dari keadilan adalah kezaliman. Kezaliman adalah sebuah istilah menyeluruh yang mencakup semua bentuk ketidakadilan, eksploitasi, penindasan, dan kemungkar, dimana seseorang mencabut hak-hak orang lain atau memenuhi kewajiban terhadap mereka.

Implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi diwujudkan dalam bentuk meninggalkan segala aktivitas ekonomi yang dilarang berdasarkan prinsip syariah. Beberapa aktivitas ekonomi yang dilarang dalam prinsip syariah antara lain kegiatan yang didalamnya mengandung unsur *Riba*, *Dzalim*, *Mayasir*, *Gharar*, dan *Haram*.

## **2) Pilar Keseimbangan (tawazun)**

Konsep syariah menempatkan aspek keseimbangan sebagai salah satu dasar dalam pembangun sistem ekonomi. Konsep keseimbangan dalam konsep syariah meliputi berbagai segi yang antara lain keseimbangan pembangunan material dan spiritual, pengembangan sektor keuangan dan sektor keuangan dan sektor rill. Bisnis dan sosial, individu dan kolektif material dan spiritual, dan pemanfaatan dan pelestarian sumber daya. Pembangunan ekonomi syariah tidak hanya ditujukan untuk pembangunan sektor korporasi namun juga pengembangan sektor usaha kecil dan mikro yang terkadang luput dari upaya-upaya pengembangan sektor ekonomi secara keseluruhan.

### 3) **Pilar Kemashlahatan (Mashlahah)**

Hakekat kemashlahatan adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang bermashlahat jika memenuhi unsur yaitu kepatuhan terhadap syariah (Halal), bermanfaat dan membawakan kebaikan (Thayyib) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan mudharat dengan merugikan salah satu aspek. Secara luas, mashlahat ditujukan pada pemenuhan visi kemashlahatan yang tercakup dalam maqasid (tujuan) syariah yang terdiri dari konsep perlindungan terhadap keimanan dan ketakwaan (*hifdhu al-nafs*), harta benda (*hifdhu al-mal*), dan rasionalitas (*hifdhu al-'aql*). Kelima unsur mashlahat tersebut merupakan hak dasar manusia sehingga harus memilih unsur-unsur yang telah ditetapkan dalam maqasid syariah secara terintegrasi.

## 2. **Kualitas Pelayanan**

### a. **Definisi kualitas**

Kotler merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Garvin menyatakan lima macam perspektif kualitas yang berkembang. Kelima macam perspektif inilah yang bisa menjelaskan mengapa



kualitas bisa diartikan secara beraneka ragam oleh orang yang berbeda dalam situasi yang berlainan.

Adapun kelima macam perspektif kualitas tersebut adalah:

1) Pendekatan Transedental (*trancedental approach*)

Dalam pendekatan ini kualitas dipandang sebagai keunggulan bawaan (*innate excellence*), dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasikan.

2) Pendekatan Berbasis Produk (*product-based-approach*)

Pendekatan ini menganggap bahwa kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur.

3) Pendekatan Berbasis Pengguna (*user-based-approach*)

Pendekatan ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang memandangnya sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya, kualitas yang dirasakan merupakan produk berkualitas tinggi)

4) Pendekatan Berbasis Manufaktur (*manufacturing-based approach*)

Perspektif ini bersifat berdasarkan pasokan (*supply-based*) dan secara khusus memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan kemanufakturan serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kesamaan dengan persyaratan.

5) Pendekatan Berbasis Nilai (*value-based approach*)

Kualitas dalam perspektif relatif sehingga produk yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat untuk dibeli (*best buy*).<sup>10</sup>

Suatu perusahaan jasa seperti bank, pelayanan adalah merupakan kunci kesuksesan dan keberhasilan. Karena dengan pelayanan yang baik dan bagus maka nasabah akan dapat menilai dan memberikan citra yang baik kepada masyarakat umum sehingga dapat memberikan keuntungan yang optimal kepada perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan adalah merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, dan manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi pelanggan<sup>11</sup>

Setiap perusahaan membuat harapan dan tuntutan tertentu bagi setiap karyawannya dalam konteks memberikan pelayanan yang memuaskan kepada nasabahnya. Meskipun seringkali harapan dari masing-masing perusahaan itu mirip satu sama lain. Dalam menghadapi nasabah petugas tidak hanya dituntut untuk mampu memberikan jawaban atas permasalahan mereka.

Definisi kualitas sangat beraneka ragam dan mengandung banyak makna, adapun beberapa definisi para ahli sebagai berikut:

Kotler mengatakan kualitas dapat diartikan bahwa setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak

---

<sup>10</sup>Loct.it. *Perilaku Konsumen*, h. 99

<sup>11</sup>Fandy, Tjiptono, *Manajemen Jasa*, Andi, (Yogyakarta: 2000), h. 428

lain yang pada dasarnya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.<sup>12</sup>

Menurut Buddy (1997) dalam Anis Wahyuningih (2002: 10) kualitas sebagai suatu strategi dasar bisnis yang menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumen internal dan eksternal, secara eksplisit dan implisit.<sup>13</sup>

Berdasarkan beberapa definisi kualitas di atas dapat diartikan bahwa kualitas hidup kerja harus merupakan suatu pola pikir yang dapat menterjemahkan tuntutan dan kebutuhan pasar konsumen dalam suatu proses manajemen dan proses produksi barang atau jasa terus menerus tanpa hentinya sehingga memenuhi persepsi kualitas pasar konsumen tersebut.

#### **b. Definisi Kualitas Pelayanan**

Perlu dipahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang (pegawai/karyawan) bukan dari organisasi atau perusahaan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.

kualitas pelayanan adalah sarana yang mencapai kepuasan dan ikatan. oleh karena itu, memberikan mutu yang tinggi dan pelayanan yang prima adalah suatu keharusan agar pelanggan puas dan setia.

---

<sup>12</sup>Kotler, Philip, Manajemen Pemasaran, (Jakarta: prehallindo, 2000), h. 428.

<sup>13</sup>Wahyuningih, Anis, *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan pada Kualitas Pelayanan*, (Surakarta, Skripsi Fakultas Ekonomi), h. 10

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.<sup>14</sup>

Parasuaraman mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Tjiptono menjelaskan bahwa apabila jasa yang diterima atau disarankan sesuai dengan yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan.<sup>15</sup>

Menurut Barata bahwa: pelayanan adalah daya tarik terbesar dari pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah.<sup>16</sup>

Menurut Aritonang bahwa: pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat dan andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas yang dijanjikan.<sup>17</sup>

Menurut Wyckof (dalam loveock) kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*evcellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, terdapat dua faktor utama yang memenuhi

---

<sup>14</sup>Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks, 2007).

<sup>15</sup>Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset: 2013). H. 100.

<sup>16</sup>Adya Atep Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cetakan 2. (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo), h. 23

<sup>17</sup>Aritonang Lerbin R, *Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), h.

kualitas jasa: jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*) (parasuraman, et al.)<sup>18</sup>

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan sehingga pelanggan tertarik akan produk atau jasa tersebut. Pelayanan terbaik merupakan tercapainya kepuasan nasabah itu sendiri, sampai nasabah itu merasa keinginannya dan kebutuhannya terpenuhi.

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasraman, Ziethmal dan Berry dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa: reparasi, peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, serta perbankan ritel.

SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expected service*). Jika kenyataanya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat berkualitas, dan sebaliknya. Singkat kata, kualitas pelayanan dapat didefinisikan

---

<sup>18</sup>Fandy Tjiptono. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset: 2014), h. 268

sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima ( Parasuraman, dkk).<sup>19</sup>

### c. Dasar-Dasar Pelayanan Nasabah

Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang petugas bank sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakteristik nasabah beragam, berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami tersebut adalah:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapih dan bersih
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika dikenal
- 4) Tenang, sopan, hormat, dan tekun mendengarkan setiap pembicaraan
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar
- 6) Bergairah dalam melayani nasabah dan menunjukkan kemampuannya
- 7) Jangan menyela atau memotong pembicaraan
- 8) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan
- 9) Jika tak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan kepada petugas yang laen mampu
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan harus melayani.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Rambat Lopiyoadi, A. Hamdani *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: Salemba Empat, 2008). h. 181

Menurut Payne (2000), pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang diterima oleh penerima pelayanan pada saat memperoleh pelayanan, Payne juga mengatakan bahwa pelayanan pelanggan mengandung arti berikut:

- 1) Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- 2) Ketepatan waktu dan reabilitas penyampaian produk dan jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.
- 3) Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.
- 4) Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan.
- 5) Penyampaian produk kepada pelanggan tepat waktu dan akurat dengan tindak lanjut tanggapan keterangan yang akurat.<sup>21</sup>

Menurut Umar (2010), pelayanan adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

---

<sup>20</sup>Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003). h. 219-210.

<sup>21</sup>Andrian Payne, *Service Marketing Pemasaran Jasa*, (bandung: Andi, 2000)

#### **d. Ciri-Ciri Pelayanan yang Baik**

Dalam prakteknya, pelayanan yang baik memiliki ciri-ciri tersendiri dan hampir semua perusahaan menggunakan kriteria yang sama untuk membentuk ciri-ciri pelayanan yang baik. Terdapat beberapa factor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara tepat dan cepat. Kedua, pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan keakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi dapat dikatakan kedua faktor tersebut saling menunjang satu sama lainnya.

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik yang harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani pelanggan atau nasabah:

- 1) Tersedianya karyawan yang baik .
- 2) Tersedianya sarana dan prasarana yang baik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap nasabah dari awal hingga selesai.
- 4) Mampu berkomunikasi dengan baik.
- 5) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.



