



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA LEMBAGA PERBANKAN  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI  
CABANG PEMBANTU CIRENDEU**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)  
Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh :

Nama : Rifdatul Adibah

NPM : 2014577003

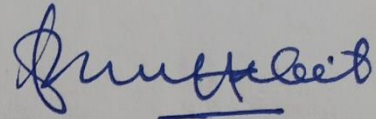
**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

**1440 H/2019 M**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu”** yang disusun oleh **Rifdatul Adibah, Nomor Pokok Mahasiswa: 2014577003** Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 29 Januari 2019  
Pembimbing,



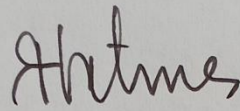
Drs. Zamris Habib, M.Si

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

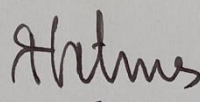
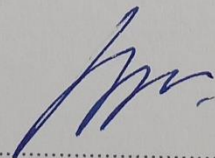
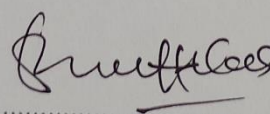
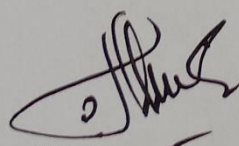
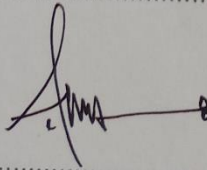
Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Keuangan terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Cirendeu” yang disusun oleh **Rifdhatul Adibah**, Nomor Pokok Mahasiswa: **2014577003**. Telah diajukan pada hari/tanggal: **Sabtu, 16 Febuari 2019** telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (*Munaqasyah*) Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi 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	 .....	16/03 <sup>2019</sup> .....
<u>Drs. Tajudin M.A.</u> Sekretaris	 .....	15/3 2019. .....
<u>Drs. Zamris Habib, M.Si</u> Pembimbing	 .....	15/03 2019. .....
<u>Dr. Oneng Nurul Bariyah, M.Ag</u> Anggota Penguji 1	 .....	15/3-2019 .....
<u>Nurhidayat, S.Ag., M.M</u> Anggota Penguji II	 .....	15/03 /2019 .....

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rifdatul Adibah  
NPM : 2014577003  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Fakultas : Agama Islam  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul diatas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata dikemudian hari terbukti skripsi saya merupakan 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 Dengan pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 23 Jumadil-Awal 1440 H

29 Januari 2019 M

Yang menyatakan,

  
Rifdatul Adibah

## **FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi 29 Januari 2019

**Rifdatul Adibah**

2014577003

Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeudeu

### **ABSTRAK**

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang. Penelitian dari judul ini adalah pengaruh kualitas pelayanan lembaga perbankan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan pada lembaga perbankan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeudeu.

Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, metode yang digunakan dalam pengambilan sampel yaitu Teknik penarikan sampel aksidental adalah teknik penarikan yang didasarkan pada kemudahan (*covenience*). Sampel terpilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat. Dengan menyebarkan kuesioner berjumlah 97 kepada responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear sederhana, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Penelitian dilakukan di Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeudeu. Waktu penelitian yaitu kurang lebih 1 bulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,172, nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $8,017 > 2,000$ ), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan pada lembaga perbankan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeudeu. Pengaruh kualitas pelayanan pada lembaga perbankan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeudeu sebesar 40,4% dan sisanya 59,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Bank Syariah

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu”**.

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.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis didalam proses penyelesaiannya, namun karna 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 terima kasih dan penghargaan kepada pihak-pihak berikut :

1. Prof. Dr. Syaiful Bahri, 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., MM., Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Drs. Zamris Habib, M.Si Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam proses bimbingan.
5. Seluruh dosen-dosen Manajemen Perbankan Syariah yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Seluruh karyawan dan staff Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
7. Ibu Endah Apriani, selaku Manager Cabang Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cirendeu yang telah memberikan izin dalam melakukan penelitian.

8. Nasabah Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Cirendeu yang telah menjadi responden penelitian, telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner, terima kasih.
9. Kepada kedua orang tua tercinta, ayahanda Zulkarnain Mawardi dan ibunda Muzizah, terima kasih atas jasa-jasa, kesabaran, doa dan tidak pernah lelah memberikan dukungan moril ataupun materil yang tiada henti-hentinya.
10. Adik tercinta dan anggota keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan semangat selama mengerjakan skripsi.
11. Sahabatku tercinta, Syiva Silfana, Anisa Fitri, Ulfah Fauziah terima kasih atas support kalian yang tiada henti.
12. Sahabatku tersayang, Siti Aida Insani dan Chadijah Saraswati sejak SMA sampai saat ini yang selalu menghibur saat lelah dan selalu memberikan semangat.
13. Alfath Zuhdi Nugraha, terimakasih atas dukungan, bantuan dan motivasinya agar tetap semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
14. Semua kawan-kawan ku Manajemen Perbankan Syariah kelas C, Selvi, Ravina, Eva, Hesti, Ratna, Rani, Lika, Shofi, Dahlia, Pipit, Imelda, Jauhari, Rifki, Mahatir, Zami, Rizki, Arif, terima kasih atas dukungan, motivasi dan kebersamaan yang berarti selama masa perkuliahan.
15. Manajemen Perbankan Syariah kelas A dan B, yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas dukungannya.
16. Kawan-kawan ku Tasya Cintiya, Zakiyyah Umami, Mutia Septiani, Muhammad Riyad, Said Ramadhan. Terimakasih dukungannya.
17. Dan semua pihak yang membantu dalam penulisan skripsi ini.

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	i
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PERNYATAAN (ORISINILITAS) .....	iii
ABSTRAK .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah .....	6
E. Tujuan Penelitian .....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
G. Sistematika Penulisan .....	7

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

A. Landasan Teori.....	9
1. Bank Syariah .....	9



a.	Pengertian Perbankan Syariah .....	9
b.	Fungsi Utama Bank Syariah .....	13
c.	Prinsip Dasar Bank Syariah .....	16
d.	Tujuan Perbankan Syariah .....	19
2.	Kepuasan Nasabah .....	20
a.	Definisi Kepuasan Nasabah .....	20
b.	Metode Pengukuran Nasabah .....	22
c.	Kepuasan Nasabah dalam Prespektif Islam .....	25
3.	Kualitas Pelayanan .....	26
a.	Pengertian Kualitas Pelayanan .....	26
b.	Dimensi Kualitas Pelayanan .....	29
c.	Pengertian Kualitas Pelayanan dalam Prespektif Islam .....	31
d.	Komponen Kualitas Nasabah .....	33
e.	Definisi Kualitas .....	34
f.	Definisi Pelayanan .....	34
g.	Ciri-ciri Pelayanan yang Baik .....	37
h.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	38
B.	Hasil Penelitian Relevan .....	40
C.	Kerangka Berfikir .....	42
D.	Hipotesis Penelitian .....	42
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>		
A.	Tujuan Penelitian .....	44
B.	Tempat dan Waktu Penelitian .....	44

1. Tempat Penelitian .....	44
2. Waktu Penelitian.....	44
C. Metode Penelitian .....	44
D. Variabel Penelitian .....	45
1. Variabel Bebas (X) .....	45
2. Variabel Terikat (Y).....	46
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	46
1. Populasi.....	46
2. Sampel.....	46
3. Teknik Pengambilan Sampel .....	48
F. Teknik Pengumpulan Data.....	48
1. Kuesioner .....	48
2. Kepustakaan .....	49
G. Instrumen Penelitian .....	50
H. Teknik Analisis Data.....	55
1. Uji Coba Instrumen.....	55
a. Uji Validitas.....	55
b. Uji Reliabilitas.....	57
2. Uji Asumsi Klasik.....	58
a. Uji Normalitas .....	58
b. Uji Linieritas.....	59
I. Hipotesis Statistik .....	60
1. Analisis Regresi Sederhana.....	60

2. Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis.....	61
---	----

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

A. Deskripsi Data.....	63
1. Sejarah Bank Syariah Mandiri .....	63
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri.....	66
3. Kegiatan Utama Perusahaan.....	67
a. Pendanaan ( <i>Funding</i> ).....	67
b. Pembiayaan ( <i>Financing</i> ).....	68
c. Jasa .....	70
4. Budaya Perusahaan .....	71
B. Uji Persyaratan Analisis.....	72
1. Uji Coba Instrumen .....	72
2. Uji Asumsi Klasik .....	76
C. Pengujian Hipotesis .....	78
1. Uji Regresi Linear Sederhana .....	77
2. Uji Koefisien Determinasi .....	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	81

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

A. Kesimpulan .....	83
B. Saran .....	83

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

#### **RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden .....	48
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Penelitian .....	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Nasabah .....	71
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah .....	72
Tabel 4.3 Koefisien Reliabilitas .....	73
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	73
Tabel 4.5 Hasil Output Uji Normalitas .....	75
Tabel 4.6 Hasil Output Uji Linieritas.....	76
Tabel 4.7 Hasil Output Uji Regresi Linier Sederhana .....	77
Tabel 4.8 Hasil Output Uji Koefisien Determinasi .....	78

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	42
-----------------------------------	----

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Bimbingan Skripsi
Lampiran 2	Surat Permohonan Riset/Penelitian
Lampiran 3	Surat Keterangan Riset/Penelitian
Lampiran 4	Lembar Konsultasi Pembimbing
Lampiran 5	Lembar Kuesioner Penelitian
Lampiran 6	Jawaban Kuesioner Hasil Olahan Data Excel
Lampiran 7	Hasil Output SPSS

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia telah menjadi tolak ukur keberhasilan eksistensi ekonomi syariah bank muamalat sebagai bank syariah pertama dan menjadi pioneer bagi bank syariah lainnya telah lebih dahulu menerapkan sistem ini ditengah menjamurnya bank-bank konvensional. Berbeda dengan era 80an, masyarakat sangat antipati terhadap hal-hal yang berlandaskan syariah. Di era globalisasi ini persaingan antara keuangan baik bank atau non bank sangat ketat dalam bentuk produk berupa barang atau jasa, yang persaingan untuk dapat memenuhi kebutuhan nasabah serta memberikan kepuasan terhadap nasabah secara maksimal, karena tujuan bisnis adalah untuk menciptakan rasa puas terhadap nasabah yang terbentuk dari kualitas pelayanan yang prima.<sup>1</sup>

Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif seperti sekarang ini, masih terdapat perusahaan yang kurang memberikan kepuasan dalam memberikan pelayanan sesuai harapan nasabah. Penyebab dari ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat dari kurang sopannya karyawan dalam berkomunikasi terhadap nasabah terlebih dari cara kerja yang kurang cekatan. Dalam konteks teori perilaku konsumen, kepuasan lebih banyak di definisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengkonsumsi atau menggunakan suatu

---

<sup>1</sup> Richard F. Gerson, Ph.D, *Mengukur Kepuasan Pelanggan*, 1993 (jakarta: PPM, 2002), h. 4

produk atau jasa. Dengan terpenuhinya harapan nasabah maka nasabah akan merasa puas dan senang sehingga akan menyebabkan nasabah berperilaku positif dan menumbuhkan kesetiaan nasabah yang tinggi.

Hubungan kerjasama antara bank dengan nasabah sangat berpengaruh untuk melakukan proses kerja, maka dibutuhkan menjalinkan hubungan baik antara pihak bank dengan nasabah. Hubungan yang baik ditentukan oleh kualitas pelayanan yang dapat memuaskan nasabah sehingga harapan nasabah merasa terpenuhi dengan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Kepuasan pelanggan atau nasabah pada suatu pembelian tergantung pada relatif kinerja produk bagi harapan pembeli. Seorang pelanggan mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan bila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Bila kinerja melampaui harapan, pelanggan amat puas atau bergairah.<sup>2</sup>

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Philip Kotler, Gary Armstrong, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Prenhallindo, 1998), h. 188

<sup>3</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group. 2011), h. 200



Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan berkembangnya ekonomi, teknologi dan daya pikir, konsumen pasti menyadari bahwa mereka mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh diperolehnya kepuasan. Kurangnya perhatian yang dilakukan pihak bank terhadap kinerja dalam memberikan pelayanan yang diberikan kepada nasabah disebabkan karena kurangnya evaluasi atau kontrol kinerja karyawan akan mempengaruhi peningkatan dan bertahannya nasabah dalam memilih produk atau jasa perusahaan.

Guna meningkatkan dan mempertahankan nasabah hal ini dapat dilakukan dengan pengukuran pelayanan agar karyawan perusahaan tersebut dapat meningkatkan kualitas kinerjanya dalam pelayanan. Faktor yang harus diperhatikan dalam Bank Syariah agar nasabah tetap memilih Bank Syariah yaitu menyangkut aspek kepuasan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat. Adapun menurut parasuraman terdapat beberapa dimensi dari kualitas pelayanan antara lain *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).<sup>4</sup> Dimensi-dimensi ini menentukan tingkat kepuasan dari para nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sangat berkaitan erat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang

---

<sup>4</sup> Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. (Yogyakarta : C.V ANDI OFFSET, 2014), h. 282

memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka.