- 6) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 7) Berusaha memahami kebutuhan nasabah.
- 8) Mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah.<sup>22</sup>

**e. Langkah-langkah Layanan Prima**

Diantara langkah-langkah pelayanan prima adalah<sup>23</sup>:

- 1) Membuat standar kualitas pelayanan (membuat persyaratan, prosuder, batas waktu dll) baik dalam bentuk pengumuman/buku panduan.
- 2) Penyelesaian permohonan pelayanan (sesuai batas waktu yang ditetapkan).
- 3) Meniadakan segala macam/bentuk pungutan yang tidak resmi.
- 4) Melakukan penelitian secara berkala untuk mengetahui kepuasan pelanggan.
- 5) Menata sistem/prosedur pelayanan secara berkeseimbangan, secara sesuai dengan tuntutan, dan dinamika perkembangan masyarakat.
- 6) Membuka kesempatan kepada masyarakat untuk menyampaikan saran/pengaduan, tentang pelayanan yang diberikan (secara langsung/melalui media sosial).

---

<sup>22</sup>*Ibid*, hal. 223-225.

<sup>23</sup> Buchory dan Djaslim Saladin, *Dasar-dasar Pemasaran Bank*, (Bandung: Linda Karya 2006), hlm. 2006

#### f. Model Kualitas Pelayanan

Berdasarkan hasil sintesis teradap berbagai riset yang telah dilakukan, Grongoos mengemukakan enam kriteria kualitas pelayanan yang dipersepsikan baik<sup>24</sup>, yakni sebagai berikut:

- 1) *Professionalism and Skills*. Pelanggan mendapati bahwa penyedia jasa, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka secara profesional (*outcomerelated criteria*).
- 2) *Attitudes and Behavior*. Pelanggan merasa bahwa karyawan jasa (*customer contact personel*) menaruh perhatian besar pada mereka dan berusaha membantu memecahkan masalah mereka secara spontan dan ramah.
- 3) *Accessibility and Flexibility*. Pelanggan merasa bahwa penyedia jasa, lokasi, jam operasi, karyawan dan sistem operasionalnya. Dirancang dan dioperasikan sedemikian rupa sehingga pelanggan dapat mengakses jasa tersebut dengan mudah. Selain itu juga dirancang dengan maksud agar dapat menyesuaikan permintaan dan keinginan pelanggan secara luwes.
- 4) *Realibility ad Trustworthiness*. Pelanggan memahami bahwa apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka bisa

---

<sup>24</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Malang : Banyumedia 2005) hal. 261

mengadalkan penyedia jasa beserta karyawan dan sistemnya dalam menentukan janji dan melakukan segala sesuatu dengan mengutamakan kepentingan pelanggan.

- 5) *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila terjadi kesalahan atau sesuatu yang tidak diharapkan dan diprediksi, maka penyedia jasa akan segera mengambil tindakan untuk mengendalikan situasi dan mencari solusi yang tepat.
- 6) *Reputation and Credibility*. Pelanggan meyakini bahwa yang sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberikan nilai.

Kualitas layanan pada prinsipnya adalah untuk menagih janji pelanggan agar pihak yang dilayani merasa puas yang diungkapkan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan organisasi pemberi layanan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan pemberi layanan untuk memahami seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, organisasi pemberi layanan dapat meningkatkan kepuasan nasabah, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan kepada organisasi pemberi layanan yang memberikan kualitas memuaskan.

### **g. Komponen Kualitas Pelayanan**

Kualitas total suatu pelayanan terdiri atas tiga komponen utama, yaitu :

- 1) *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas output jasa yang diterima pelanggan, *Technical Quality* dapat dirincikan lagi menjadi :
  - a) *Search Quality* adalah kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
  - b) *Experience Quality* adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa, misalnya ketepatan waktu, kecepatan, pelayanan, dan kerapihan hasil.
  - c) *Credence Quality* adalah kualitas yang tidak dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas operasi jantung.
- 2) *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan cara penyampaian jasa.
- 3) *Corporate image* yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.<sup>25</sup>

---

<sup>25</sup>Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, (Jatim, Bayumedia Publishing, 2005), Cet, pertama, h. 60

### 3. Nasabah

Menurut Undang-Undang NO. 10 tahun 1998 tentang pokok perbankan pasal 1, mendefinisikan bahwa nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.

Menurut Zulian Yamit mendefinisikan bahwa nasabah adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan setelah proses selesai, karena mereka adalah pengguna produk.<sup>26</sup>

Menurut kasmir bahwa nasabah merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh bank.

Pengertian nasabah dalam perbankan umum ada dua yaitu:

- a) Nasabah penyimpan: nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
- b) Nasabah debitur: nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.<sup>27</sup>

Berdasarkan pengertian diatas bahwa bank harus bisa memasarkan produknya ke nasabah dengan berbagai cara untuk memasarkan produk baik dilakukan nya dengan cara sosialisasi atau dengan cara membagikan brosur kepada nsabah sehingga nasabah bisa lebih memahami produk yang di pasarkan oleh bank.

---

<sup>26</sup>Yamit, Zulian, *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2002), h. 75.

<sup>27</sup>Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), h. 94.

### a. Definisi Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang telah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.<sup>28</sup> Pengertian lain dari tingkat kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapan lainnya.<sup>29</sup>

Teori kepuasan nasabah mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari harapan konsumen sebelum pembelian dengan kinerja produk yang sesungguhnya. Ketika membeli suatu produk, konsumen memiliki harapan tentang bagaimana kinerja produk tersebut.<sup>30</sup>

Berdasarkan pengertian diatas, perusahaan harus berusaha mengetahui apa yang diharapkan nasabah dari produk dan jasa yang dihasilkan. Harapan nasabah dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi nasabah terhadap kepuasan.

Selain melacak harapan nilai nasabah, dan kepuasan nasabah, perusahaan-perusahaan juga harus mengawasi kinerja pesaing mereka dibidang masing-masing tersebut.

---

<sup>28</sup>Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, edisi revisi, (Yogyakarta: Liberty, 2002), h. 225-226.

<sup>29</sup>Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisa, perencanaan, Impelmentasi dan Kontrol*, terjemahan Hendra Teguh SE, AK dan A. Rusli, AK. (Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 36.

<sup>30</sup>Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2013), h. 183

### **b. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Beberapa definisi yang diberikan diatas menitikberatkan kepada kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur menurut Fandy Tjiptono 2004) antara lain meliputi:

- 1) Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya.
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti dash board, ac, sound system powerstering dan sebagainya.
- 3) Keandalan (*realibility*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kegagalan dan kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mesin penghitung uang atau mesin ATM.

- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti standar mesin ATM dan mesin untuk menghitung uangtentunya kualitasnya harus lebih baik atau berkualitas tinggi.
- 5) Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan beberapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan fasilitas atau produk.
- 6) Service ability, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- 7) Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalnya bentuk fisik, wana model/desain dan sebagainya.
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli

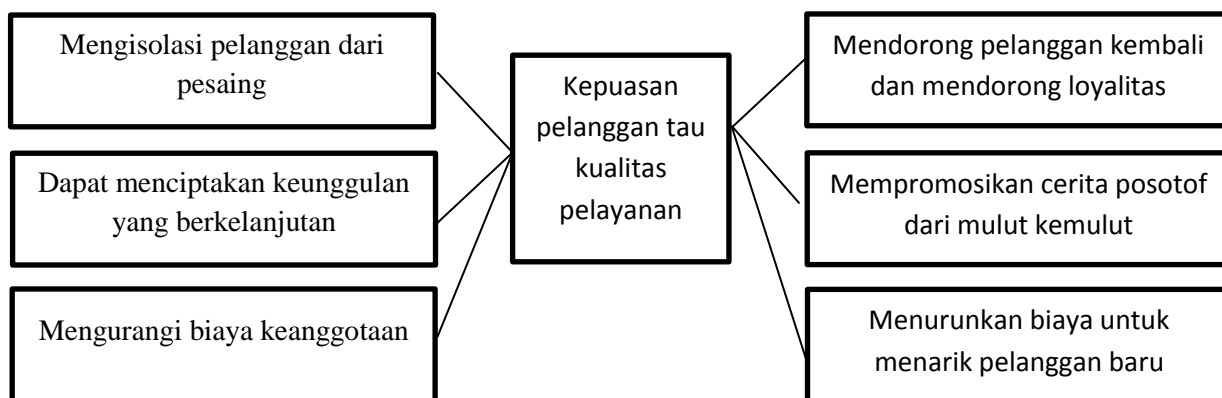


mempersiapkan kualitasnya dari aspek hingga harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan maupun negara pembuatnya. Dalam mengevaluasi kepuasan nasabah terhadap suatu perusahaan tertentu, faktor-faktor penentu yang digunakan bisa berupa kombinasi dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Umumnya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang atau jasa yang dibeli.

### c. Manfaat Kepuasan Nasabah

Menurut Lovelock dan Lauren, manfaat kepuasan nasabah ada 6 seperti gambar berikut ini:<sup>31</sup>

**Gambar 2.1**  
**Manfaat Kepuasan Nasabah**



<sup>31</sup> Lovelock dan Lauren, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Indeks, 2005)

Kepuasan pelanggan banyak memberikan manfaat bagi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan yang semakin tinggi akan menghasilkan loyalitas pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka waktu panjang akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan dari pada terus-menerus dan menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan posisi pelanggan yang telah pergi.

#### **d. Aspek-Aspek Kepuasan Nasabah**

yang menjadi aspek-aspek dalam meningkatkan kepuasan nasabah adalah sebagai berikut, yaitu:

##### 1) *Tangibles*

Nasabah akan merasakan kepuasan tersendiri apabila ia menabung pada sebuah bank yang memiliki bukti fisik yang menarik. Seperti gedung yang bagus, perlengkapan kantor yang lengkap, karyawan yang kompeten, sarana komunikasi yang baik, dan sarana fisik-fisik lainnya yang menarik. Bukti fisik ini akan terlihat secara langsung oleh nasabah. Oleh karena itu, bentuk fisik sebuah bank hendaknya harus menarik dan modern. Sebagaimana didalam alqur'an surat An-Nahl ayat 90.