Pelayanan yang baik menjadi penting sebagai alat promosi bagi calon nasabah. Adapun konsep *service excellence* adalah meninggikan kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan, pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan. Perbankan syariah harus mampu menerapkan konsep tersebut agar kepercayaan masyarakat semakin meningkat.

Pelanggan atau nasabah yang merasa terpuaskan akan memberikan tambahan nilai positif, yaitu kesetiaan pelanggan. Pelanggan yang setia bukan hanya akan terus menggunakan pelayanan tersebut, tetapi juga akan meyakinkan oranglain untuk turut serta merasakan pelayanan yang tersedia sebagai pelanggan baru. Selain itu pula bank akan mendapat keuntungan, baik itu berupa materiil ataupun rekomendasi yang baik bagi bank tersebut.

Hal ini berdasarkan kutipan menurut Tjiptono dan Chandra, yaitu “Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang”.<sup>5</sup>

Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang memegang teguh prinsip-prinsip syariah dalam pelaksanaan operasional. Sadar betul bahwa kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam menumbuhkan rasa puas

---

<sup>5</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012), h. 57

pada nasabah. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*).<sup>6</sup>

Masalah kualitas layanan menjadi faktor penting tidak terkecuali untuk Bank Syariah Mandiri sebagai tempat penelitian, Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka topik ini menjadi menarik untuk dibahas. Alasan inilah yang mendorong penulis untuk mengajukan penulisan skripsi dengan judul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA LEMBAGA PERBANKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG CIRENDEU”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

1. Karyawan kurang memperhatikan kinerja dalam pelayanan terhadap kepuasan nasabah.
2. Cara berkomunikasi karyawan kurang baik terhadap nasabah

---

<sup>6</sup> Freddy Rangkuti, “*Measuring Customer Satisfaction*”, (Gramedia Pustaka, Jakarta, 2009), h. 259

### **C. Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan dalam penelitian ini tidak meluas maka sesuai judul proposal tersebut diatas yaitu pengaruh kualitas pelayanan pada lembaga perbankan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu.

### **D. Perumusan Masalah**

Dari latar belakang tersebut maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeu?
2. Berapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeu?

### **E. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeu.
2. Untuk menghitung besarnya pengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirende

## **F. Kegunaan Hasil Penelitian**

Kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Akademik**

Memberikan informasi serta pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu.

### **2. Bagi Praktisi**

Menjadi pertimbangan agar bank syariah bukan hanya berpandangan untuk meraih keuntungan bisnis, tetapi juga memperhatikan kepuasan nasabah dalam memberikan pelayanan yang terbaik.

### **3. Bagi Masyarakat**

Memberikan informasi untuk masyarakat mengenai dunia perbankan syariah dan bahan pertimbangan dalam memilih perbankan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemaslahatan dunia dan akhirat.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan bertujuan untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan penelitian. Dalam penelitian ini, sistematika penulisan terdiri atas lima bab, masing-masing uraian yang secara garis besar dapat dijelaskan sebagai berikut:

**BAB I PENDAHULUAN**

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

**BAB II LANDASAN TEORI**

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

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang tujuan operasional penelitian, tempat dan waktu, jadwal, metode, populasi dan sampling, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan hipotesis statistik.

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang hasil penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang terdiri dari deskripsi data, uji persyaratan analisis, pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian.

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan tentang kesimpulan dari hasil penelitian serta saran yang akan diberikan penulis dari hasil penelitian serta saran yang akan diberikan penulis kepada pihak yang membutuhkan.

## **BAB II**

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

#### **A. Landasan Teoritis**

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

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

Bank dapat didefinisikan sebagai suatu badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sesuai dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, Bank Syariah adalah Bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>7</sup> Selanjutnya Bank Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>8</sup>

Menurut Antonio dan Purwataatmadja membedakan pengertian bank menjadi dua, yaitu bank Islam dan bank yang

---

<sup>7</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.2

<sup>8</sup> Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang bank syariah.

beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, (1) Bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, (2) Bank yang tata caranya beroperasionalnya mengacu pada ketentuan-ketentuan *Al-Qur'an dan Al-Hadits*.<sup>9</sup>

Pada umumnya, hal yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberi layanan pembiayaan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip Islam, yang mengacu kepada ketentuan-ketentuan yang ada dalam *Al-Qur'an dan Al-Hadits*. Dengan mengacu kepada *Al-Qur'an dan Al-Hadits*, maka bank syariah diharapkan dapat menghindari kegiatan-kegiatan yang mengandung unsur yang bertentangan dengan syariat Islam.

Menurut Sutan Remy Shahdeiny Bank Syariah adalah lembaga yang berfungsi sebagai intermediasi yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana-dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk pembiayaan tanpa berdasarkan prinsip bunga, melainkan berdasarkan prinsip syariah.<sup>10</sup>

Bank syariah merupakan salah satu bentuk dari perbankan nasional yang mendasarkan operasionalnya pada syariat (hukum)

---

<sup>9</sup> Ikit, *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h.44

<sup>10</sup> Sutan Remi Sjahdeini, *Perbankan Islam*, (Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti, 2007), h.1



Islam. Menurut Schaik, Bank Islam adalah sebuah bentuk dari bank modern yang didasarkan pada hukum Islam yang sah, dikembangkan pada abad pertama Islam, menggunakan konsep berbagi resiko sebagai metode utama, dan meniadakan keuangan berdasarkan kepastian serta keuangan yang ditentukan sebelumnya. Sudarsono menemukan, bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariat. Adapun definisi bank syariah menurut Muhammad dalam Donna, adalah lembaga keuangan yang beroperasi tanpa mengendalikan bunga dan usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syariat Islam.<sup>11</sup>

Pendirian bank syariah di Indonesia berawal dari lokaknya “Bunga Bank dan Perbankan” pada 18-20 Agustus 1990, yang kemudian dilanjutkan dengan Musyawarah Nasional (MUNAS) IV Majelis Ulama Indonesia (MUI) di hotel Sahid Jakarta pada 22-25 Agustus 1990. Dengan dukungan pemerintah dan masyarakat, bank syariah pertama dengan nama PT Bank Muamalat Indonesia (BMI) berdiri pada 1 November 1991 di Jakarta berdasarkan Akta Pendirian oleh Notaris Yudo Paripurno, S.H. dengan surat izin menteri kehakiman No. C.2.2413 HT.01.01. Berdirinya BMI tidak serta merta

---

<sup>11</sup> Khaerul Umam, *Manajemen Perbankan Syariah*, (Pustaka Setia, 2013), h.15

diikuti pendirian bank syariah lainnya sehingga perkembangan perbankan syariah nyaris stagnan sampai tahun 1998.

Dilatarbelakangi krisis ekonomi dan moneter tahun 1998 dan keluarnya Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan, yang isinya mengatur peluang usaha syariah bagi bank konvensional, perbankan syariah mulai mengalami perkembangan dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri pada tahun 1999 dan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BNI pada tahun 2000 serta bank –bank syariah dan UUS lain pada tahun-tahun berikutnya. Sepuluh tahun setelah UU Nomor 10 tersebut terbit, pemerintah bersama Dewan Perwakilan Rakyat Indonesia mengeluarkan UU Nomor 20 tentang sukuk dan UU Nomor 21 tentang perbankan syariah pada tahun 2008. Kedua UU tersebut telah ikut mendorong perkembangan perbankan syariah. Sampai akhir Desember 2013, terdapat 11 bank syariah dan 24 unit usaha syariah dengan perkembangannya yang baik.<sup>12</sup>

Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertarungan bagi bankir syariah. Bila BSM berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila BSM gagal, maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena BSM merupakan bank syariah yang didirikan oleh

---

<sup>12</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Mengelola Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h.4-5

bank BUMN milik pemerintah. Ternyata BSM dengan cepat mengalami perkembangan.

Bank syariah memiliki sistem operasional yang berbeda dengan bank konvensional. Bank syariah memberikan layanan bebas bunga kepada para nasabahnya. Dalam sistem operasional bank syariah, pembayaran dan penarikan bunga dilarang dalam semua bentuk transaksi. Bank Syariah tidak mengenal sistem bunga, baik bunga yang diperoleh dari nasabah yang meminjam uang atau bunga yang dibayar kepada peminjam dana di bank syariah.

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya.<sup>13</sup>

#### **b. Fungsi Utama Bank Syariah**

Bank syariah memiliki tiga fungsi utama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan juga fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.

---

<sup>13</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.31-32

### 1) Menghimpun Dana (*Funding*)

Bank syariah mengumpulkan atau menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dengan menggunakan akad wadiah dan dalam bentuk investasi dengan menggunakan akad mudharabah.<sup>14</sup> Bank syariah dapat menghimpun dana masyarakat sesuai dengan fungsinya sebagai pengelola dana (mudhorib) dalam bentuk simpanan, antara lain bersumber dari:

- a) Produk simpanan dalam bentuk tabungan, deposito dan giro.
- b) Lembaga keuangan lewat penempatan dana yang sewaktu-waktu dapat di tarik.
- c) Pemilik modal berupa setoran awal pada saat pendirian ataupun penambahan modal.

Masyarakat memercayai bank syariah sebagai tempat yang aman untuk melakukan investasi, dan menyimpan dana (uang). Masyarakat yang kelebihan dana dan membutuhkan keberadaan bank syariah untuk menitipkan dananya atau menginvestasikan dananya dengan aman. Keamanan atas dana (uang) yang dititipkan atau diinvestasikan di bank oleh masyarakat merupakan faktor yang sangat penting yang menjadi pertimbangan. Dengan menyimpan uang di bank, nasabah juga akan mendapat keuntungan berupa *return* atas uang yang diinvestasikan yang besarnya tergantung kebijakan

---

<sup>14</sup> Utsman Ali, *Pengertian, Fungsi dan Sejarah Bank Syariah*, diakses dari <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-banksyariah.html>, diakses pada Rabu, 23 Mei 2018 pukul 16:00 WIB

masing-masing bank syariah serta tergantung pada hasil yang diperoleh bank syariah.

*Return* merupakan imbalan yang diperoleh nasabah atas sejumlah dana yang diinvestasikan di bank. Imbalan yang diberikan oleh bank bisa dalam bentuk bonus dalam hal dananya dititipkan dengan menggunakan akad al-wadiah dan bagi hasil dalam hal dana yang diinvestasikan menggunakan akad al-mudharabah.<sup>15</sup>

## 2) Penyaluran Dana (*Financing*)

Masyarakat dalam memperoleh pembiayaan dari bank syariah asalkan dapat memenuhi semua ketentuan dan persyaratan yang berlaku. Menyalurkan dana merupakan aktivitas yang sangat penting bagi bank syariah.<sup>16</sup>

Dana yang dihimpun disalurkan dalam bentuk pembiayaan atau bentuk lainnya dalam bentuk investasi pembelian sukuk (obligasi syariah), serta penyertaan dalam bentuk bagi hasil.

## 3) Pelayanan Jasa Keuangan

Melakukan pelayanan lalu-lintas pembayaran dilakukan dalam berbagai aktivitas, seperti pengiriman uang (transfer), inkaso, penagihan berupa collection, kartu debit, kartu kredit syariah, transaksi tunai, real time gross settlement (RTGS),

---

<sup>15</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h.40

<sup>16</sup> *Ibid*, h.41

kliring (Sistem Kliring Nasional), Automatic Teller Machine (ATM), electronic banking dan layanan perbankan syariah lainnya.<sup>17</sup>

Pelayanan jasa bank syariah ini diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktivitasnya. Aktivitas pelayanan jasa, merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari *fee* atas pelayanan jasa.<sup>18</sup>

### c. Prinsip Dasar Syariah Dalam Perbankan Syariah

Perbankan syariah merupakan bagian dari system perbankan nasional yang didasarkan kepada prinsip syariah. Perbankan syariah merupakan salah satu bentuk dari aplikasi ekonomi syariah yang didasarkan atas interpretasi postulat keimanan dalam tataran manusia sebagai upaya memenuhi kebutuhan hidupnya.

Secara umum prinsip perbankan syariah didasarkan kepada prinsip keadilan, keseimbangan, dan kemaslahatan. Berikut adalah uraian dari masing-masing prinsip dimaksud.<sup>19</sup>

#### 1) Prinsip Keadilan

Keadilan adalah menempatkan sesuatu hanya pada tempatnya dan memberikan sesuatu hanya pada yang berhak serta memperlakukan suatu sesuai posisinya. Keadilan adalah

---

<sup>17</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Memahami Bisnis Bank Syariah*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014), h. 49-50

<sup>18</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), h. 42

<sup>19</sup> Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), h. 8

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 sendiri, tanpa membedakan antara kaya dan miskin.

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

Implementasi keadilan dalam aktivitas ekonomi diwujudkan dalam bentuk meninggalkan segala 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 unsur *riba*, *dzalim*, *maysir*, *gharar*, dan *haram*.

## 2) Pilar Keseimbangan

Konsep syariah menempatkan aspek keseimbangan sebagai salah satu dasar dalam pembangunan sistem ekonomi. Konsep keseimbangan dalam konsep syariah meliputi berbagai segi yang antara lain meliputi keseimbangan pembangunan

material dan spiritual, pengembangan sektor keuangan dan sektor riil, bisnis dan sosial, individu dan kolektif, material dan spiritual, dan pemanfaatan dan pelestarian sumber daya. Pengembangan ekonomi syariah tidak hanya ditujukan untuk pengembangan sektor korporasi namun juga pengembangan sektor usaha kecil dan mikro yang terkadang luput dari upaya-upaya pengembangan sektor ekonomi secara keseluruhan.<sup>20</sup>

Meliputi antara lain keseimbangan antara sektor keuangan dan sektor riil, keseimbangan material dan spiritual, serta keseimbangan risiko dan keuntungan.<sup>21</sup>

### 3) Pilar Kemaslahatan

Orientasi pada kemaslahatan yang berarti melindungi kemaslahatan kehidupan beragam, proses regenerasi, serta perlindungan keselamatan jiwa, harta, dan akal.<sup>22</sup>

Hakekat kemaslahatan adalah segala bentuk kebaikan dan manfaat yang berdimensi integral duniawi dan ukhrawi, material dan spiritual, serta individual dan kolektif. Sesuatu dipandang kemaslahatan jika memenuhi unsur yaitu kepatuhan terhadap syariah (halal), bermanfaat dan membawa kebaikan (*thayyib*) bagi semua aspek secara integral yang tidak menimbulkan

---

<sup>20</sup> Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), h.8

<sup>21</sup> Yudi Suharno, *Memahami 3 Pilar Keuangan Syariah*, diakses dari <http://keuangansyariah.mysharing.co/memahami-3-pilar-keuangan-syariah/>, diakses pada Rabu, 24 Juli 2018 pukul 15:25 WIB

<sup>22</sup> Ikatan Bankir Indonesia, *Strategi Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 77



mudharat dan merugikan salah satu aspek. Secara luas, masalah ditujukan pada pemenuhan visi kemaslahatan yang dicakup dalam maqasid (tujuan) syariah yang terdiri dari konsep perlindungan terhadap keimanan dan ketakwaan, harta benda, dan rasionalitas. Kelima unsur masalah tersebut merupakan hak dasar manusia sehingga harus memilih unsur-unsur yang telah ditetapkan dalam maqasid syariah secara terintegrasi.<sup>23</sup>

#### **d. Tujuan Perbankan Syariah**

Tujuan perbankan syariah ini identik dengan sistem ekonomi Islam. Sistem ekonomi Islam merupakan sistem yang adil dan seksama serta berupaya menjamin kekayaan tidak terkumpul hanya pada satu kelompok saja, tetapi tersebar ke seluruh masyarakat.<sup>24</sup>

Pada tahun 1998 dikeluarkannya Undang-Undang Nomor 10, perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan. Pada Undang-Undang ini terdapat beberapa perubahan yang memberikan peluang yang lebih besar lagi bagi pengembangan perbankan syariah. Dari UU tersebut dapat disimpulkan, bahwa sistem perbankan syariah dikembangkan dengan tujuan antara lain:

- 1) Memenuhi jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak menerima konsep bunga. Dengan ditetapkan sistem perbankan syariah yang berdampingan dengan sistem perbankan konvensional, mobilitas

---

<sup>23</sup> Asep Supyadillah, *Produk Pendanaan Bank Syariah*, (Jakarta: Wahana Kardofa, 2013), h.8

<sup>24</sup> Wangsawidjaja, *Pembiayaan Bank Syariah*, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2012), h.33

dana masyarakat dapat dilakukan secara lebih luas terutama dari segmen yang selama ini belum dapat tersentuh oleh sistem perbankan konvensional yang menerapkan sistem bunga.

- 2) Membuka peluang pembiayaan bagi pengembangan usaha berdasarkan prinsip kemitraan. Dalam prinsip ini konsep yang diterapkan adalah hubungan investor yang harmonis. Sementara dalam bank konvensional konsep yang diterapkan adalah hubungan debitur dan kreditur.
- 3) Memenuhi kebutuhan akan produk dan jasa perbankan yang memiliki beberapa keunggulan komparatif berupa peniadaan pembebanan bunga yang berkesinambungan, membatasi kegiatan spekulasi yang tidak produktif, pembiayaan ditujukan kepada usaha-usaha yang memperhatikan unsur moral.<sup>25</sup>

## **2. Kepuasan Nasabah**

### **a. Definisi Kepuasan Nasabah**

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan maka nasabah tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat merasa puas atau

---

<sup>25</sup> Ikit, *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h.47

senang. Kunci untuk menghasilkan kesetiaan pelanggan adalah memberikan nilai pelanggan yang tinggi.

Kepuasan pelanggan adalah sasaran sekaligus alat pemasaran. Jika mencapai tingkat kepuasan yang tinggi akan memastikan bahwa pasar sasaran mereka tepat.<sup>26</sup>

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan, reputasi perusahaan menjadi semakin baik dimata pelanggan, serta laba yang diperoleh semakin meningkat.

Ada beberapa pakar yang mengemukakan kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan, diantaranya Day dalam Tse dan Wilton, Wilkie, dan Kotler. Di antara definisi yang dikemukakan, Day dalam Tse dan Wilton menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.<sup>27</sup>

Kepuasan pelanggan merupakan konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan

---

<sup>26</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (New Jersey: New Prentice Hall Inc, 2003), h.36-37

<sup>27</sup> Tony Sitinjak, Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Holy Iacun Yunarto, *Model Matriks Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.6

pelanggan sangat penting bagi kalangan bisnis, pemerintah, dan juga konsumen. Bagi bisnis, kepuasan dipandang sebagai salah satu dimensi kinerja pasar. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar.

Bagi pemerintah, konsep kepuasan/ketidakpuasan pelanggan dapat membantu mereka dalam mengidentifikasi dan mengisolasi produk dan industri yang membutuhkan tindakan pemerintah dalam rangka meningkatkan kesejahteraan konsumen. Bagi badan perlindungan Konsumen Nasional, pemantauan kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu cara efektif dalam mengimplementasikan UU Perlindungan Konsumen.

Bagi konsumen, konsep kepuasan pelanggan bermanfaat dalam memberikan informasi lebih jelas tentang seberapa puas atau tidak puas konsumen lain terhadap produk atau jasa tertentu.<sup>28</sup>

#### **b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan. Operasionalisasi pengukuran kepuasan

---

<sup>28</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana, *Pemasaran Strategik*, ( Yogyakarta: Andi, 2008), h.37-38

pelanggan bisa menggunakan sejumlah faktor, seperti ekspektasi, tingkat kepentingan, kinerja, dan faktor ideal (Tjiptono & Chandra, 2007).<sup>29</sup>

Menurut Kotler yang dikutip Tjiptono (2003:104) terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Perusahaan yang fokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan.<sup>30</sup>

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggan untuk menyampaikan saran dan keluhan. Informasi ini dapat memberikan ide-ide cemerlang bagi perusahaan. Media ini dapat berupa kotak saran atau komentar yang bisa di isi langsung atau yang bisa dikirim via pos.

2) Konsumen Samaran

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah pihak bank mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan

---

<sup>29</sup> Fandy Tjiptono, *Service Manajemen*, (Yogyakarta: ANDI, 2008), h.175

<sup>30</sup> Studi Ilmu, *Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan*, diakses dari <https://www.studilmu.com/blogs/details/metode-pengukuran-kepuasan-pelanggan>, diakses pada Rabu, 24 Juli 2018 pukul 16:00 WIB

dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

### 3) Survei Kepuasan Nasabah

Metode ini dapat dilakukan melalui telepon, pos maupun wawancara pribadi. Melalui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya.

### 4) Analisis Mantan Pelanggan

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu, tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, meningkatkan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.<sup>31</sup>

Sedangkan menurut Richard F. Gerson untuk melakukan pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara:<sup>32</sup>

- 1) Mempelajari persepsi pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan.
- 2) Menentukan kebutuhan, keinginan, persyaratan, dan harapan pelanggan.
- 3) Menutup segala kesenjangan yang ada.

---

<sup>31</sup> Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana, *Total Quality Manajemen*, (Yogyakarta: Andy, 2003), h. 104

<sup>32</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Kencana, 2010), h. 164

- 4) Memeriksa apakah peningkatan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan sesuai harapan atau tidak.
- 5) Dengan mengukur peningkatan kinerja apakah membawa peningkatan laba.
- 6) Mempelajari bagaimana akan melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan kemudian.
- 7) Menerapkan proses perbaikan yang berkesinambungan secara terus menerus.

**c. Kepuasan Nasabah dalam Prespektif Islam**

Dalam perspektif Islam, yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standar syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya yang berkaitan dengan:<sup>33</sup>

- 1) Sifat Jujur
- 2) Sifat Amanah
- 3) Benar

Ternyata Islam melalui Al-Qur'an surat Ali-Imran ayat 159 telah memberikan pedoman kepada mukmin (pelaku usaha) agar

---

<sup>33</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: GIP, 1997), h.178

berlemah lembut (memuaskan) kepada obyek dakwah (pelanggan).

Bunyi dari ayat tersebut yaitu:

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لَئِن لَّهُمْ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا  
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ  
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

“ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawaklah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepadaNya.” (QS. Ali-Imran: 159)

Jika mukmin bersikap keras, tidak *care* terhadap sesama (pelanggan) maka mereka akan menjauh sehingga target tidak tercapai. Hal ini berarti, bahwa perhatian terhadap sesama merupakan sesuatu anjuran wajib bagi mukmin.<sup>34</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan

#### a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan dengan espektasi pelanggan. Kualitas layanan yang diwujudkan melalui

<sup>34</sup> Arif Sulfiyanto, *Al-Quran dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah*, diakses dari [http://www.academia.edu/AL-QURAN\\_DAN\\_KEPUASAN\\_BANK\\_SYARIAH](http://www.academia.edu/AL-QURAN_DAN_KEPUASAN_BANK_SYARIAH), diakses pada Kamis 25 Juni 2018 pukul 20:03 WIB



pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.<sup>35</sup>

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan melakukan pembelian suatu produk. Menurut Parasuraman, Zeithmal dan Berry (1990) kualitas pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Kemudian penelitian selanjutnya dapat dikatakan kualitas pelayanan merupakan manfaat yang dirasakan berdasarkan evaluasi konsumen atas sesuatu interaksi dibandingkan dengan manfaat yang diharapkan sebelumnya. Kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus jika sesuai harapan pelanggan atau nasabah, dan sebaliknya kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau nasabah.

Menurut Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang.<sup>36</sup>

Sejumlah atribut kualitas pelayanan yang dapat memuaskan pengguna industri jasa adalah sebagai berikut:<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup> Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dedi Adriana, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: Andi, 2008), h.78

<sup>36</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012),h. 57

<sup>37</sup> Hasan, ali. *Marketing bank syariah*, (Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia, 2010), h.92

- 1) Ketetapan waktu pelayanan, yaitu kemampuan karyawan untuk menyelesaikan pelayanan dengan waktu proses yang lebih cepat sehingga dapat meminimalkan waktu tunggu bagi nasabah.
- 2) Akurasi pelayanan, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan reliabilitas pelayanan, tanggung jawab dan bebas dari kesalahan-kesalahan.
- 3) Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, terutama bagi karyawan yang berada di garis depan yang secara langsung berinteraksi dan melayani nasabah.
- 4) Kelengkapan, yaitu ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya, seperti buku pedoman, denah, dan sebagainya.
- 5) Kemudahan mendapatkan pelayanan, seperti *outlet*, cukupnya jumlah karyawan yang melayani, administrasi, fasilitas pendukung, seperti komputer untuk memproses data, dan lain-lain.
- 6) Variasi model pelayanan, yang berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
- 7) Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau tempat parkir kendaraan, ketersediaan informasi, dan sebagainya.
- 8) Pelayanan pribadi, yaitu pelayanan yang berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus.

- 9) Pendukung pelayanan, seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu yang sejuk, nyaman, indah, dan lain-lain.