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا طَوِيلًا وَلِبَاسًا نَقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya:

Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.<sup>32</sup>

## 2) Responsifitas

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank memberikan pelayanan tanpa membedakan kepada nasabah. Hal ini tentunya harus didasarkan dengan adanya keinginan dan kemauan karyawan bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu pihak manajemen bank perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan bank mendukung kegiatan pelayanan kepada nasabah tanpa pandang bulu. Sebagaimana terdapat didalam al qur'an surat An-Nahl ayat 90.

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya:

Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan, h. 153

<sup>33</sup> Kemenag RI, AlQur'an dan Terjemahan, h.276

### 3) *Assurance*

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank yang melayaninya memiliki pengetahuan kompetensi dan sifat atau perilaku yang dapat dipercaya. Hal ini penting agar nasabah yakin transaksi yang merekalakukan benar dan tepat sasaran. Sebagaimana terdapat di dalam surat Al insyiroh ayat 7.

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ

Artinya:

“Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain,”<sup>34</sup>

### 4) *Reliabilitas*

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank dapat memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat, akurat serta sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Guna mendukung hal ini, maka setiap karyawan bank sebaiknya diberikan pelatihan dan pendidikan guna meningkatkan kemampuan.

Sebagai mana terdapt di dalam surat Al-Ahzab ayat 21.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ

الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

---

<sup>34</sup> Kemenag RI, AlQur'an dan Terjemahan h.596

Artinya:

“Sesungguhnya telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.”<sup>35</sup>

#### 5) *Empati*

Nasabah akan merasa puas apabila karyawan bank mampu memberikan kemudahan serta dapat menjalin hubungan dengan nasabah secara efektif. Apalagi jika karyawan bank mampu memahami kebutuhan individu setiap nasabahnya secara cepat dan tepat. Dalam hal ini dihubungkan dengan pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah.<sup>36</sup>

Sebagaimana yang terdapat di dalam surat as syua'ara 181-182.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١) وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ  
الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

Artinya:

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.<sup>37</sup> (Qs. As-syua'ara : 181-182)

<sup>35</sup> Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan, h.420

<sup>36</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisa, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Op, Cit, h. 67-68.

<sup>37</sup> Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan, h. 502

#### **e. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Agar kita tahu bahwa nasabah puas atau tidak puas berhubungan dengan bank, maka perlu adanya alat ukur untuk menentukan kepuasan nasabah. Menurut Kotler pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui 4 sarana:

1) sistem keluhan dan usulan

artinya seberapa banyak keluhan atau komplain yang dilakukan nasabah dalam satu periode makin banyak berarti makin kurang baik demikian sebaliknya. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang tempatnya mudah dijangkau pelanggan atau komentar yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos pada perusahaan

2) survei kepuasan nasabah

dalam hal ini bank perlu secara berkala melakukan survei baik dengan melalui wawancara maupun kuesioner tentang segala sesuatu yang dengan bank tempat nasabah melakukan transaksi selama ini.

3) Konsumen samaran

Bank dapat mengirim karyawannya atau melalui orang lain untuk berpura-pura menjadi nasabah guna melihat pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank secara langsung sehingga

terlihat jelas bagaimana karyawan melayani nasabah sesungguhnya.

#### 4) Analisis mantan pelanggan

Dengan melihat catatan nasabah yang pernah menjadi nasabah bank guna mengetahui sebab-sebab mereka tidak lagi menjadi nasabah bank kita<sup>38</sup>

### **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Irma Fidiyanti dengan penelitian yang berjudul pengaruh kualitas layanan ATM Banking terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya menunjukkan bahwa kualitas layanan ATM Banking berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8% sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking meliputi: bukti langsung, kehandalan, tanggapan, jaminan dan empati terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya.<sup>39</sup>

Sedangkan Eka Mulyati dengan penelitian yang berjudul kepuasan nasabah pada PT. BPRS Sukajadi, menunjukkan hasil penelitian bahwa pelayanan PT. BPRS AL Falah Sukajadi semuanya memuaskan.

---

<sup>38</sup> Ibid, h. 163

<sup>39</sup> Irma Fidiyanti, Skripsi, *Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya*, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, 2013

Hal ini dapat dilihat dari tingkat kepuasan nasabah yang terdiri dari tiga indikator yaitu:

- 1) Menyatakan fasilitas fisik yang terdiri dari brosur mudah didapat IKP rata-rata -1.72. keamanan dan kenyamanan tempat parkir kendaraan IKP rata-rata -2.06, ruang pelayanan yang memadai IKP rata-rata 0.88, keadaan gedung IKP rata-rata -1.54.
- 2) Perlengkapan pegawai dapat dilihat dari peralatan dan perlengkapan yang baik dan memadai IKP rata-rata -0.72, kerapihan dan kebersihan penampilan pegawai IKP rata-rata 0.52.
- 3) Sarana komunikasi dapat dilihat bahwasanya kemudahan dihubungi via telpon IKP rata-rata 0.08 dan membeikan informasi yang lengkap dan akurat IKP rata-rata 0.16.<sup>40</sup>

Selanjutnya dalam penelitian Septiana Dwi Exmawati yang berjudul Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung, menunjukkan bahwa variabel pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 selanjutnya variabel keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,02, sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor yang lebih berpengaruh terhadap

---

<sup>40</sup> Eka Mulyati, Tugas Akhir, *kepuasan Nasabah pada PT. BPRSAL Falah Sukajadi*, Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang, 2010.



kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibanding dengan keunggulan produk.<sup>41</sup>

Sama halnya dengan para peneliti terdahulu Rachmad Hidayat yang melakukan penelitian dengan judul pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri, pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa (1) kualitas layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (2) kualitas produk berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah, (3) pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah.(4) Kualitas Layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah, (5) Kualitas produk berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah, (6) Nilai bagi nasabah berpengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah.<sup>42</sup>

Hasil dari temuan tersebut dinyatakan bahwa sikap pelanggan dan tanggapan penyedia jasa dalam menghadapi keluhan pelanggan, maupun memuaskan pelanggan. Sedangkan kualitas pelayanan yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketetapan waktu pelayanan.

---

<sup>41</sup> Septiana Dwi Exmawati, Skripsi, *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2014.

<sup>42</sup> Rachmad Hidayat. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 11, No. 1, Maret 2009: 59-72

**Tabel 2.2**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu.**

No	Nama	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1	Irma Fidiyanti (2003)	Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banng terhadap kepuasan nasabah pada bank syaiah mandiri KCP Perak Surabaya	Kualitas Layanan ATM Banking berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Surabaya. Besarnya pengaruh kualitas layanan ATM Banking adalah sebesar 52,8% sedangkan sisanya 47,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.	Persamaan Peneliti tersebut dengan penulis terdapat pada variabel Y yaitu kepuasan nasabah.	Perbedaannya dengan penulis adalah penelitian tersebut lebih berfokus pada kualitas Layanan ATM Banking saja.
2.	Eka Mulyati (2010)	Kepuasan Nasabah pada PT.BPRS Al Falah Sukajadi	Variabel Bebas yaitu Kepuasan nasabah pada PT.BPRS Al Falah sepenuhnya sangat memuaskan.	Terdapat pada variabel terikat penulis yaitu kepuasan nasabah.	Tidak terdapat vaiabel kualitas pelayanan.
3.	Septiana Dwi Exmawati (2014)	Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung	Pelayanan mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Mauamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 selanjutnya keunggulan produk mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dengan tingkat signifikan sebesar 0,02 sedangkan dari hasil uji F ternyata faktor pelayanan merupakan faktor		

			yang lebih berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat Tulungagung dibandingkan keunggulan produk.		
4.	Rachmad Hidayat (2009)	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyaitas Nasabah Bank Mandiri	Kualitas Layanan berpengaruh langsung terhadap kepuasan nasabah. (2) Kualitas Layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas nasabah dengan diantarai oleh kepuasan nasabah.	Sama-sama Meneliti Nasabah Bank.	Terdapat 5 variabel serta lokasi yang berbeda.

Sumber: Dikumpulkan dari berbagai sumber, 2017.

### C. Kerangka Berpikir

untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan itu sifatnya relatif juga harapan dan interpretasi pelanggan berbeda-beda pula. secara empirik kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: *reability*, *assurance*, *tangible*, *empathy*, *responsiveness*:

1. *Reability* (kehandalan): yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
2. *Assurance* (jaminan): yaitu pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani dengan rasa percaya diri.
3. *Tangible* (bukti fisik): yaitu penampilan fisik, peralatan, personal dan alat-alat komunikasi.

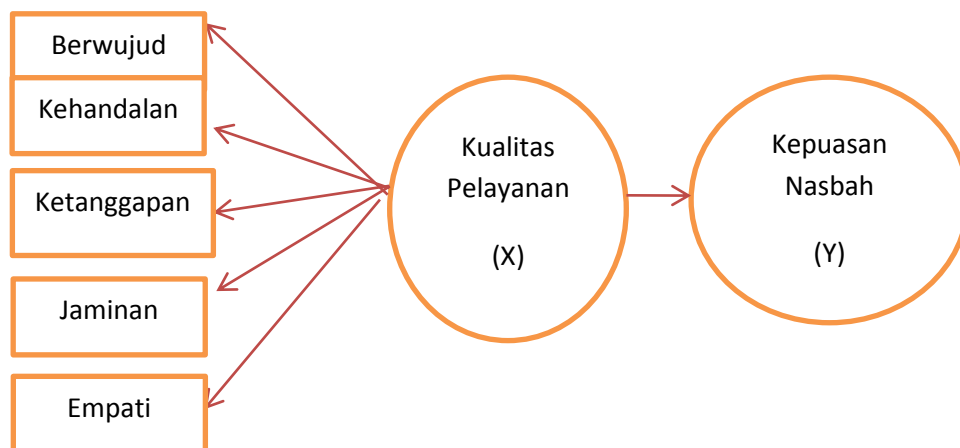
4. *Empathy* (komunikasi): yaitu karyawan harus memberikan perhatian secara individual kepada nasabah dan mengerti kebutuhan nasabah.
5. *Responsiveness* (cepat tanggap): yaitu kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah.