**b. Dimensi Kualitas Pelayanan**

Kualitas layanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu: sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi terbesar sehingga kualitas layanan lebih sulit ditiru dibandingkan dengan kualitas produk dan harga. Salah satu konsep kualitas layanan yang populer adalah *ServQual*.<sup>38</sup>

Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, Parasuraman dan Zeithaml dalam Philip Kotler yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).<sup>39</sup>

- 1) *Tangibles* (bukti langsung), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan perusahaan.
- 2) *Reability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan

---

<sup>38</sup> Tony Sitinjak, *Model Matriks Konsumen*, (Jakarta, PT. Gramedia putaka Utama, 2004), h.9

<sup>39</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Phenhallindo, 1997), h.53

memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapanb pelanggan yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

- 3) *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu kemampuan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas akan menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) *Assurance* (jaminan), adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelayanan perusahaan yang memiliki beberapa komponen antara lain:
  - a) Komunikasi, yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan menggunakan bahasa dan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti di samping itu perusahaan hekdaknya dapat secara cepat dan tanggap dalam menyikapi keluhan kan komplain yang dilakukan oleh pelanggan.
  - b) Kredibilitas, perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, menanamkan

kepercayaan dengan memberi kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.

- c) Keamanan, suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan memberikan suatu jaminan kepercayaan yang maksimal.
  - d) Kompetensi, yaitu ketrampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
  - e) Sopan santun, dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- 5) *Empathy* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu atas pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.<sup>40</sup>

### c. Pengertian Kualitas Pelayanan Menurut Prespektif Islam

Kualitas pelayanan dalam perspektif Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mensyariatkan kepada manusia agar selalu terkait dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Didalam Islam tidak mengenal

---

<sup>40</sup> Sudarso Andriasan, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, 2016 (yogyakarta: deepublish, 2016), h.58-60

kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai cara yang sudah ditetapkan.

Konsep islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267, yang menyatakan bahwa:<sup>41</sup>

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا  
 اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْاَرْضِ ۗ وَلَا تَيَمَّمُوْا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ  
 بِتٰخِذِيْهِ اِلَّا اَنْ تَغْمِضُوْا فِيْهِ وَاَعْلَمُوْا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya:

*“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (dijalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.*

<sup>41</sup> Ridwan202, *Kualitas Pelayanan dalam Islam*, diakses dari <https://ridwan202.wordpress.com/3013/02/11kualitas-pelayanan-dalam-islam>, diakses pada Kamis, 24 Mei 2018 pukul 12:23 WIB

#### d. **Komponen Kualitas Pelayanan**

Menurut Gronroos yang dikutip dalam fandy tjiptono, mengatakan bahwa kualitas total suatu jasa terdiri dari 3 komponen utama, yaitu:<sup>42</sup>

1) *Technical Quality*

- 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 sukar dievaluasi pelanggan meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa, misalnya kualitas oprasi jantung.

2) *Functional Quality* adalah komponen yang berkaitan dengan penyelesaian jasa.

3) *Corporate Image* adalah profil, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

---

<sup>42</sup> Podani Natoras, *Kualitas Pelayanan Jasa*, diakses dari <http://tugasakhiramik.blogspot.com/2013/11/kualitas-pelayanan-jasa.html> diakses pada 25 Mei 2018 pukul 20:05

#### **e. Definisi Kualitas**

Perusahaan yang ingin memenangkan persaingan dalam industri akan memberikan perhatian penuh pada kualitas. Perhatian penuh pada kualitas akan memberikan dampak positif terhadap bisnis melalui dua cara, yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Dari pengertian tersebut, kualitas mengandung elemen-elemen yang meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan, serta merupakan kondisi yang selalu berubah.<sup>43</sup>

#### **f. Definisi Pelayanan**

Menurut WJS Poerwadarminta, dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, 1985, yaitu yang dimaksud dengan pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli.<sup>44</sup>

Pelayanan yang diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang di tawarkan memerlukan pelayanan dari karyawan

---

<sup>43</sup> Nogi, Hessel. S. Tangkilisan, *Manajemen Publik*, (Jakarta : PT. Grasindo, 2005), h. 209

<sup>44</sup> Mohammad Iqbal, *Mendongkrak Kinerja Bisnis*, (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2004), h. 32



perusahaan. Untuk produk bank ada yang memerlukan pelayanan langsung seperti penyetoran uang tunai atau pembelian produk lainnya.

Seorang petugas bank diuntut untuk memberikan pelayanan yang prima kepada nasabahnya. Agar pelayanan yang diberikan dapat memuaskan nasabah, seorang petugas harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh seperti etiket pelayanan, pengenalan produk dan dasar-dasar pelayanan lainnya. Pelayanan yang diberikan akan berkualitas jika setiap petugas dibekali pengetahuan tentang dasar-dasar pelayanan yang sesuai dengan bidang pekerjaan yang akan dihadapi.

Ada beberapa karakter yang harus dimiliki oleh petugas bank dalam melakukan pelayanan kepada nasabah, diantaranya adalah:<sup>45</sup>

- 1) Tidak melakukan perbuatan tercela.
- 2) Memegang teguh amanah.
- 3) Menjaga nama baik bank dan nasabah.
- 4) Beriman dan mempunyai rasa tanggung jawab moral.
- 5) Sabar tapi tegas dalam menghadapi masalah, seperti keluhan nasabah
- 6) Memiliki integritas, artinya bertindak jujur dan benar.
- 7) *Manners*, artinya tidak egois, disiplin dan tidak kasar.

---

<sup>45</sup> Al-arif, M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, 2010 (Bandung : ALFABETA, 2010), h. 209

Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan, kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan yang gagal memuaskan konsumennya melalui pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks, masalah tersebut diantaranya adalah jika pelanggan tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan pelanggan.

Dasar-dasar pelayanan yang perlu dikuasai oleh seorang petugas bank sebelum melakukan tugasnya, mengingat karakter masing-masing nasabah beragam. Menurut Kasmir 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 kenal.
- 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 dan memotong pembicaraan.
- 8) Mampu meyakini nasabah serta memberikan kepuasan.

- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, maka mintalah bantuan kepada petugas lain yang mampu.
- 10) Bila belum dapat melayani, beri tahu kepada harus melayani.

**g. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik**

Tanpa pelayanan yang baik, tidaklah mungkin hasil perusahaan dapat dinikmati oleh nasabahnya. Dapat disimpulkan nasabah memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan, baik terhadap produk maupun terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.<sup>46</sup>

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 faktor pendukung yang mempengaruhi pelayanan yang baik. Pertama, adalah faktor manusia yang memberi pelayanan tersebut, yang melayani pelanggan harus memiliki kemampuan melayani pelanggan secara cepat dan tepat. Kedua, pelayanan yang baik juga diikuti oleh tersedianya sarana dan prasarana yang mendukung kecepatan, ketepatan dan kaakuratan pekerjaan. Pada akhirnya, sarana dan prasarana yang dimiliki juga harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula. Jadi faktor kedua tersebut dapat menunjang satu sama lainnya.

---

<sup>46</sup> Soetanto Hadinoto, *Kiat Memimpin Bank Ritel, Mikro, Dan Konsumer*, (Jakarta : Elex Media Komputindo, 2009), h.128

Berikut ini beberapa ciri pelayanan yang baik dan harus diikuti oleh karyawan yang bertugas melayani 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.

#### **h. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan. Kualitas layanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor penting dalam keberhasilan suatu bisnis. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan. Semua tindakan, perlakuan, atau cara melayani orang lain harus memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan tanda terciptanya nilai kepuasan yang maksimal.

Menurut Tjiptono dan Chandra, yaitu “Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang”.<sup>47</sup>

Konsep kualitas pelayanan yang berkaitan dengan kepuasan ditentukan oleh 5 dimensi yang biasanya dikenal dengan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, sikap dan jaminan. Konsep kualitas diciptakan untuk membentuk sikap dan perilaku dari pengembangan pelayanan dalam memberikan bentuk pelayanan yang kuat dan mendasar, supaya mendapat penilaian sesuai dengan kualitas layanan yang diterima. Dengan kata lain, kualitas pelayanan diciptakan untuk menghindari gap (kesenjangan) antara kenyataan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima sehingga tercipta suatu tingkat kepuasan pelanggan.

Kaihatu (2008) memberikan argumentasi bahwa kualitas pelayanan merupakan dasar bagi pemasaran jasa, karena inti produk yang dipasarkan adalah suatu kinerja yang berkualitas.

Banyaknya bukti bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi juga kepuasan pelanggan. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, karena

---

<sup>47</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012), h.57

memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalani ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan dan kebutuhan pelanggan.

Demi terciptanya kepuasan pelanggan, perusahaan harus bisa memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimalkan pengalaman yang kurang menyenangkan. Kunci keputusan pelanggan salah satunya berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap penilaian kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan. Sehingga pemahaman terhadap kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang sesuai dengan harapannya akan mempengaruhi sebuah kepuasan pelanggan. Sehingga hanya perusahaan dengan kualitas tinggi yang dapat bersaing dan menguasai pasar. Dari sini dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh harapan pelanggan dan persepsi terhadap kinerja perusahaan, yaitu kualitas layanan<sup>48</sup>

## **B. Hasil Penelitian Relevan**

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abidin “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH” membahas penelitian tentang variabel tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy secara bersama-sama

---

<sup>48</sup> Tony Sitingak, Darmadi Duriyanto, Sugiarto, Holy Iacun Yunarto, *Model Matriks Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004), h.6

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga tingkat jumlah nasabah meningkat.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abidin dengan penelitian saya yaitu pada penggunaan variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PERORANGAN DAN KOLOMPOK” menyatakan variabel tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dan membuktikan bahwa variabel responsiveness merupakan variabel bebas yang paling dominan pengaruhnya.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Dodik Agung dengan penelitian saya yaitu pada penggunaan variabel independen dan variabel dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian.

3. Penelitian yang dilakukan oleh martianawati “ANALISIS PENGARUH BRAND, IMAGE, KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS SPBU “PASTI PAS” TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PENGGUNA KENDARAAN BERMOTOR” penelitian yang dilakukan menggunakan teknik purposive sampling. Menyatakan bahwa ketiga variabel berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Faktor yang

sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abidin dengan penelitian saya yaitu pada penggunaan salah satu variabel independen yaitu kualitas nasabah dan variabel dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada 3 variabel independen yang digunakan dalam penelitian Martianawati tetapi tidak digunakan dalam penelitian saya yaitu variabel brand, image dan fasilitas SPBU, perbedaan lainnya ialah objek dan subjek penelitian.

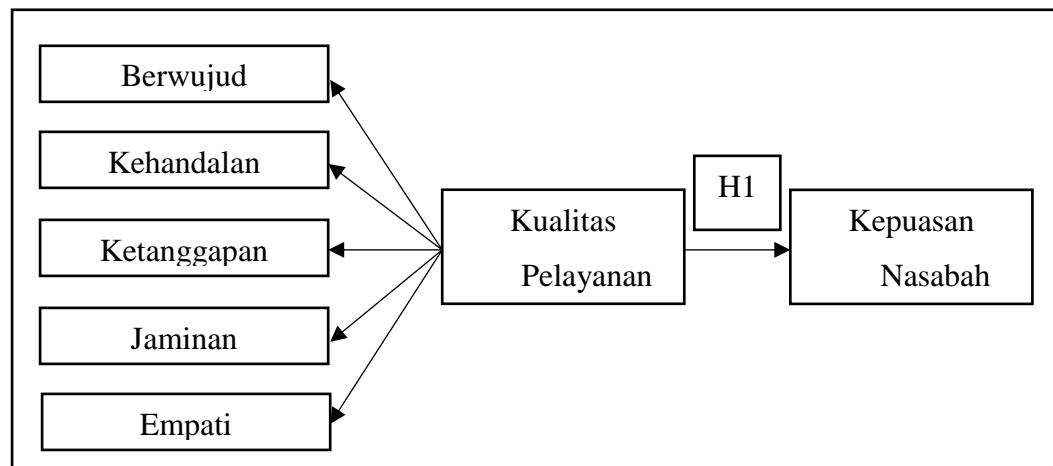
### **C. Kerangka Berfikir**

Bukti fisik yang disajikan membuat pelanggan puas, daya tanggap terhadap kebutuhan konsumen menambah kepuasan pelanggan, kehandalan dalam melayani konsumen sampai ke tempat tujuan dengan tepat, jaminan keamanan serta kenyamanan yang diberikan menjadikan konsumen puas, dan empati dengan kebutuhan konsumen terpenuhi. Karena kelima dimensi itulah yang membuat kualitas nasabah memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan tersebut digambarkan dalam kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berfikir**



Sumber: Dikembangkan untuk peneliti, 2018

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

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang sedang diteliti. Menurut Zimund, hipotesis merupakan proposisi atau dugaan yang belum terbukti yang secara tentatif menerangkan fakta-fakta atau fenomena tertentu dan juga merupakan jawaban yang memungkinkan terhadap suatu pernyataan riset.<sup>49</sup> Berdasarkan latar belakang penelitian, rumusan permasalahan yang diajukan dan kerangka pemikiran yang dikembangkan untuk penelitian ini maka hipotesis yang di ajukan adalah:

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

<sup>49</sup> Jonathan Sarwono, *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer Dalam SPSS 23*, (Jakarta : PT.Elex Media Komputindo, 2017), h. 13

$H_a$  : Terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

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

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk membuktikan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Cireundeu .
2. Untuk menghitung besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Cireundeu

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

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan melalui PT. Bank Syariah Mandiri, Kantor Cabang Pembantu Cirendeudeu, Jl. Cirendeudeu Raya No. 29F, RT.14/RW.03, Cirendeudeu, Ciputat Timur, Kota Tangerang Selatan. Yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri.