Jika Bank DKI Syariah KCP Matraman, mampu menjabarkan lima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme layanan maka kepuasan nasabah lebih mudah diwujudkan, atau dengan kata lain harapan nasabah untuk merasa puas dengan layanan bank tersebut akan lebih mendekati kenyataan.

Layanan dikatakan berkaualitas apabila nasabah merasa puas, baik pada saat terjadinya kontak layanan pada situasi tertentu maupun disaat paksa pembelian.

Pelanggan dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan pelanggan setelah mengevaluasi produk dengan layanan yang diterimanya. Ketidakpuasan akan timbul jika harapan dan keinginan pelanggan tidak sesuai dengan kualifikasi layanan yang diterimanya (Arnoldus Riyanto, 2006), secara sistematis kerangka berfikir dalam penelitian ini sebagai berikut.

**Gambar. 2.3**  
**Kerangka Berpikir.**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>43</sup> Terdapat dua macam hipotesis dalam penelitian ini yaitu hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan hipotesis nol ( $H_0$ ), Dimana hipotesis alternatif dinyatakan dalam kalimat positif dan hipotesis nol dinyatakan dalam kalimat negatif. Dengan adanya permasalahan yang ada dirumusan masalah sebelumnya, maka hipotesis yang akan diajukan adalah:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan besarnya positif.

<sup>43</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2013). h. 96

## **BAB III**

### **METEDOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Operasional Penelitian**

Agar peneliti ini dapat terarah dengan tepat dan mengatasi terjadinya penyimpangan-penyimpangan pada penyusunan tugas akhir, maka harus ada batasan yang jelas dalam ruang lingkup penelitian yaitu mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah Cabang Matraman.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **a. Tempat penelitian**

Lokasi penelitian ini berada di posisi yang strategis karena dapat dikatakan terletak di pusat kota Jakarta Timur, sehingga dapat memudahkan Bank-bank tersebut untuk maju dan berkembang. Peneliti memilih lokasi ini guna untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan di Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman, jl Matraman Raya Jakarta Timur.

##### **b. Waktu penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan pada Mei 2018 sampai dengan Oktober 2018

### C. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu, data yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.<sup>44</sup>

### D. Variabel Peneliti

Ada dua variabel yang digunakan yaitu, variabel yang dipengaruhi (*independent*) dan variabel yang dipengaruhi (*dependent*).

1. Variabel yang mempengaruhi (*independent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X).
2. Variabel yang dipengaruhi (*dependent variabel*) yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah (Y)

### E. Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013) Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang digunakan peneliti untuk dipelajari dan ditarik suatu kesimpulan.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah di Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman.

---

<sup>44</sup>Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 14

## 2.Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk menjadi penentuan sampel. Teknik sampel ini meliputi *Sampling* sistematis, kouta, *Sampling Insidental*, *Sampling Purposive*, *Sampling* Jenuh dan *Snowball Sampling*.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut:

Dimana:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

**keterangan:**

N : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

E : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

(catatan: umumnya digunakan 1% atau

0,01,5% atau 0,005, dan 10% atau 0,1%)



Populasi yang terdapat dalam penelitian ini berjumlah 4.318 orang dan presisi yang ditetapkan atau tingkat signifikansi 0,1 maka besarnya sampel pada penelitian ini adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{4.318}{1 + 4.318 \cdot 0,1^2}$$

$$n = \frac{4.318}{44,18}$$

= 97,73 dibulatkan menjadi 100

Jadi, jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan satu teknik pengumpulan data yaitu:

##### 1) Kuesioner

Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Metode ini dilakukan dengan

menyebarkan lembar pertanyaan yang berkaitan dengan permasalahan peneliti kepada para responden yakni nasabah Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman.<sup>45</sup>

## **G. Instrument Penelitian**

### **1. Definisi Konseptual**

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan sehingga pelanggan tertarik akan produk atau jasa tersebut. Pelayanan terbaik merupakan tercapainya kepuasan nasabah itu sendiri, sampai nasabah itu merasa keinginannya dan kebutuhannya terpenuhi.

kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya

### **2. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, sumber pengukuran berasal dari aman.<sup>46</sup>

---

<sup>45</sup> Ibid h. 142

<sup>46</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Op.Cit*, h. 100

**Tabel 3.1**  
**Instrumen Penelitian Variabel Kualias Pelayanan**

Variabel	Definisi	Indikator	No. Item
Kualitas Pelayanan (X)	Sarana untuk Mencapai harapan Sebuah pelayanan Dengan kinerja	BuktiFisik(Tangible)	2,3,6
		Empati (Emphaty)	5,9,15
		DayaTanggap(Responsiveness)	1,7,8
		Keandalan (Realibility)	4,10,11
		Jaminan (Assurance)	12,13,14

**Tabel 3.2**  
**Instrumen Penelitian Variabel Kepuasan Nasabah**

Variabel	Definisi	Indikator	No.Item
Kepuasan Nasabah (Y)	Tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang mereka terima dan yang di harapkan	Faktor kenyamanan	1,2,5
		Faktor Kemudahan	3,4
		Faktor Keyakinan	6,7
		Faktor Keamanan	8,9
		Faktor Waktu	9

;

Peneliti menggunakan empat pilihan jawaban yaitu : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS), kriteria alternatif jawaban untuk tiap butir beserta skor untuk setiap pernyataan adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.3**  
**Skala Likert dalam Lembar Kuesioner**

Jawaban	Pernyataan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3. Uji Validitas dan Uji Realibilitas

#### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji instrumen data untuk mengetahui seberapa cermat suatu item dalam mengukur apa yang diukur.<sup>47</sup> uji validitas digunakan untuk menguji apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian valid atau tidak valid. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Perhitungan dilakukan dengan menggunakan *Microsoft Excel 2010*. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5% maka instrumen dikatakan valid dan layak digunakan dalam pengambilan data. Sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%, maka instrumen dikatakan tidak valid dan tidak layak digunakan dalam pengambilan data.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Dwi, Priyatno. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.2014, h. 51.

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, prosedur penelitian: suatu pendekatan praktik,. (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h. 317

### b. Uji Realibilitas

Suharsimi Arikunto, reallibilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.<sup>49</sup> Tingkat realibilitas instrumen ditentukan berdasarkan besarnya koefisien realibilitas instrumen tersebut. Dalam penelitian ini mencari realibilitas instrumen dengan rumus *Alpha Croncbach*:

$$r_{11} = \frac{k}{(k-1)} \left( 1 - \frac{\sigma^2_{\tau}}{\sigma^2_{\tau}} \right)$$

keterangan:

$r_{11}$  =Realibilitas Instrumen

$k$  =Banyaknya Soal

$\sigma^2_{\tau}$  = Jumlah Varians Butir

$\sigma^2_{\tau}$  =Varians Total

### H. Teknik Analisis Data

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya normalitas residual, multikolinieritas, autokorelasi, dan heterokeditas pada model regeresi. Model regersi linear dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi beberapa asumsi klasik.

---

<sup>49</sup>*Ibid*, h. 221.

## 1. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal P-P Plot. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar sekitar garis diagonal, maka nilai residual tersebut telah normal. Selain itu juga dapat dilihat dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov*, jika hasil pengujian tersebut  $>0,05$  maka dapat dikatakan jika residual data telah terdistribusi normal.

### b. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai prediktor mempunyai hubungan linier atau tidak dengan variabel terikat. Menurut Sugiyono jika tidak linier maka analisis regresi tidak bisa dilanjutkan.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas dapat dilakukan dengan dua cara:

Pertama adalah dengan melihat nilai signifikansi pada output spss, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel X dengan variabel Y. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak

terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel X dengan variabel Y.

Kedua adalah dengan melihat nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$  : jika nilai  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$  maka kesimpulannya adalah terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel X dengan variabel Y. Sebaliknya, jika nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka kesimpulannya adalah tidak terdapat hubungan linier secara signifikansi antara variabel X dengan variabel Y.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan uji linieritas menggunakan SPSS jadi, pengambilan keputusan dalam uji linieritas adalah dengan melihat nilai signifikansi pada output SPSS.

## I. Hipotesis Statistik

### 1. Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Nilai R square dikatakan baik jika diatas 0,05 karena nilai R square berkisar antara 0 - 1.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>Bhuono Agung Nugroho, *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), h. 50-51.

## 2. Uji Koefisien Korelasi

Nilai koefisien korelasi merupakan nilai yang digunakan untuk mengukur kekuatan (keeratan) suatu hubungan antar variabel.<sup>51</sup>

Sifat korelasi akan menentukan arah dari korelasi. Keeratan korelasi dapat dikelompokkan sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Indeks Korelasi Product Moment**

Besarnya "r" Product Moment	Interpretasi
0,00 - 0,20	Menunjukkan bahwa korelasi memiliki keeratan sangat lemah.
0,20 – 0,40	Menunjukkan bahwa korelasi memiliki keeratan lemah.
0,40 – 0,70	Menunjukkan bahwa korelasi memiliki keeratan kuat.
0,70 – 0,90	Menunjukkan bahwa korelasi memiliki keeratan sangat kuat.
0,90 – 1,00	Menunjukkan bahwa korelasi sempurna.

## 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis dilanjutkan dengan regresi linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhananya, dan menguji keberartian dan kekeliruan regresi.

<sup>51</sup>Bhuono Agung Nugroho, *Ibid*, h. 35.



a. Persamaan regresi sederhana

Persamaan regresi sederhana diperoleh dengan bentuk

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y= Variabel terikat (variabel yang diduga)

X= Variabel bebas

a= Intersept

b= Koefisien regresi (slop)

nilai a maupun b dihitung melalui rumus yang sederhana, untuk memperoleh nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum Y) - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{n - \frac{(\sum x)^2}{n}}$$

Sedangkan nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$$

b. Koefisien korelasi pada regresi linier sederhana

Koefisien korelasi pada regresi linier sederhana menggunakan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

R = koefisien korelasi pearson.