##### **2. Waktu Penelitian**

Adapun waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan data dari kuisioner yang dilakukan oleh penulis kurang lebih 1 bulan.

#### **C. Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yaitu, data yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu,

pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data, serta penampilan hasilnya. Pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuesioner dalam mengolah data yang kemudian data tersebut akan dideskriptifkan.

#### **D. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>50</sup>

Berdasarkan judul dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Cirendeu. Maka penelitian ini terdiri dari:

##### **1. Variabel Bebas (X)**

Menurut Tjiptono dan Chandra, kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang.<sup>51</sup> Variabel bebas yang digunakan pada penelitian ini yaitu kualitas nasabah.

---

<sup>50</sup> Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung, Alfabeta, 2015), Cetakan Ke-26, h.2

<sup>51</sup> Andriasan Sudarso, *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta : Deepublish, 2012), h.57

## 2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas.<sup>52</sup> Variabel dependen pada penelitian ini yaitu Kepuasan Nasabah.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>53</sup> Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Syariah Mandiri. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah dari PT. Bank Syariah Mandiri. Data yang didapatkan dari Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeu tercatat sebanyak 2.862 nasabah.

### 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi. Berdasarkan kedua pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa sampel penelitian adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik data yang dimiliki oleh populasi tersebut ataupun bagian kecil dari anggota populasi

---

<sup>52</sup> Loc. Cit

<sup>53</sup> Ibid, h. 54

yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.<sup>54</sup>

Dalam penelitian ini peneliti mempersempit populasi yaitu jumlah seluruh nasabah sebanyak 2.862 nasabah dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan menggunakan teknik Slovin.<sup>55</sup> Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin karena dalam penarikan sampel, jumlahnya representative agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan dan perhitungannya pun tidak memerlukan tabel jumlah sampel, namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana.

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan Rumus:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Presentasi kelonggaran ketidaketerikatan karena kesalahan pengambilan yang masih diinginkan

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah di tahun awal 2017 sampai September 2018 berjumlah 2.862 nasabah. Maka sampel yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat

---

<sup>54</sup> Sekaran, Uma. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Di terjemahkan oleh Kwan Men Yon. Salemba Empat, Jakarta. 2011.

<sup>55</sup> Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, Bandung. 2012.

kepercayaan 90% dan tingkat eror 10%. Perhitungan teknik sampling adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2.862}{1 + (2.862 \times 0,1^2)}$$

$$n = 96,623$$

Jadi sampel penelitian untuk populasi 2.862 nasabah dan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat eror 10% adalah 96,623 dibulatkan menjadi 97 nasabah.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik penarikan sampel aksidental. Teknik penarikan sampel aksidental adalah teknik penarikan yang didasarkan pada kemudahan (*covenience*). Sampel terpilih karena berada pada waktu, situasi, dan tempat yang tepat.<sup>56</sup> Cara menarik sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu bertemu langsung dengan nasabah di lokasi penelitian.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Kuesioner

Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.<sup>57</sup>

<sup>56</sup> Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, Op. Cit, h. 135

<sup>57</sup> Syofyan Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (jakarta: Kencana, 2013), h. 18

Pengukuran yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Responden diminta untuk memberikan tanggapan terhadap setiap pertanyaan dengan memilih salah satu dari lima jawaban. Pemberian skor pada skala ini dimulai dengan angka 1 sampai dengan angka 5.

**Tabel 3.1**  
**Skor Jawaban Kuesioner**

<b>No.</b>	<b>Jawaban Responden</b>	<b>Skor</b>
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-Ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

## 2. **Kepustakaan**

Riset ini dimaksudkan untuk mendapatkan acuan teori dalam melengkapi data yang ada. Melalui buku-buku, Internet, Jurnal, dan mempelajari literatur sesuai dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.



## G. Instrument Penelitian

**Tabel 3.2**  
**Kisi-Kisi Instrumen Penelitian**

Variabel	Dimensi	Indikator	Item	No. Angket
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>	<i>Reability</i>	a) Kecepatan dalam Melayani	1) Kecepatan dalam melayani ketika baru pertama kali datang (menyambut dengan cepat).	9
			2) Pegawai melakukan transaksi dengan cepat.	1
		b) Ketepatan / Keakuratan dalam Melayani	1) Melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur kerja	7
	2) Konsisten dan ulet dalam menyelesaikan permasalahan		8	
	<i>Responsiveness</i>	a) Kecepatan dalam menanggapi keluhan	Tanggapan dalam merespon keluhan nasabah	2
			b) Kepedulian dan keinginan untuk membantu	1) Siap melayani permintaan nasabah
		2) Selalu bersedia membantu nasaba		4
<i>Assurance</i>	a) Kepedulian kepada pelanggan	Memiliki rasa percaya diri ketika melayani	12	

		b) Sikap pegawai dalam	1) Sikap sopan dalam memberikan pelayanan 2) Pegawai memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan	13 14
		c) Jaminan keamanan dalam melayani	Pegawai memberikan rasa aman dan nyaman pada saat melayani	16
	<i>Empathy</i>	Perhatian dan Sabar	1) Pegawai mampu melayani dengan hati yang tulus 2) Pegawai yang memiliki keasabaran	15 11
			dalam menanggapi keluhan dalam jangka waktu yang lama 3) Pegawai memahami kebutuhan pelanggan	10

	<i>Tangible</i>	a) Kelengkapan Fasilitas	1) Fasilitas ruang antrian nyaman, bersih dan tenang 2) Fasilitas ATM tersedia secara memadai dan dapat berfungsi dengan baik	5 6
		b) Penampilan Pegawai	Pegawai berpenampilan rapi dan sopan	17
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	<i>Repurchase</i>	Keinginan untuk menggunakan kembali	1) Keinginan untuk menggunakan kembali jasa pelayanan dalam jangka waktu dekat 2) Keinginan menggunakan kembali dalam jangka waktu yang lama	1 2
	<i>Menciptakan word-of-mouth</i>	Bersedia merekomendasikan kualitas pelayanan kepada orang lain	1) Bersedia merekomendasi kepada teman atau orang lain 2) Bersedia merekomendasi pelayanan kepada keluarga 3) Bersedia merekomendasi	3 4 5
			pelayanan yang di terima	

	Menciptakan keputusan pembelian	Bersedia membeli produk lain dari perusahaan yang sama	Menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama	6
--	---------------------------------	--	---	---

Berdasarkan tabel 3.1 diatas, variabel bebas (X) yaitu kualitas pelayanan memiliki 5 dimensi dan pertanyaan pada kuesioner sebanyak 17 pertanyaan. Untuk dimensi *reability* terdapat 2 indikator yaitu kecepatan dalam melayani dan ketepatan/keakuratan dalam melayani. Untuk indikator kecepatan dalam melayani memiliki 2 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 9 dan 1 pada angket. Untuk indikator ketepatan/keakuratan dalam melayani memiliki 2 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 7 dan 8 pada angket.

Untuk dimensi *responsiveness* terdapat 2 indikator yaitu kecepatan dalam menanggapi keluhan dan kepedulian dan keinginan untuk membantu. Untuk indikator kecepatan dalam menanggapi keluhan memiliki 1 item pertanyaan yang berada di pertanyaan nomor 2 dalam angket. Sedangkan untuk indikator kepedulian dan keinginan untuk membantu memiliki 2 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 4 dan 3.

Untuk dimensi *Assurance* terdapat 3 indikator yaitu kepedulian kepada pelanggan, sikap pegawai dalam melayani dan jaminan keamanan dalam melayani. Pada indikator kepedulian kepada pelanggan memiliki 1 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 12 pada angket. Untuk indikator sikap pegawai dalam melayani memiliki 2 item pertanyaan yang terletak di

pertanyaan nomor 13 dan 14 pada angket. Untuk indikator jaminan keamanan dalam melayani memiliki 1 item pertanyaan yang terletak pada nomor 16 pada angket.

Untuk dimensi *empathy* terdapat 1 indikator yaitu perhatian dan sabar. Pada indikator tersebut terdapat 3 item pertanyaan yang terletak dipertanyaan nomor 11,10 dan 15 pada angket.

Untuk dimensi *tangible* terdapat 2 indikator yaitu kelengkapan fasilitas dan penampilan pegawai. Untuk indikator kelengkapan fasilitas memiliki 2 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 5 dan 6 pada angket. Untuk indikator penampilan pegawai memiliki 1 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 17 pada angket.

Sedangkan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan nasabah memiliki 3 dimensi dan pertanyaan pada kuesioner sebanyak 6 pertanyaan. Untuk dimensi *Repurchase* memiliki 1 indikator dengan 2 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 1 dan 2 pada angket. Untuk dimensi menciptakan *word-of-mouth* memiliki 1 indikator dengan 3 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 3, 4 dan 5 pada angket. Untuk dimensi menciptakan keputusan pembelian memiliki 1 indikator dengan 1 item pertanyaan yang terletak di pertanyaan nomor 6.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara yang dilakukan untuk mengurai keterangan-keterangan data yang diperoleh agar data tersebut dapat dipahami oleh peneliti dan juga orang lain yang ingin mengetahui hasil penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model penelitian kuantitatif.

### 1. Uji Coba Instrumen

Didalam penelitian maka dapat mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti, dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Oleh karena itu benar atau tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data, tergantung baik tidaknya instrumen pengumpulan data.

Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.<sup>58</sup>

#### a. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. RINEKA CIPTA, 2010), h. 211

<sup>59</sup> Suharsini, Loc.Cit

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya pertanyaan-pertanyaan dalam suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Uji Validitas instrumen pada penelitian ini menggunakan rumus korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

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

Keterangan rumus:

r = Korelasi

N = Banyaknya subjek

X = Nilai pembanding

Y = Nilai dari instrumen yang akan dicari validitasnya

Kaidah pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%, maka instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan dalam pengambilan data. Sebaliknya apabila nilai  $r_{hitung} < r_{tabel}$  pada taraf signifikan 5%, maka instrumen dinyatakan tidak valid dan tidak layak digunakan dalam pengambilan data.

Perhitungan  $r_{hitung}$  pada penelitian ini menggunakan *software SPSS* versi 19. Sedangkan untuk perhitungan  $r_{tabel}$  pada penelitian ini menggunakan *software Microsoft Excel* 2016.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendesius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka beberapa kali pun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat di andalkan.<sup>60</sup>

Tingkat reabilitas instrumen ditentukan berdasarkan besarnya koefisien reliabilitas instrumen tersebut. Untuk mencari nilai besarnya koefisien reliabilitas instrument dengan rumus *alpha Chronbach*:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan rumus:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$  = Jumlah varians butir

$\sigma_t^2$  = Varians total

---

<sup>60</sup> Ibid. h. 221



## 2. Uji Asumsi Klasik

Pengujian regresi linier sederhana dapat dilakukan setelah model dari penelitian ini memenuhi syarat-syarat yaitu lolos dari uji asumsi klasik. Syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah data tersebut harus terdistribusikan secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.

Untuk itu sebelum melakukan pengujian regresi linier sederhana perlu diperlukan dahulu pengujian asumsi klasik. Uji persyaratan untuk analisis regresi sederhana, yaitu terdiri dari:

### a. Uji Normalitas

Data yang distribusi normal artinya data yang mempunyai sebaran yang normal, dengan profil yang dapat mewakili populasi. Sedangkan uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non-parametrik.<sup>61</sup> Penggunaan uji normalitas karena pada analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah bahwa data tersebut harus terdistribusi secara normal.

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *software SPSS* versi 19 sehingga memperoleh angka probabilitas atau *Asymp Sig (2-Tailed)*. Nilai ini akan dibandingkan dengan angka 0,05.

---

<sup>61</sup> V. Wiratna Sujarweni, Op.Cit, h. 120

Berikut merupakan kriteria pengujian uji normalitas:

- 1) Jika *Asymp Sig (2-Tailed)*  $> 0,05$  maka distribusi data dinyatakan normal
- 2) Jika *Asymp Sig (2-Tailed)*  $< 0,05$  maka distribusi data dinyatakan tidak normal

b. Uji Linieritas

Disamping uji normalitas, perlu pula dilakukan uji linieritas terhadap data yang dikumpulkan. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel (X dan Y) mempunyai hubungan yang linier secara signifikan atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dan variabel dependen.

Cara yang dapat digunakan untuk uji linieritas ini antara lain menggunakan persamaan garis regresi. Apabila nilai F yang dapat/diamati ( $f_{hitung}$ ) lebih besar dari pada  $f_{tabel}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha$ )=0,05, maka dapat dikatakan data tersebut linier. Sebaliknya apabila nilai F yang dapat/diamati ( $f_{hitung}$ ) lebih kecil dari pada  $f_{tabel}$  pada taraf signifikansi ( $\alpha$ )=0,05, maka dapat dikatakan data tersebut tidak linier.

Dalam penelitian ini, F yang dapat/diamati ( $f_{hitung}$ ) diperoleh dengan menggunakan *software SPSS* versi 19. Sedangkan untuk  $f_{tabel}$  diperoleh dengan menggunakan *software Microsoft Excel 2016*.

## I. Hipotesis Statistik

### 1. Analisa Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.<sup>62</sup>

#### a. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Persamaan regresi linier sederhana diperoleh dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat

X = Variabel Bebas

a = konstanta

b = koefisien regresi

Dalam penelitian ini, nilai a dan nilai b didapat diperoleh menggunakan *software SPSS* versi 19.

#### b. Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi pada regresi linier sederhana dapat diperoleh dengan menggunakan rumus:

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

---

<sup>62</sup> Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2014), h.261

Keterangan:

$r$  = Koefisien Korelasi Pearson

$\sum XY$  = Mean dari hasil keralian skor variabel X dan Y

$N$  = *Number of Cases*

$\sum X^2$  = Jumlah dari skor X kuadrat

$\sum Y^2$  = jumlah dari skor Y kuadrat

$\sum X$  = Jumlah dari skor X

$\sum Y$  = jumlah dari skor Y

c. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi atau koefisien penentu diperoleh

dengan rumus:

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

Keterangan:

KD = Koefisien Determinasi

KR = Koefisien Korelasi

## 2. Kriteria Penerimaan dan Penolakan Hipotesis

Hipotesis merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya, atau merupakan suatu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian.<sup>63</sup>

Penulisan sementara menyimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara variabel independen yaitu sistem bagi hasil (X) dan variable dependen yaitu keputusan nasabah (Y). Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

---

<sup>63</sup> Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, Op.Cit h. 76

$H_0$  : Tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

$H_a$  : Terdapat pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Kesimpulan apakah  $H_0$  diterima atau ditolak, diperoleh dengan syarat hipotesis menurut metode analisis korelasi. Apabila  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sebaliknya apabila Apabila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskriptif data**

##### **1. Sejarah Bank Syariah Mandiri**

Sejarah Berdirinya Bank Mandiri Syariah (BSM) Kehadiran BSM sejak tahun 1999, sesungguhnya merupakan hikmah sekaligus berkah pasca krisis ekonomi dan moneter 1997-1998. Sebagaimana diketahui, krisis ekonomi dan moneter sejak Juli 1997, yang disusul dengan krisis multi-dimensi termasuk di panggung politik nasional, telah menimbulkan beragam dampak negatif yang sangat hebat terhadap seluruh sendi kehidupan masyarakat, tidak terkecuali dunia usaha. Dalam kondisi tersebut, industri perbankan nasional yang didominasi oleh bank–bank konvensional mengalami krisis luar biasa. Pemerintah akhirnya mengambil tindakan dengan merestrukturisasi dan merekapitalisasi sebagian bank–bank di Indonesia. Salah satu Bank konvensional, PT Bank Susila Bakti (BSB) yang dimiliki oleh Yayasan

Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB berusaha keluar dari situasi tersebut dengan melakukan upaya merger dengan beberapa Bank lain serta mengundang investor asing.

Pada saat bersamaan, pemerintah melakukan penggabungan (merger) empat Bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank

Exim, dan Bapindo) menjadi satu Bank baru bernama PT Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999. Kebijakan penggabungan tersebut juga menempatkan dan menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk sebagai pemilik mayoritas baru BSB. Sebagai tindak lanjut dari keputusan merger, Bank Mandiri melakukan konsolidasi serta membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah. Pembentukan tim ini bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang Bank.

Umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system). Tim Pengembangan Perbankan Syariah memandang bahwa pemberlakuan UU tersebut merupakan momentum yang tepat untuk melakukan konversi PT Bank Susila Bakti dari bank konvensional menjadi bank syariah. Dengan melakukan penggabungan (merger) dengan beberapa bank dan mengundang investor asing. Oleh karenanya, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera mempersiapkan sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri sebagaimana tercantum dalam Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Perubahan kegiatan usaha BSB menjadi Bank Umum Syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI/No.1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, melalui Surat

Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ Menyusul pengukuhan dan pengakuan legal tersebut, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak Senin tanggal 25 Rajab 1420H atau tanggal 1 November 1999. PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik. PT Bank Syariah Mandiri kini memiliki 669 outlet terdiri dari 125 Kantor Cabang, 406 Kantor Cabang Pembantu (KCP), 38 Kantor Kas, 15 Konter Layanan Syariah, dan 85 Payment Point.

BSM dilengkapi layanan berbasis e-channel seperti BSM Mobile Banking GPRS dan BSM Net banking serta fasilitas ATM yang terkoneksi dengan bank induk. Dari sisi kinerja keuangan unaudited per Desember 2011, asset BSM mencapai Rp 48,83 triliun, dengan komposisi Dana Pihak Ketiga Rp 42,62 triliun, dan Pembiayaan Rp 36,6 triliun. Sebagian besar pembiayaan atau 72,74 persen terdistribusikan ke segmen non korporasi.<sup>64</sup>

---

<sup>64</sup> Dokumentasi pihak BSM



## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi adalah suatu tujuan atau sasaran yang ingin dicapai. Membaca visi dan misi adalah salah satu kegiatan rutin yang dilakukan oleh setiap karyawan Bank Syariah Mandiri setiap pagi sebelum melakukan aktivitas.

Di bawah ini adalah visi dan misi Visi dari Bank Syariah Mandiri yaitu sebagai berikut.<sup>65</sup>

### a. Visi

“Bank syariah terdepan dan modern (the leading and modern syariah bank)”

#### 1) Untuk Nasabah

BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.

#### 2) Untuk Pegawai

BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.

#### 3) Untuk Investor

Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan

### b. Misi

#### 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.

---

<sup>65</sup> Bank Syari'ah Mandiri, “Visi & Misi”, diakses dari <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/visi-misi> pada tanggal 10 Oktober 2018 pukul 11:56

- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

### **3. Kegiatan Utama Perusahaan**

#### **a. Pendanaan (*Funding*)**

Kegiatan ini berfungsi untuk mengimpun dana (*Funding*) dari masyarakat atau dari pihak ketiga. Produk kegiatan *Funding* seperti Tabungan, Deposito, dan Giro. Macam-macam produk pendanaan di BSM KCP Cirendeudeu yaitu :

##### 1) Tabungan

Jenis jenis tabungan yang ada di BSM KCP Cirendeudeu yaitu:

- a) Tabungan BSM
- b) BSM Tabungan Berencana
- c) BSM Tabungan Simpatik
- d) BSM Tabungan Investa Cendekia
- e) BSM Tabungan Dollar

- f) BSM Tabungan Pensiun
- g) BSM Tabunganku
- h) Tabungan Mabruur
- i) Tabungan Mabruur Junior

## 2) Deposito

Jenis deposito yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP

Cirendeu yaitu:

- a) BSM Deposito
- b) BSM Deposito Valas

## 3) Giro

Jenis jenis Giro yang ada di Bank Syariah Mandiri KCP

Cirendeu yaitu:

- a) BSM Giro
- b) BSM Giro Valas

## 4) Investasi

Jenis jenis investasi yang ada di Bank Syariah Mandiri

KCP Cirendeu yaitu:

- a) Reksa Dana
- b) Sukuk Negara Retail

### **b. Pembiayaan (*Financing*)**

Kegiatan ini memberikan sejumlah dari dana yang telah di himpun dari masyarakat atau dari pihak ketiga untuk membantu

nasabah yang membutuhkan dana. Macam macam produk pembiayaan di BSM KCP Cirendeudeu yaitu :

1) Pembiayaan Konsumen

Jenis jenis pembiayaan konsumen yang ada di BSM KCP

Cirendeudeu yaitu:

- a) BSM Implan
- b) Pembiayaan Kepada Pensiunan
- c) Pembiayaan Griya BSM
- d) BSM OTO

2) Pembiayaan *Comercial*

Jenis-jenis Pembiayaan Comercial yang ada di BSM KCP

Cirendeudeu yaitu:

- a) Pembiayaan
  - Pembiayaan Modal Kerja
  - Investasi
- b) Pembiayaan Khusus
  - Pembiayaan Kepemilikan Alat Berat
  - Pembiayaan Kepemilikan Ruko
  - Pembiayaan Dana Berputar
  - Pembiayaan Investasi Terikat

### 3) Pembiayaan *Corporate*

Jenis jenis pembiayaan corporate yang ada di BSM KCP

Cirendeudeu yaitu:

- a) Pembiayaan modal kerja
- b) Pembiayaan investasi

### 4) Pembiayaan *Small Banking*

Jenis-jenis pembiayaan *small banking* yang ada di BSM

KCP Cirendeudeu yaitu:

- a) Pembiayaan modal kerja
- b) Pembiayaan Investasi

### 5) Pembiayaan Umrah

### 6) Emas

Jenis jenis pembiayaan emas yang ada di BSM KCP

Cirendeudeu yaitu:

- a) Cicil Emas
- b) Gadai Emas

## c. Jasa

Disamping BSM melakukan funding dan financing, Bank Syari'ah Mandiri (BSM) juga menyediakan berbagai macam jasa perbankan. Pada BSM jasa perbankan di bagi menjadi 2 jenis yaitu:

### 1) Jasa Produk

- a) BSM Card
- b) BSM SMS Banking

- c) BSM Mobile Banking
  - d) BSM Net Banking
  - e) Pembayaran melalui menu Pemindabukuan di ATM (PPBA)
  - f) BSM Electronic Payrol
  - g) Transfer Uang Tunai
  - h) BSM E-money
- 2) Jasa Oprasional
- a) BSM Western Union
  - b) BSM Kliring
  - c) BSM Inkaso
  - d) BSM Intercity Clearing
  - e) BSM RTGS (Real Gross Settlement)
  - f) Transfer Dalam Kota (LLG)
  - g) BSM Transfer Valas
  - h) BSM Referensi Bank
  - i) BSM Standing Order
  - j) BSM Payment Point
  - k) Layanan BSM Pembayaran Intitusi (BPI)

#### **4. Budaya Perusahaan**

Dalam rangka mewujudkan Visi dan Misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam. Insan-insan dimaksud, yang kemudian disebut BSM Shared Values. BSM Shared Values tersebut adalah ETHIC<sup>66</sup>, yaitu :

- a. *Excellence* : Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik.
- b. *Teamwork* : Aktif, bersinergi untuk sukses bersama.
- c. *Humanity* : Peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah bagi negeri.
- d. *Integrity* : Jujur, taat, amanah dan bertanggung jawab.
- e. *Customer service* : Berorientasi kepada kepuasan nasabah pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan.

## **B. Uji Persyaratan Analisis**

### **1. Uji Percobaan Instrumen**

#### a. Uji Validitas

Uji coba instrumen penelitian ini dilakukan pada 97 Nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeuh dengan lembar angket/ kuesioner variabel kualitas pelayanan berjumlah 17 butir pernyataan, lembar angket/ kuesioner variabel kepuasan nasabah

---

<sup>66</sup> Bank Syari'ah Mandiri, "*Budaya Perusahaan*", diakses dari <https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/budaya-perusahaan> diakses pada Rabu 10 Oktober 2018 pukul 13.00 WIB

6 pernyataan. Hasil uji validitas dirangkum dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Kualitas Nasabah**

<b>Nomor Pertanyaan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
1	0,741	0,296	<b>VALID</b>
2	0,682	0,296	<b>VALID</b>
3	0,683	0,296	<b>VALID</b>
4	0,745	0,296	<b>VALID</b>
5	0,763	0,296	<b>VALID</b>
6	0,683	0,296	<b>VALID</b>
7	0,708	0,296	<b>VALID</b>
8	0,724	0,296	<b>VALID</b>
9	0,781	0,296	<b>VALID</b>
10	0,678	0,296	<b>VALID</b>
11	0,820	0,296	<b>VALID</b>
12	0,726	0,296	<b>VALID</b>
13	0,645	0,296	<b>VALID</b>
14	0,635	0,296	<b>VALID</b>
15	0,736	0,296	<b>VALID</b>
16	0,632	0,296	<b>VALID</b>
17	0,649	0,296	<b>VALID</b>

Dari hasil tabel 4.1 dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X) memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,296) dan bernilai positif. Dengan demikian masing-masing butir pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan (X) dinyatakan valid.