$\sum XY$  = mean hasil dari perkalian antara skor variabel X dan Y

N= number of cases

$X^2$  = jumlah dari skor X setelah terlebih dahulu di kuadratkan

$Y^2$  = jumlah dari skor Y setelah terlebih dahulu dikuadratkan

X = variabel bebas (jumlah)

Y = variabel terikat (jumlah).

c. Koefisien determinasi pada regresi

Koefisien determinasi atau koefisien penentu dirumuskan

dengan :

$$KD = (KR)^2 \times 100\%$$

KR adalah koefisien korelasi.

#### 4. Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Untuk menguji hipotesis penelitian, maka data yang telah terkumpul dianalisis dengan analisis statistik. Kedua hipotesis ini diuji dengan teknik analisis korelasi dan regresi sederhana.

Hipotesis statistik yang diuji dalam penelitian ini adalah:

Ho: kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank DKI Syariah KCP Matraman.

Ha: kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di DKI Syariah KCP Matraman.

Kesimpulan apakah Ho diterima atau ditolak, diperoleh dengan syarat hipotesis menurut metode analisis korelasi diketahui Ho ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap

kepuasan nasabah di DKI Syariah KCP Matraman , begitu juga sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_0$  ditolak yang kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah di DKI Syariah KCP Matraman.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Profil Singkat Bank DKI Syariah**

Bank DKI pertama kali didirikan di Jakarta dengan nama “PT Bank Pembangunan Daerah Jakarta Raya” sebagaimana termaktub dalam Akta Pendirian Perseroan Terbatas Perusahaan Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya (PT Bank Pembangunan Daerah Djakarta Raya) No. 30 tanggal 11 April 1961 dibuat oleh dan di hadapan Eliza Pondaag S.H., Notaris di Jakarta, yang telah memperoleh penetapan Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan Surat Keputusan No. J.A.5/31/13 tanggal 11 April 1961 dan telah didaftarkan dalam buku register di Kantor Pengadilan Negeri Jakarta No. 1274 tanggal 26 Juni 1961 serta telah diumumkan dalam Tambahan No. 206 Berita Negara Republik Indonesia No. 41 tanggal 1 Juni 1962.

Bank DKI Syariah merupakan Unit Usaha Syariah dari PT. Bank DKI, diresmikan operasional usahanya pada tanggal 16 Maret 2004 oleh Gubernur DKI Jakarta Bpk. H. Sutiyoso bertempat di Gedung Cabang Syariah Wahid Hasyim Jl. KH. Wahid Hasyim no, 153, Jakarta Pusat.

##### **2. Visi dan Misi DKI Syariah**

###### **a. Visi DKI Syariah**

Menjadi Bank Regional Modern dan Bernilai Tinggi yang Menjaga Kesimbangan antara Keuntungan dan Pembangunan Jakarta.

1. Bank Regional: Bank Pembangunan Daerah Milik Pemprov DKI Jakarta.
2. Modern: mempunyai kualitas tampilan kantor yang bersih, dan masa kini dengan kualitas layanan, nasabah secara langsung maupun layanan e-channel yang terbaik antara Bank pembangunan daerah.
3. Bernilai Tinggi: mempunyai ciri khas dengan keunikan layanan dan daya saing yang terbaik bagi pemangku kepentingan Bank serta mampu mendapatkan valuasi tinggi bagi investor
4. Mejaga Keseimbangan: fokus bisnis yang seimbang antara melakukan tanggung jawab sebagai Bank regional dengan tetap memperoleh profit/keuntungan.
5. Keuntungan: mampu menghasilkan laba secara signifikan yang berkelanjutan dan memberikan kontribusi deviden bagi Pemprov DKI serta memberikan kesejahteraan bagi karyawan berupa kompensasi financial berdasarkan performa kinerja.
6. pembangunan Jakarta: sebagai pengelola keuangan Pemprov DKI Jakarta, pendukung dan partisipasi aktif dalam pembangunan kota Jakarta dalam peningkatan layanan kepada masyarakat Jakarta.

**b. Misi DKI Syariah**

Mendukung pengembangan Jakarta dengan menjadi Bank pilihan untuk transaksi, UMKM dan mewujudkan masyarakat less-cash

- 1) Mendukung Pengembangan Jakarta: partisipasi proaktif dalam pembangunan Jakarta sekaligus sebagai mitra Pemprov DKI dalam memberikan layanan publik untuk penduduk Jakarta.
- 2) Menjadi Bank pilihan untuk transaksi: sebagai sentral transaksi antara Pemprov dan penduduk Jakarta dengan penyediaan produk dan layanan transaksi terbaik.
- 3) Bank pilihan UMKM: mitra dunia usaha dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di wilayah DKI Jakarta dan Greater Jakarta, khususnya UMKM binaan Pemprov DKI Jakarta dengan peyediaan produk layanan retail dan mikro yang lengkap, kompetitif serta berkualitas tinggi.
- 4) Bank pilihan mawujudkan masyarakat Less Cash: mitra usaha Pemprov DKI dalam mewujudkan kota Jakarta sebgai “model city” dari “Less-Cash society” di indonesia.

### **3. Sejarah DKI Syariah**

Bank DKI Syariah bertekad untuk dapat memberikan pelayanan kepada nasabah sebaik-baiknya berdasarkan prinsip syariah, sehingga Bank DKI Syariah dijadikan mitra bagi pengguna jasa perbankan yang mayoritas berbisnis berdasarkan prinsip syariah.

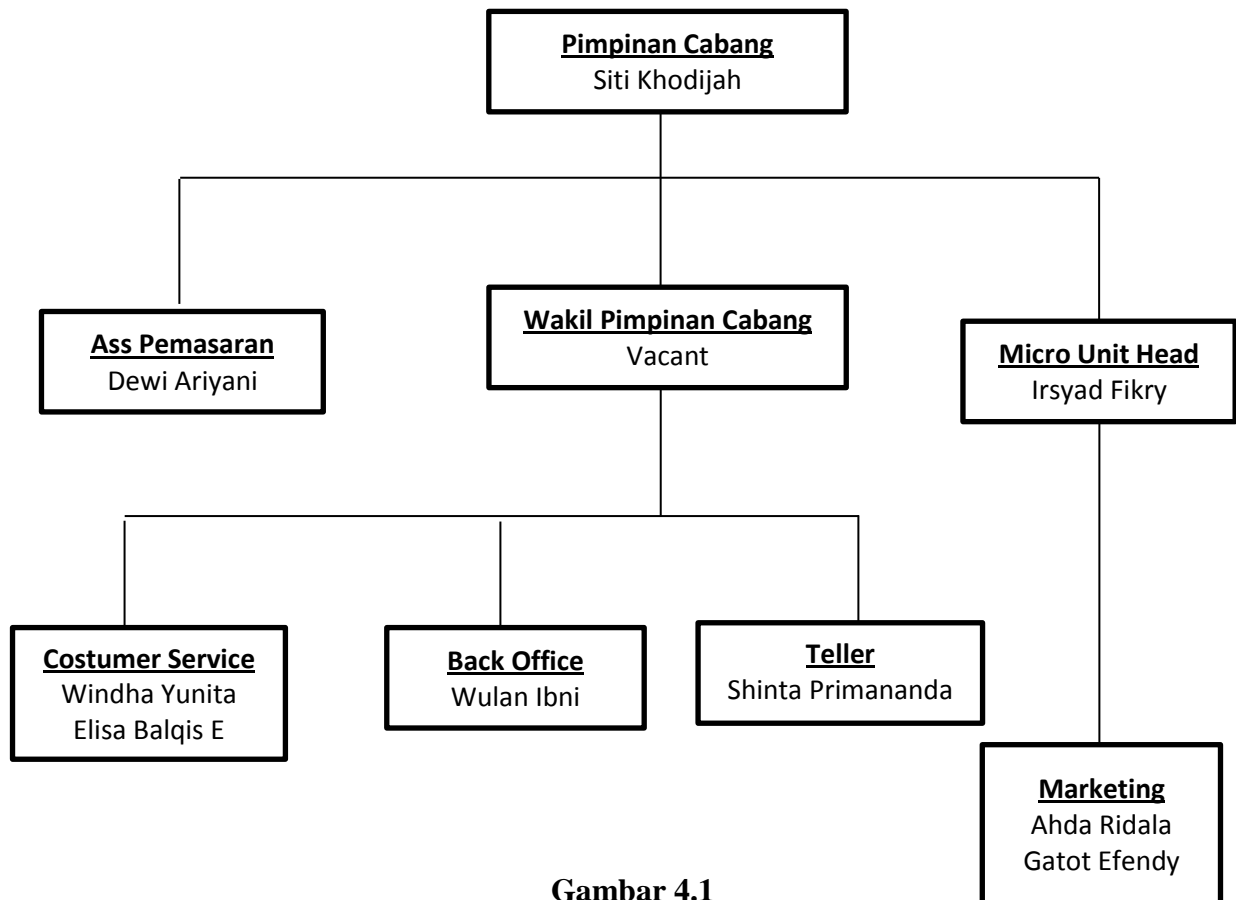
Sebagai salah satu bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, Bank DKI Syariah senantiasa berkomitmen untuk meningkatkan kinerja dan layanan Perbankan yang sesuai dengan

ketentuan syariah kepada masyarakat, sehingga masyarakat semakin dekat dan mudah untuk bertransaksi dengan Bank DKI Syariah .

Membuka kantor cabang maupun kantor cabang pembantu merupakan upaya Bank DKI untuk mengibaskan sayap sayapnya. Kantor Cabang Pembantu Matraman adalah salah satu yang menjadi KCP Bank DKI Syariah dibawah Kantor Cabang (KC) Bank DKI Syariah KCP Matraman mulai berdiri pada tahun 2008 tepatnya pada bulan April. Pada permulaan pendirian DKI Syariah KCP Matraman adalah sebagai pondasi awal sebelum menjadi DKI Syariah KCP Matraman pada saat ini, usaha yang didasari dengan kerja keras serta diiringi dengan doa, Bank DKI Matraman adalah salah satu KCP Bank DKI Syariah Matraman yang pertaman kali dibentuk dikawasan Jl. Raya Matraman No. 54 Jakarta Timur.