**Tabel 4.2**  
**Hasil Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah**

<b>Nomor Pertanyaan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Kesimpulan</b>
1	0,548	0,296	<b>VALID</b>
2	0,494	0,296	<b>VALID</b>
3	0,656	0,296	<b>VALID</b>
4	0,601	0,296	<b>VALID</b>
5	0,561	0,296	<b>VALID</b>
6	0,454	0,296	<b>VALID</b>

Dari hasil tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,296) dan bernilai positif. Dengan demikian masing-masing butir pertanyaan pada variabel kepuasan nasabah (Y) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Kriteria pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan cara membandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  pada taraf 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 4.3**  
**Koefisien Reliabilitas**

NO	Koefisien Korelasi	Kualifikasi
1	Antara 0,81-1,00	Sangat Tinggi
2	Antara 0,61-0,80	Tinggi
3	Antara 0,41-0,60	Cukup
4	Antara 0,21-0,40	Rendah
5	Antara 0,01-0,20	Sangat Rendah

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	Kefisien <i>Cronbach Alpha</i>	Interpretasi
Kualitas Nasabah	0,794	Tinggi
Kepuasan Nasabah	0,843	Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan data yang valid, dapat disimpulkan bahwa instrumen untuk variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki koefisien *Cronbach Alpha* sebesar lebih dari  $r_{tabel}$  (0,296) maka kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian. Untuk Variabel kualitas pelayanan (X) berada dalam kategori tinggi karena nilai *Cronbcch Alpha* lebih dari 0,794. Sedangkan pada variabel

kepuasan nasabah (Y) berada dalam kategori sangat tinggi karena nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,843.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas data dilakukan untuk mengetahui data pada setiap variabel berdistribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas dilakukan pada variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan nasabah (Y). Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS hasil dari tabel *One Sample Kolmogorov-Smirnov* test diperoleh angka probabilitas atau *Asymp Sig (2tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05. Menggunakan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika *Asymp sig ( 2 – tailed) > 0,05* maka distribusi data adalah normal.
- 2) Jika *Asymp sig ( 2 – tailed) < 0,05* maka distribusi data adalah tidak normal.

Uji normalitas data dihitung dengan menggunakan bantuan program SPSS dan diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.5 Hasil Output Uji Normalitas**

		One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
		Kualitas	Kepuasan
N		97	97
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	68.0928	25.2268
	Std. Deviation	1.13046E1	3.06358
Most Extreme Differences	Absolute	,235	,202
	Positive	,136	,131
	Negative	-,235	-,202
Kolmogorov-Smirnov Z		2.311	1.994
Asymp. Sig. (2-tailed)		5.748	7.044

a. Test distribution is Normal.

b. calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* > dari tingkat alpha yang ditetapkan (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa persebaran data dari kedua variabel berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pengujian linieritas pada penelitian ini menggunakan bantuan *SPSS 19 for Windows*.

Kriteria pengujian linieritas yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linier.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Output Uji Linieritas**

ANOVA Table					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_Kepu Between Groups (Combined)	223.450	16	13.966	3.367	,116
asan					
Linearity	89.813	1	89.813	21.655	,000
X_Kuali					
Deviation					
From	133.637	15	8.909	2.148	,087
Linearity					
Within Groups	53.917	13	4.147		
Total	277.367	29			

Dari tabel di atas diperoleh nilai  $F = 2.148$  dengan tingkat signifikansi  $0.087$ . Tingkat signifikansi akan dibandingkan dengan  $0,05$  (karena menggunakan taraf signifikansi atau  $\alpha = 5\%$ ).

Untuk mengambil keputusan maka menggunakan kriteria pengujian yaitu jika nilai sig.  $< \alpha$  maka  $H_0$  ditolak, Jika nilai sig.  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak artinya ada hubungan yang linier antara kualitas pelayanan dengan kepuasan.

### 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 linearitas. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diketahui bahwa kedua kelompok data tersebut berdistribusi normal dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sehingga memenuhi persyaratan untuk melanjutkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji persamaan regresi linier sederhana.

### 1. Uji Regresi Linier Sederhana

Metode regresi linier sederhana ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah. Untuk itu penulis sajikan hasil uji regresi sederhana berdasarkan tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Output Uji Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.505	1.482		9.112	.000
	X_Kualitas	.172	.021	.635	8.017	.000

- a. Konstanta sebesar 13.505; artinya jika kualitas pelayanan adalah 0, maka Kepuasan pelanggan (Y') nilainya adalah 13.505 atau jika variabel Kepuasan pelanggan tidak dipengaruhi oleh variabel lain maka nilainya adalah positif 13.505.

- b. Koefisien regresi variabel Kualitas pelayanan (X) sebesar 0.172; artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel Kualitas pelayanan mengalami kenaikan 1 satuan, maka Kepuasan pelanggan (Y') akan mengalami kenaikan sebesar 0.172. Koefisien bernilai positif artinya terjadi pengaruh positif Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan, semakin tinggi Kualitas pelayanan maka semakin besar Kepuasan pelanggan.
- c. Variabel Kualitas pelayanan (X) memiliki nilai signifikansi (Sig.) 0.000 pada tabel Coefficients<sup>a</sup> dengan nilai  $\alpha$  (derajat signifikansi) 0.05 artinya  $0.000 < 0.05$  atau terdapat pengaruh yang signifikan dan uji t menunjukkan  $8.017 > t$  tabel (2.000). Artinya Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

## 2. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4.8**  
**Hasil Output Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.404	.397	2.37849

a. Predictors: (Constant), X\_KPL

b. Dependent Variable: Y\_Kepuasan

Berdasarkan tabel 4.17 di atas diperoleh angka R<sup>2</sup> (R Square) sebesar 0.404 atau (40.4%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen kualitas pelayanan terhadap variabel dependen kepuasan sebesar 40.4%. Atau variasi variabel

independen yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 40.4% variasi variabel dependen. Sedangkan sisanya sebesar 59.6% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

*Standard Error of the Estimate* adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari hasil regresi di dapat nilai 2.37849, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi Kepuasan Nasabah adalah 2.37849. Sebagai pedoman jika Standard error of the estimate kurang dari standar deviasi Y, maka model regresi semakin baik dalam memprediksi nilai Y.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan melakukan pembelian suatu produk. Kualitas pelayanan dapat dikatakan bagus jika sesuai harapan pelanggan atau nasabah, dan sebaliknya kualitas pelayanan dapat dikatakan buruk jika tidak sesuai dengan harapan pelanggan atau nasabah. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Leonard L. Barry, Parasuraman dan Zeithaml dalam Philip Kotler yang dikenal dengan *service quality* (SERVQUAL), yang berdasarkan pada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (empati).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu



Cirende. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik uji t diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 8,017 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,000 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena  $t_{hitung}$  lebih besar dari pada  $t_{tabel}$  ( $8,017 > 2,000$ ), signifikansi ( $0,000 < 0,05$ ) dan koefisien regresi mempunyai nilai positif, maka dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh antara variabel independen (X) variabel dependen (Y). Artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirende.

Untuk mengetahui besarnya hubungan variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y) pada penelitian ini dihitung menggunakan analisis koefisien determinasi (KD). Dari perhitungan analisis koefisien determinasi (KD) diperoleh nilai sebesar 40,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 40,4% terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirende sedangkan 59,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri kantor cabang pembantu Cirendeu. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,172, nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $8,017 > 2,000$ ), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ( $sig < 0,05$ ). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sebesar 40,4% dan 59,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

#### B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, penulis memberikan saran sebagai berikut:

##### 1. Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Maka dari itu, peneliti menyarankan kepada perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabah.

##### 2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar dapat lebih mengembangkan dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Selain itu penulis juga dapat menggunakan metode lain seperti wawancara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan. 2010. *Marketing bank syariah*. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia
- Arikunto, Suharsini. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* Jakarta: PT. RINEKA CIPTA
- Gerson, Richard F. Ph.D. 1993. *Mengukur Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PPM
- Hadinoto, Soetanto. 2009. *Kiat Memimpin Bank Ritel, Mikro, Dan Konsumer*. Jakarta : Elex Media Komputindo
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ikatan Bankir Indonesia. 2014. *Mengelola Bank Syariah*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ikatan Bankir Indonesia. 2015. *Startegi Bank Syariah*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ikit. 2015. *Akuntansi Penghimpunan Dana Bank Syariah*. Yogyakarta: Deepublish
- Ismail. 2011. *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Iqbal, Mohammad. 2004. *Mendongkrak Kinerja Bisnis*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Kasmir. 2010. *Pemasaran Bank Jakarta* : Kencana
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran* Jakarta: Phenhallindo
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*, New Jersey: New Prentice Hall Inc
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. 1998. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo
- Qurdhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: GIP
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka
- Al-arif & M. Nur Rianto. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung : Alfabeta

- Sarwono, Jonathan. *Mengenal Prosedur-Prosedur Populer Dalam SPSS 23*. Jakarta : PT.Elex Media Komputindo
- Sekaran & Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Bisnis*, Di terjemahkan oleh Kwan Men Yon. Salemba Empat. Jakarta
- Siregar, Syofyan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana
- Sitinjak, Tony, Darmadi Durianto, Sugiarto & Holy Icut Yunarto. 2004. *Model Matriks Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sjahdeini, Sutan Remi Sjahdeini. 2007. *Perbankan Islam*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti
- Sudarso, Andriasan. 2012. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan*. Yogyakarta: Deepublish
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung, Alfabeta
- Supyadilah, Asep. 2013. *Produk Pendanaan Bank Syariah*. Jakarta: Wahana Kardofa
- Tangkilisan, Nogi Hessel. S. 2005. *Manajemen Publik*. Jakarta : PT. Grasindo
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Manajemen*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy & Anastasia Diana. 2003 *Total Quality Manajemen*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra & Dedi Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi
- Umam, Khaerul. 2013. *Manajemen Perbankan Syariah*. Jakarta: Pustaka Setia
- Undang-undang No. 21 tahun 2008
- Wangsawidjaja. 2012. *Pembiayaan Bank Syariah*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Yudi Suharno. *Memahami 3 Pilar Keuangan Syariah*. diakses dari <http://keuangansyariah.mysharing.co/memahami-3-pilar-keuangan-syariah/>. [24 Juli 2018]

Utsman Ali, *Pengertian, Fungsi dan Sejarah Bank Syariah*. diakses dari <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank-syariah.html>. [23 Mei 2018].

Studi Ilmu. *Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan*, diakses dari <https://www.studilmu.com/blogs/details/metode-pengukuran-kepuasan-pelanggan>. [24 Juli 2018]

Ridwan202, *Kualitas Pelayanan dalam Islam*, diakses dari <https://ridwan202.wordpress.com/3013/02/11kualitas-pelayanan-dalam-islam>. [24 Mei 2018]

Arif Sulfiantonno. *Al-Quran dan Kepuasan Pelanggan Bank Syariah*,.diakses dari <http://www.academia.edu/AL-QURAN-DAN-KEPUASAN-BANK-SYARIAH>. [25 Juni 2018]



**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 : 05/F.6.I-UMJ/VIII/2018

Jakarta, 19 Dzulqo'dah 1439 H

Hal : Permohonan Riset/Penelitian

01 Agustus 2018 M

Kepada Yth.