#### **4. Struktur Organisasi**

Berikut ini adalah gambar struktur organisasi PT. Bank DKI Syariah Kantor Cabang Pembantu Matraman.



**Gambar 4.1**  
**Struktur Organisasi**

## **B. Uji Persyaratan Analisis**

### **1. Uji Validitas**

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan pada 100 nasabah DKI Syariah KCP Matraman dengan lembar angket/kuesioner variabel kualitas pelayanan berjumlah 20 butir pernyataan, lembar angket/kuesioner variabel kepuasan nasabah 5 pernyataan. Hasil uji vaiditas dirangkum dalam tabel berikut:



**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**  
**Kualitas Pelayanan**

No	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Kesimpulan
1	0,441	0,197	Valid
2	0,505	0,197	Valid
3	0,400	0,197	Valid
4	0,387	0,197	Valid
5	0,536	0,197	Valid
6	0,518	0,197	Valid
7	0,493	0,197	Valid
8	0,596	0,197	Valid
9	0,409	0,197	Valid
10	0,488	0,197	Valid
11	0,440	0,197	Valid
12	0,479	0,197	Valid
13	0,372	0,197	Valid
14	0,328	0,197	Valid
15	0,559	0,197	Valid
16	0,331	0,197	Valid
17	0,539	0,197	Valid
18	0,416	0,197	Valid
19	0,513	0,197	Valid
20	0,602	0,197	Valid

**Tabel 4.3**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen**  
**Kepuasan Nasabah**

No	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Kesimpulan
1	0,373	0,197	Valid
2	0,682	0,197	Valid
3	0,711	0,197	Valid
4	0,710	0,197	Valid
5	0,708	0,197	Valid

Sumber: hasil olah SPSS 24. 2018

Hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki r hitung > dari r tabel (0,197) dan bernilai positif.

Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Realibilitas

Kriteria pengujian realibilitas instrumen dilakukan dengan cara membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf yang signifikan  $\alpha = 0,05$ . Jika hasil perhitungan ternyata  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen dinyatakan reliabel, sebaliknya jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen dinyatakan tidak reliabel. Butir soal yang telah dianalisis kemudian hasilnya dicocokkan dengan menggunakan koefisien sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Koefisien realibilitas**

No	Koefisien Korelasi	Kualifikasi
1	Antara 0,801-1,00	Sangat Tinggi
2	Antara 0,601-0,800	Tinggi
3	Antara 0,401-0,600	Cukup
4	Antara 0,201-0,400	Rendah
5	Antara 0,00-0,200	Sangat Rendah

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Realibilitas Instrumen**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Interpretasi
Kualitas Pelayanan	0,727	Tinggi
Kepuasan Nasabah	0,756	Tinggi

Sumber: hasil olah SPSS 24. 2018

Berdasarkan hasil uji realibilitas dengan menggunakan data yang valid, dilihat dari *Cronbach Alpha* dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan realibel digunakan dalam penelitian.

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data pada setiap variabel berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dilakukan pada variabel kualitas pelayanan (X), Kepuasan Nasabah (Y). Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS hasil dari tabel One Sample Kolmogorov-Smirnov test diperoleh angka probabilitas atau asymp sig (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,005. Menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika Asymp sig (2-tailed)  $>$  0,005 maka distribusi data adalah normal.
- 2) Jika Asymp sig (2-tailed)  $<$  0,005 maka distribusi data adalah tidak normal.

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dihitung dengan menggunakan *SPSS v. 20* sebagai berikut

**Tabel 4.6**  
**Output Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas pelayana	Kepuasan nasabah
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	78.75	19.90
	Std. Deviation	6.687	2.213
Most Extreme Differences	Absolute	.077	.148
	Positive	.045	.132
	Negative	-.077	-.148
Test Statistic		.077	.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukn bahwa kedua variabel memiliki nilai Asymp. Sig.(2- tailed) > 0,05, sehingga disimpulkan bahwa persebaran data dari kedua variabel berdtribusi normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikan > 0,05 maka hubungan antara variabel bebas degan variabel terikat adalah linier.

**Tabel 4.7**  
**Output Uji Linieitas**  
**ANOVA Table**

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	222.342	28	7.941	2.146	.005
		Linearity	80.918	1	80.918	21.873	.000
		Deviation from Linearity	141.424	27	5.238	1.416	.124
Within Groups			262.658	71	3.699		
Total			485.000	99			

Berdasarkan hasil perhitungan uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Linieritas**

No	Variabel	Signifikasi	Alpha	Keterangan
1.	Kualitas pelayanan (X) dengan Kepuasan Nasabah	0,124	0,005	Linier

Sumber: Data primer ysng diolah

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat menunjukkan bahwa nilai koefisien signifikasi yaitu  $0,124 > 0,005$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan memiliki hubungan yang linier terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan nasabah.

Adapun menguji hubungan linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y). Pengambilan keputusan untuk uji linieritas dengan cara mengkonsultasikan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%, maka regresi linier. Begitu pula sebaliknya apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5% maka regresi tidak linier.

Adapun rangkuman hasil perhitungan uji linieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.9**  
**Ringkasan Hasil Uji Linieritas**

No	Variabel	Fhitung	Ftabel	Kesimpulan
1	X dengan Y	1,416	2,14	Linier

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki hubungan yang linier. Hal ini dikarenakan harga Fhitung lebih kecil dari pada Ftabel dengan taraf signifikansi 5%. Perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada (lampiran), persyaratan dapat dipenuhi dengan dilakukannya uji linieritas yang hasilnya menyatakan bahwa hubungan antara variabel bebas dan terikat nya linier. Dengan demikian, semua persyaratan analisis telah dipenuhi, sehingga teknik analisis regresi untuk diuji hipotesis dapat dilakukan.

### **C. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan ditolak atau diterima. Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu telah dilakukan pengujian persyaratan analisis yang meliputi: uji normalitas dan uji linieritas. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa kedua kelompok data tersebut berdistribusi normal dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap

variabel Y, sehingga memenuhi persyaratan untuk melanjutkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji persamaan regresi

### 1) Hipotesis Regresi Linier Sederhana

Menurut Priyatno, analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh atau variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi linier X terhadap Y dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b = Koefisien regresi untuk media sosial

X = Kualitas Pelayanan

Untuk menghitung hasil persamaan regresi linier sederhana penulis menggunakan SPSS dan mendapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Output Regresi Linier Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.253	2.412		3.836	.000
	X	.135	.031	.408	4.430	.000

a. Dependent Variable: Y

a = angka konstan dari unstandardizes coefficient yang bernilai

9,253, angka ini merupakan angka konstan yang memiliki arti bahwa

jika tidak ada kualitas pelayanan (variabel X), maka nilai konsisten kepuasan nasabah (variabel Y) adalah 9.253.

$b$  = angka koefisien regresi yang bernilai 0,135. Angka ini mempunyai arti bahwa setiap pembelian 1% tingkat kualitas pelayanan (variabel X), maka kepuasan nasabah akan meningkat 0,135.

Karena nilai persamaan regresi linier bernilai positif, maka dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan (variabel X) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah (variabel Y) sehingga persamaan regresinya adalah  $Y = 9,253 + 0,135X$

Setelah persamaan regresi linier ini dapat ditemukan kepada penulis akan menguji koefisien regresi tersebut. untuk mengetahui apakah signifikansi atau tidak, maka digunakan dengan membandingkan nilai signifikansi (Sig) probabilitas 0,05 pada tabel 4.9 bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000 = probabilitas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

## 2) Uji Hipotesis Signifikasi

$H_0$  : tidak ada pengaruh yang nyata (signifikansi) variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y)

$H_a$  : ada pengaruh yang nyata (signifikansi) variabel (X) terhadap variabel terikat (Y)

Dari output diatas dapat diketahui nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$  sebesar 4.430 > 1,985 dengan nilai signifikansi 0,000 = 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yang berarti ada pengaruh yang nyata (signifikansi) antara



variabel X terhadap variabel Y yang artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

### 3) Uji Hipotesis Koefisien Korelasi Regresi

Mencari korelasi antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

dengan menggunakan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{[\sum X^2 - (\sum X)^2/n][\sum Y^2 - (\sum Y)^2/n]}$$

Keterangan:

n = banyaknya pasangan data X

$\sum X$  = total jumlah dari variabel X

$\sum y$  = total jumlah dari variabel Y

$\sum X^2$  = kuadrat dari total jumlah variabel X

$\sum y^2$  = kuadrat dari total jumlah variabel Y

$\sum X y$  = hasil perkalian dari total jumlah variabel X dan variabel Y

**Tabel 4.11**  
**Output Koefisien Korelasi**

		Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.408**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Berdasarkan nilai signifikansi bahwa jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka terdapat korelasi. Pada penelitian ini, nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka terdapat korelasi dan memiliki tingkat hubungan sangat rendah

#### 4) Uji hipotesis Koefisien Determinasi

Uji hipotesis koefisien determinasi dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus  $KD = r^2 \times 100\%$  dan langkah-langkah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} KD &= r^2 \times 100\% \\ &= 0,408^2 \times 100\% \\ &= 0,166 \times 100\% \\ &= 16,6\% \end{aligned}$$

Dengan demikian dapat diketahui bahwa koefisien determinasi dalam penelitian ini sebesar 16,6%.

#### 5) Pembahasan Hasil Penelitian

Dari hasil perhitungan persamaan regresi  $Y = 9,253 + 0,135X$ . Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 nasabah dari jumlah populasi 4.318 nasabah.

Berdasarkan output persamaan regresi diatas dapat diketahui nilai Thitung lebih besar daripada Ttabel yaitu sebesar  $4,430 > 1,985$  dengan nilai signifikansi  $0,000 = 0,05$ . Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y. Artinya, terdapat pengaruh kualitas pelayanan

terhadap kepuasan nasabah. Dan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel X dengan variabel Y dapat digunakan analisis koefisien determinasi (KD) yaitu sebagai berikut:

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

$$= 0,408^2 \times 100\%$$

$$= 0,166 \times 100\%$$

$$= 16,6\%$$

Dari perhitungan diatas didapatkan Koefisien Determinasi (KD) sebesar 16,6%. Hal ini mempunyai arti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 16,6% terhadap kepuasan nasabah sedangkan 83,4 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak termasuk didalam penelitian ini.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank DKI Syariah KCP Matraman Jakarta Timur, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif dan signifikansi terhadap kepuasan nasabah, artinya semakin efektif kualitas pelayanan yang dilakukan semakin tinggi kepuasan nasabah di Bank DKI Syariah, khususnya DKI Syraiah KCP Matraman Jakarta Timur. Hal ini dibuktikan dengan koefisiensi regresi 0,408, nilai  $T_{hitung} > T_{tabel}$   $4.430 > 1.985$  dengan nilai signifikansi  $0,001 = 0,05$ . Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh sebesar 16,6% terhadap kepuasan nasabah sedangkan 83,4%, dipengaruhi oleh variabel lain yang bisa termasuk dalam penelitian ini.

Jika kualitas pelayanan semakin meningkat maka kepuasan nasabah juga akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan yang ada di Bank DKI Syariah semakin menurun maka kepuasan nasabah juga dapat menurun.

#### **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang telah diuraikan diatas, maka saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat untuk penelitian ini adalah :

1. Meningkatkan lagi kualitas pelayanannya kern memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap nasabah. Untuk itu pihak bank harus memberikan pelayanan yang optimal serta sarana dan prasarana yang baik, terlebih dari itu di dalam pelayanan seperti halnya pihak bank harus menambahkan karyawan seperti *Teller* dan *Customer Service* dikarenakan banyaknya nasabah yang datang ke bank akhirnya tidak menerima pelayanan yang maksimal, karena tak sebanding dengan karyawan yang dipekerjakannya. Maka dari itu sebaiknya pihak bank adanya penambahan *Teller* atau *Customer Service* di Bank DKI Syariah KCP Matraman Jakarta Timur.
2. Bagi peneliti diharapkan dari hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi pengembangan kualitas pelayanan, dengan upaya untuk meningkatkan jumlah nasabah di Bank DKI Syariah.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan pembaca mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sehingga ketika ada yang ingin bekerja di suatu perusahaan atau instansi terlebih di perbankan syariah dapat membantu perusahaan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya karena sangat berpengaruh terhadap jumlah nasabah yang ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adya Atep Barata, *Dasar-dasar Pelayanan Prima*, Cetakan 2. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Andrian Payne, 2000 *Service Marketing Pemasaran Jasa*, Bandung: Andi,
- Aritonang Lerbin R, *Kepuasan Pelanggan*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta : Wahana Kardofa, 2013)
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Op.Cit.*
- Bhuono Agung Nugroho, 2005. *Strategi Jitu: Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi Offset).
- Dwi, Priyatno. *SPSS 22: Pengelolaan Data Terpraktis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset. 2014.
- Eka Mulyati, 2010. *Tugas Akhir, kepuasan Nasabah pada PT. BPRSAL Falah Sukajadi*, Jurusan D3 Perbankan Syariah Fakultas Syariah IAIN Raden Fatah Palembang.
- Fandy Tjiptono, 2014. *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta: Andi Offset).
- Irma Fidiyanti, 2013. Skripsi, *Pengaruh Kualitas Layanan ATM Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Syariah Mandiri KCP Perak Suarabaya*, Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya.
- Kasmir, 2008. *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi Cet ke- 3, (Jakarta: Kencana).
- Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008
- Kasmir, 2003. *Manajemen Perbankan*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo).
- Kasmir, 2005. *Etika Customer Service*, (Jakarta, Divisi Buku Perguruan Tinggi PT., Raja Grafindo Persada). 2005.
- Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan.
- Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan.

- Kemenag RI, Al Qur'an dan Terjemahan.
- Kemenag RI, AlQur'an dan Terjemahan.
- Kemenag RI, AlQur'an dan Terjemahan.
- Kotler, Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT. Indeks).
- Kotler, Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Prehallindo).
- Kotler, Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terjemahan Hendra Teguh SE. Ak dan A. Rusli. AK, (Jakarta: Prenhallindo).
- Muhammad dkk, 2004. *Teknik Perhitungan Bagi Hasil dan Profit Margin pada Bank Syariah* (Yogyakarta: UII Press.)
- Murti sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, 2002, (Yogyakarta: Liberty). Edisi revisi.
- Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.
- Pasal 2 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.
- Pasal 3 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Bank Syariah.
- Philip Kotler, 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisa, perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, terjemahan Hendra Teguh SE, AK dan A. Rusli, AK. (Jakarta: Prenhallindo).
- Rambat Lopiyoadi, A. Hamdani, 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. (Jakarta: SalembaEmpat).
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. (Yogyakarta: Andi Offset: 2013).
- Septiana Dwi Exmawati, Skripsi, *Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulungagung*, Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Tulungagung, 2014.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: CV. Alfabeta).
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta).

Suharsimi Arikunto, 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta,).

Sumarni, Murti, 2002. *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta, Liberty).

Tjiptono, Fandy Tjiptono, 2000. *Manajemen Jasa*, Yogyakarta,

Tjiptono, Fandy, 2005. *Pemasaran Jasa*, 2005. (Jatim, Bayumedia Publishing).

Wahyuningsih, Anis, *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Berdasarkan pada Kualitas Pelayanan*, Surakarta, Skripsi Fakultas Ekonomi.

Yamit, Zulian, 2002. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, (Yogyakarta: Ekonesia,).





**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

**STATUS : BERAKREDITASI**

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : 08 /F.6-UMJ/IV/2018  
Lamp : 1 (satu) bundel  
Hal : *Bimbingan Skripsi Mahasiswa*

Jakarta, 16 Sya'ban 1439 H  
02 Mei 2018 M

Yth.  
Ibu Hasanah, S.E., M.M.  
Dosen Pembimbing Skripsi  
Fakultas Agama Islam UMJ  
di  
tempat

*Assalamu'alaikum W.W.*

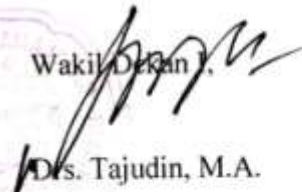
Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Ibu untuk menjadi pembimbing penulisan skripsi bagi mahasiswa :

Nama : MUHAMMAD MA'SUM  
Nomor Pokok : 2014570105  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (S1)  
Judul : *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Duri Kosambi Jakarta Barat.*

Bersama ini dilampirkan proposal penulisan skripsi yang masih bersifat sementara dan perlu penyempurnaan. Kami mengharapkan agar proses bimbingan dapat diselesaikan paling lama 6 (enam) bulan.

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik Ibu kami ucapkan terimakasih.

*Wabillahittaufiq Walhidayah*  
*Wassalamu'alaikum W.W.*

Wakil Dekan I,  
  
Drs. Tajudin, M.A.

- Tembusan:
1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
  2. Yth. Ketua Program Studi MPS
  3. Arsip



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
 Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>  
 E-mail : [faiumj@gmail.com](mailto:faiumj@gmail.com). Kode Pos 15419

Nomor : 119/F.6.I-UMJ/IX/2018  
 Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta, 5 Muharram 1440 H  
 15 September 2018 M

Kepada Yth.  
 Kepala Bank DKI Syariah Matraman  
 Jl. Matraman Raya No.54, Kebon Manggis Rt.12/2, Jakarta Timur  
 di  
 tempat

Assalamu'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : MUHAMMAD MA'SUM  
 Nomor Pokok : 2014570105  
 Tempat Tgl/Lahir : Jakarta, 3 Januari 1997  
 Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
 Jenjang : Strata Satu (SI).  
 No. HP : 087737657992

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

*"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah  
 Di Bank DKI Syariah Matraman, Jakarta Timur"*

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq walhidayah  
 Wassalamu'alaikum W. W.

a.n. Dekan,  
 Wakil Dekan  
 Drs. Tajudin, M.A.

Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip

SURAT MASUK	
No 62/Um/IX/118 19-9-18	Paraf:
YR 130	CATATAN
- v tiket - mnt info ka 671 tabnit publikasi / ltr ktr	

- file - ps 1st 20/9/18

**SURAT KETERANGAN**  
**No. 884/K/CPSM/X/2018**

KCP Syariah Matraman

Jl. Matraman Raya No. 54  
Jakarta Timur 13150  
Telp. : (62-21) 8590 8121  
Fax. : (62-21) 5890 8131

*Assalaamu'alaikum Wr.Wb.*

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Siti Khodijah  
Unit Kerja : PT. Bank DKI Capem Syariah Matraman  
Jabatan : Pemimpin

Dengan ini merangkan bahwa:

Nama : Muhammad Ma'sum  
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 3 Januari 1997  
Alamat : Jl. H. Junib RT. 008 RW. 007  
Kel. Duri Kosambi Kec. Cengkareng  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhamadiyah Jakarta  
NIM : 2014570005  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian di Bank DKI Cabang Pembantu Syariah Matraman pada tanggal 10 Oktober 2018 s/d 11 Oktober 2018.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb.*

Jakarta, 18 Oktober 2018

PT Bank DKI  
Capem Syariah Matraman *me*



Siti Khodijah  
Pemimpin

VARIABEL KEPUASAN														JML	VARIABEL KEPUASAN				JML							
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	85	4	4	5	4	4	21
4	4	3	5	3	5	3	3	4	2	3	5	5	4	5	3	4	4	3	3	77	4	4	5	5	5	23
5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	5	4	4	4	5	4	4	82	4	5	4	3	4	20	
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	3	4	5	5	89	3	3	3	3	3	15	
3	3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	3	3	4	2	5	4	73	4	4	2	3	5	18	
4	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	3	78	4	4	4	5	5	22	
5	5	4	4	3	3	2	5	3	3	4	4	5	3	4	2	4	4	2	74	3	2	3	4	4	16	
3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	4	77	4	4	5	5	5	23	
4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	74	4	4	3	3	3	17	
4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	81	3	4	3	3	3	16	
4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	5	4	5	4	5	3	4	3	73	3	4	5	5	5	22	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	62	3	4	3	3	3	16	
4	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	3	3	4	5	5	76	3	4	3	3	3	16	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	5	5	84	3	3	3	3	3	15	
5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	84	4	4	3	4	4	19	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	85	4	4	4	4	4	4	20	
3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	78	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	72	4	4	3	4	3	4	18	
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	68	3	3	3	4	4	4	18	
4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	70	3	3	3	3	3	3	15	
3	4	5	4	3	4	3	4	2	2	3	4	3	3	3	3	4	3	68	4	4	4	4	4	4	20	
3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	59	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	68	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	2	4	3	3	71	4	4	4	3	5	5	21	
4	5	2	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	75	4	4	4	3	4	5	20	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	5	5	77	4	3	4	4	5	4	20	

5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5	83	4	4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	66	4	4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	4	2	2	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	83	5	5	5	5	5	5	25	
3	3	4	5	3	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	2	66	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	3	3	4	5	4	4	3	2	4	5	2	4	5	4	5	4	77	5	4	4	4	4	4	21	
4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	3	5	80	5	4	4	4	3	4	20	
5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	4	4	76	4	4	4	3	3	4	18	
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	76	4	5	4	3	4	4	20	
4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	71	4	4	4	3	3	4	18	
3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	5	4	4	4	3	72	4	4	4	4	3	5	3	19	
3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	75	4	4	4	4	3	4	5	20	
3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4	78	4	4	4	4	4	4	4	19	
4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	78	4	4	4	3	4	4	19	
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	89	4	4	4	4	4	4	4	20	
3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	84	5	5	5	4	4	5	3	22	
3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	85	4	4	4	4	4	5	4	21	
4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	76	4	4	4	4	2	4	4	16	
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	76	4	4	4	4	4	4	2	16	
3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	3	3	73	4	4	4	4	4	3	3	18	
4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	75	4	4	4	4	3	5	4	20	
2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	4	71	4	4	4	4	3	4	3	18	
3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	71	4	4	4	4	3	3	4	18	
4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	86	4	4	4	4	3	5	4	20	
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	91	4	4	4	4	4	4	5	21	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	94	5	5	5	5	5	5	4	24	
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	94	5	5	5	5	5	5	4	24	
4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	92	4	5	5	5	5	5	5	24	

5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	88	5	4	5	4	5	5	23
4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	85	4	4	4	4	5	5	21
4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	86	4	5	4	5	5	5	23
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81	4	4	4	4	5	5	21
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	3	5	5	5	5	5	23
3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	81	4	5	4	5	5	5	23
5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	90	4	5	5	5	5	5	24
5	4	3	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	83	4	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	87	5	4	4	5	3	4	21
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	82	4	5	4	5	4	4	22	
4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	78	4	4	3	4	4	4	19	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	75	4	5	4	4	4	5	22	
5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	84	3	4	4	3	5	5	19	
5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	85	4	4	4	4	5	4	21	
4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	4	4	4	4	5	5	22	
4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	80	5	4	3	4	4	3	19	
5	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	88	4	4	4	4	4	4	20	
4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	85	4	3	5	3	5	5	20	
5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	82	4	4	4	4	4	5	21	
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	4	4	5	4	4	5	21	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	2	4	5	4	4	5	20	
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	3	5	5	5	5	5	23	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84	3	5	4	3	5	5	20	
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85	5	4	4	4	4	4	21	
5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	4	4	4	4	4	4	20	
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	4	3	3	4	4	4	20	
4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	4	3	3	4	4	4	18	

**LAMPIRAN  
KUESIONER  
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA BANK DKI SYARIAH KANTOR CABANG  
PEMBANTU MATRAMAN**

**1. Identitas Responden**

- a. Nama:
- b. Jenis kelamin:
- c. Pekerjaan:

**2. Petunjuk Pengisian Kuesioner**

- a. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
- b. Berilah tanda (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
- c. Ada (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:
  - Sangat setuju (SS)
  - Setuju (S)
  - Netral (N)
  - Tidak Setuju (TS)
  - Sangat Tidak Setuju (STS)

No.	VARIABEL TANGIBLES (BERWUJUD)	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
	<b>PERNYATAAN</b>					
1.	Lokasi Bank DKI Syariah Cabang Matraman strategis dan mudah dijangkau					
2.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan ( misalnya : mesin ATM, ruang tunggu, tempat parkir dll).					
3.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman menggunakan peralatan yang terlihat					

	canggih dan modern.					
4.	Informasi yang diberikan Bank DKI Syariah Cabang Matraman mudah dimengerti dan dipahami					
	<b>VARIABEL REALIBILITY (KEANDALAN)</b>					
6.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya					
7.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah					
8.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman melayani nasabah sejak pertama kali datang					
9.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya.					
	<b>VARIABEL RESPONSIVES (DAYA TANGGAP)</b>					
10.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matraman mengetahui kebutuhan nasabah					
11.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matraman tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk).					
12.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matraman melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.					
13.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matraman memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.					
	<b>VARIABEL ASSURANCE (JAMINAN)</b>					
14.	Bank DKI Syariah Cabang Matraman menjamin					



	keamanan nasabah dalam bertransaksi					
15.	Bank DKI Syariah Cabang Matramandapat menyimpan data dengan benar dan akurat.					
16.	Transaksi Bank DKI Syariah Cabang Matramanbebas dari kekeliruan					
17.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matramandapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah					
18.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matramanselalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.					
	<b>VARIABEL EMPHATY (EMPATI)</b>					
19.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matramanbersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.					
20.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matramanpenuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.					
21.	Staf Bank DKI Syariah Cabang Matramanbersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.					
	<b>VARIABEL KEPUASAN</b>					
22.	Anda merasa puas dengan sistem syariah yang dijalankan Bank DKI Syariah Cabang Matraman.					
23.	Tabungan Bank DKI Syariah memberi kemudahan bagi anda dalam melakukan transaksi perbankan.					
24.	Anda merekomendasikan kepada keluarga, teman atau rekan kerja anda untuk menjadi nasabah di Bank DKI Syariah Cabang Matraman.					
25.	Anda merasa senang menabung di Bank DKI Syariah.					
26.	Anda merasa puas dengan bagi hasil yang diberikan tabungan Bank DKI Syariah Cabang Matraman.					

**Hasil Uji Validitas Instrumen  
Kualitas Pelayanan**

No	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Kesimpulan
1	0,441	0,197	Valid
2	0,505	0,197	Valid
3	0,400	0,197	Valid
4	0,387	0,197	Valid
5	0,536	0,197	Valid
6	0,518	0,197	Valid
7	0,493	0,197	Valid
8	0,596	0,197	Valid
9	0,409	0,197	Valid
10	0,488	0,197	Valid
11	0,440	0,197	Valid
12	0,479	0,197	Valid
13	0,372	0,197	Valid
14	0,328	0,197	Valid
15	0,559	0,197	Valid
16	0,331	0,197	Valid
17	0,539	0,197	Valid
18	0,416	0,197	Valid
19	0,513	0,197	Valid
20	0,602	0,197	Valid

**Hasil Uji Validitas Instrumen  
Kepuasan Nasabah**

No	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Kesimpulan
1	0,373	0,197	Valid
2	0,682	0,197	Valid
3	0,711	0,197	Valid
4	0,710	0,197	Valid
5	0,708	0,197	Valid

**Hasil Uji Realibilitas Instrumen**

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Interpretasi
Kualitas Pelayanan	0,727	Tinggi
Kepuasan Nasabah	0,756	Tinggi

## Uji Persyaratan Analisis

### a. Normalitas

		Kualitas pelayana	Kepuasan nasabah
N		100	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	78.75	19.90
	Std. Deviation	6.687	2.213
Most Extreme Differences	Absolute	.077	.148
	Positive	.045	.132
	Negative	-.077	-.148
Test Statistic		.077	.148
Asymp. Sig. (2-tailed)		.145 <sup>c</sup>	.000 <sup>e</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

### b. Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y *	Between	(Combined)	222.342	28	7.941	2.146	.005
X	Groups	Linearity	80.918	1	80.918	21.873	.000
		Deviation from Linearity	141.424	27	5.238	1.416	.124
		Within Groups	262.658	71	3.699		
	Total		485.000	99			

## Analisis Data dan Hipotesis

### a. Regresi Linier Sederhana

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.253	2.412		3.836	.000
	X	.135	.031	.408	4.430	.000

b. Dependent Variable: Y

**c. Output Koefisien Korelasi**

		Kualitas pelayanan	Kepuasan nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.408**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 <sup>a</sup>	.167	.158	2.031

a. Predictors: (Constant), X

## CURRICULUM VITAE

Nama : Muhammad Ma'sum  
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 03 Januari 1997  
No. HP : 087773991278  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Status : Belum Menikah  
Hobi : Futsal dan Mengaji  
Email : [Muhammadmasum197@gmail.com](mailto:Muhammadmasum197@gmail.com)



## PENGALAMAN PENDIDIKAN

- MI Ad da'wah Jakarta 2002-2008
- MTSN 8 Jakarta 2008-2011
- MA Al hidayah Jakarta 2011-2014
- Universitas Muhammadiyah Jakarta 2014-sekarang

## PENGALAMAN ORGANISASI

- 2013-2014 Osis Madrasah Alhidayah
- 2014-2017 Mudabbir Pondok Pesantren

## PENGALAMAN KERJA

- 2014 Guru Madrasah Diniyah
- 2015 Kepengurusan Pondok Pesantren

## KEMAMPUAN DAN KEAHLIAN

- Mengerti MS Word
- Mengerti MS Excel