Kepala Bank Syariah Mandiri KCP. Cirendeu

Jl. Cirende Raya No.29 F, Ciputat, Tangerang, Tangerang Selatan

di

tempat

*Assalamu'alaikum W. W.*

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

Nama : RIFDATUL ADIBAH  
Nomor Pokok : 2014577003  
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 9 Oktober 1996  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (SI)  
No. HP : 08972770764

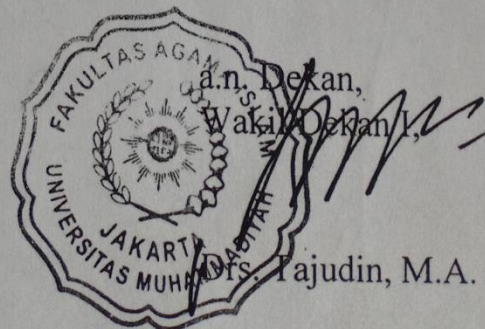
diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

*"Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Syariah Mandiri KC. Cirende, Tangerang Selatan"*

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

*Wabillahittaufiq walhidayah*

*Wassalamu'alaikum W. W.*



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. 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 : 05/F.6.I-UMJ/VIII/2018  
Hal : Permohonan Riset/Penelitian

Jakarta, 19 Dzulqo'dah 1439 H  
01 Agustus 2018 M

Kepada Yth.  
Kepala Bank Syariah Mandiri KCP. Cirendeu  
Jl. Cirende Raya No.29 F, Ciputat, Tangerang, Tangerang Selatan  
di  
tempat

*Assalamu'alaikum W. W.*

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

Nama : RIFDATUL ADIBAH  
Nomor Pokok : 2014577003  
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 9 Oktober 1996  
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah  
Jenjang : Strata Satu (SI)  
No. HP : 08972770764

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 pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Syariah Mandiri KC. Cirende, Tangerang Selatan"*

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

*Wabillahittaufiq walhidayah*  
*Wassalamu'alaikum W. W.*



Tembusan:

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



## SURAT KETERANGAN

PT BANK SYARIAH MANDIRI yang berkedudukan di Jalan Cirendeudeu Raya No.29 E, Cirendeudeu Tangerang 15419, Indonesia. Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rifdatul Adibah

NIM : 2014577003

Jurusan : Manajemen Perbankan Syariah

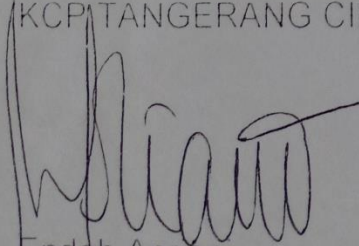
Universitas : Universitas Muhammadiyah Jakarta

Telah melaksanakan Penelitian di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Tangerang Cirendeudeu dengan judul skripsi "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Pembantu Cirendeudeu".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 11 Oktober 2018

PT BANK SYARIAH MANDIRI  
KCP TANGERANG CIRENDEUDEU



Endah Apriani  
Branch manager



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan  
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : RIFDATUL ADIBAH  
No. Pokok : 2014577003  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Lembaga Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah BNI Syariah Cabang Tangerang.  
Pembimbing : Bapak Drs. Zamris Habib, M.Si.  
Tgl. Berakhir : 8 Februari s.d 8 Agustus 2018 9 Agustus 2018 s.d. 9 Februari 2019

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1	8/2	BAB I	Perbaiki judul dan cover blip.	
2	23/2	BAB I	Revisi Bab I dan bagian masalah, rumusan masalah.	
3	13/3	BAB II	Perbaiki Teori.	
4	10/4	BAB II	Kejelasan bentuk dan hipotesis	
5	27/8	BAB II	- Metadialog - Ombudsman - Kasi 2	
6			Ok. Perbaikan lampiran.	
7	24/01 2019		Ok. Revisi	

## LAMPIRAN

### JAWABAN KUESIONER HASIL OLAHAN DATA EXCEL

### JAWABAN KUESIONER HASIL OLAHAN DATA EXCEL VARIABEL KUALITAS

### PELAYANAN

Responden	Instrument Pertanyaan																	Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
1	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	71
2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	80
3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	76
4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	77
5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	72
6	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	72
7	5	4	3	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	69
8	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	78
9	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	2	4	5	5	4	68
10	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	74
11	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	67
12	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	75
13	3	4	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	75
14	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	4	70
15	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	3	4	72
16	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	72
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	81
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	82
19	4	5	5	4	4	4	5	3	4	4	5	2	3	5	4	5	4	70
20	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	74
21	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	2	5	5	75
22	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	73
23	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	75
24	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	80
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	82
26	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	4	5	3	4	72
27	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	73
28	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	78
29	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	80
30	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	75
31	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	76
32	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	73

<b>33</b>	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	75
<b>34</b>	3	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	72
<b>35</b>	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	76
<b>36</b>	4	5	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	72
<b>37</b>	3	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	70
<b>38</b>	3	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	73
<b>39</b>	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	70
<b>40</b>	5	4	4	5	4	5	4	3	5	5	5	4	2	3	4	5	3	70
<b>41</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	70
<b>42</b>	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	72
<b>43</b>	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	75
<b>44</b>	5	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	2	4	67
<b>45</b>	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	68
<b>46</b>	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	77
<b>47</b>	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	2	2	3	2	5	70
<b>48</b>	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	69
<b>49</b>	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	72
<b>50</b>	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	67
<b>51</b>	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	73
<b>52</b>	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	77
<b>53</b>	4	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	2	4	4	4	3	5	67
<b>54</b>	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	74
<b>55</b>	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	68
<b>56</b>	4	3	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
<b>57</b>	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	75
<b>58</b>	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	3	4	72
<b>59</b>	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	2	4	70
<b>60</b>	3	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	4	69
<b>61</b>	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	4	5	4	5	2	3	4	68
<b>62</b>	3	4	5	3	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	5	69
<b>63</b>	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	76
<b>64</b>	5	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	74
<b>65</b>	5	5	5	3	5	5	5	3	4	5	5	4	3	3	3	4	5	72
<b>66</b>	5	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	76
<b>67</b>	4	3	4	3	5	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
<b>68</b>	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	71
<b>69</b>	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	74
<b>70</b>	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	73
<b>71</b>	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	5	73
<b>72</b>	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	75
<b>73</b>	3	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	71
<b>74</b>	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	70

75	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	3	5	72
76	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	2	4	69
77	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	80
78	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	3	4	5	4	5	75
79	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	4	73
80	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	73
81	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	76
82	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	78
83	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	72
84	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	3	4	4	74
85	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	76
86	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	77
87	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	71
88	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	78
89	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	78
90	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	74
91	4	5	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	75
92	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	78
93	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	79
94	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	75
95	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	75
96	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	79
97	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	79

## JAWABAN KUESIONER HASIL OLAHAN DATA EXCEL VARIABEL KEPUASAN

### NASABAH

Responden	Instrument Pertanyaan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	5	3	4	4	24
2	3	3	4	4	5	5	24
3	4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	4	4	3	5	25
5	4	4	4	4	5	5	26
6	5	5	5	4	3	4	26
7	4	4	5	4	4	5	26
8	3	4	5	3	4	4	23
9	4	4	4	4	5	4	25
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	3	4	5	5	5	26
12	5	5	4	4	4	3	25
13	3	4	5	5	4	4	25

14	5	5	3	3	4	5	25
15	4	3	5	4	4	5	25
16	5	5	3	4	5	5	27
17	3	3	5	5	4	4	24
18	4	3	5	5	5	4	26
19	4	4	4	4	5	4	25
20	5	5	5	5	5	5	30
21	3	5	4	3	5	5	25
22	4	4	4	4	4	5	25
23	4	3	4	4	5	5	25
24	5	4	5	5	5	4	28
25	3	3	4	4	5	4	23
26	4	4	3	4	5	5	25
27	5	4	5	5	5	4	28
28	5	5	5	5	4	5	29
29	3	4	5	4	4	4	24
30	3	4	5	5	4	5	26
31	4	5	5	4	4	4	26
32	5	4	4	5	5	5	28
33	4	4	5	5	5	4	27
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	5	5	4	4	5	27
36	4	3	4	5	5	4	25
37	4	3	4	4	5	5	25
38	5	4	5	3	5	5	27
39	4	5	3	4	4	4	24
40	3	3	4	5	5	5	25
41	5	5	5	4	4	5	28
42	5	5	5	5	4	5	29
43	3	4	5	4	3	4	23
44	5	5	4	4	4	4	26
45	5	5	4	4	5	4	27
46	3	3	4	4	5	5	24
47	3	4	5	4	4	4	24
48	4	4	4	5	5	4	26
49	5	5	5	5	5	4	29
50	5	5	3	4	4	4	25
51	5	4	4	5	5	4	27
52	5	4	4	4	4	5	26
53	4	5	4	5	5	5	28
54	4	4	5	4	4	5	26
55	5	5	5	4	4	4	27
56	5	5	4	4	5	5	28
57	4	4	4	5	5	4	26
58	4	4	5	4	4	5	26

59	5	5	5	4	4	5	28
60	5	3	5	5	5	4	27
61	3	4	4	5	5	5	26
62	4	5	4	4	4	5	26
63	5	4	5	5	5	4	28
64	5	4	5	5	5	4	28
65	4	4	5	4	5	5	27
66	4	5	4	5	5	5	28
67	5	5	5	4	5	5	29
68	5	5	5	5	5	4	29
69	4	4	3	5	4	4	24
70	3	4	5	5	5	5	27
71	4	4	4	4	5	5	26
72	4	5	5	4	4	5	27
73	5	5	5	4	5	5	29
74	5	3	4	4	4	5	25
75	3	4	5	5	4	4	25
76	5	5	5	4	4	4	27
77	3	4	5	5	4	5	26
78	5	5	4	4	5	5	28
79	4	4	5	5	5	4	27
80	4	4	5	5	5	5	28
81	4	5	4	4	4	5	26
82	5	5	4	4	4	4	26
83	5	4	5	4	4	4	26
84	5	3	5	5	5	4	27
85	3	3	4	5	4	4	23
86	4	4	4	5	5	4	26
87	5	4	5	5	5	4	28
88	5	5	5	4	4	5	28
89	4	5	5	4	4	5	27
90	3	3	5	5	5	5	26
91	5	4	4	5	5	5	28
92	4	4	5	5	4	4	26
93	5	5	5	4	4	5	28
94	4	5	4	4	5	5	27
95	4	4	4	4	5	5	26
96	5	4	5	4	5	5	28
97	3	3	5	5	4	5	25

LAMPIRAN

HASIL OUTPUT SPSS

HASIL OUTPUT UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PELAYANAN

Corellation

	VAR0 0001	VAR0 0002	VAR0 0003	VAR0 0004	VAR0 0005	VAR0 0006	VAR0 0007	VAR0 0008	VAR0 0009	VAR0 0010	VAR0 0011	VAR0 0012	VAR0 0013	VAR0 0014	VAR0 0015	VAR0 0016	VAR0 0017	Total X1		
VAR00001	Pearson Correlation	1	.601**	.729**	.605**	.667**	.367*	.682**	.576**	.417*	.401*	.487**	.469**	.364*	.423*	.497**	.585**	.439*	.761**	
	Sig. (2- Tailed)		0	0	0	0	0,046	0	0,001	0,022	0,028	0,006	0,009	0,048	0,02	0,005	0,001	0,015	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00002	Pearson Correlation	.601**	1	.557**	.582**	.682**	0,309	.566**	.582**	.491**	0,301	0,291	0,145	0,158	0,252	.404*	0,280	0,225	.593**	
	Sig. (2- Tailed)	0		0,001	0,001	0	0,097	0,001	0,001	0,006	0,106	0,118	0,444	0,405	0,178	0,027	0,134	0,231	0,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00003	Pearson Correlation	.729**	.557**	1	.675**	.614**	.535**	.701**	.582**	.507**	.449*	.473**	.586**	0,265	.449*	.465**	.454*	.366*	.767**	
	Sig. (2- Tailed)	0	0,001		0	0	0,002	0	0,001	0,004	0,013	0,008	0,001	0,156	0,013	0,01	0,012	0,047	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00004	Pearson Correlation	.605**	.582**	.675**	1	.816**	.391*	.602**	.730**	.775**	.425*	.580**	.446*	0,309	.456*	.481**	0,226	.486**	.778**	
	Sig. (2- Tailed)	0	0,001	0		0	0,033	0	0	0	0,019	0,001	0,013	0,097	0,011	0,007	0,229	0,006	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00005	Pearson Correlation	.667**	.682**	.614**	.816**	1	.444*	.785**	.702**	.723**	.481**	.555**	.413*	0,319	.557**	.615**	.394*	.579**	.838**	
	Sig. (2- Tailed)	0	0	0	0		0,014	0	0	0	0,007	0,001	0,023	0,086	0,001	0	0,031	0,001	0	



	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00006	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.367 <sup>*</sup> 0,046 30	0,309 0,097 30	.535 <sup>**</sup> 0,002 30	.391 <sup>*</sup> 0,033 30	.444 <sup>*</sup> 0,014 30	1 0,003 30	.530 <sup>**</sup> 0,003 30	0,317 0,088 30	.416 <sup>*</sup> 0,022 30	.612 <sup>**</sup> 0 30	.533 <sup>**</sup> 0,002 30	.446 <sup>*</sup> 0,014 30	.530 <sup>**</sup> 0,003 30	0,281 0,132 30	.463 <sup>**</sup> 0,01 30	.415 <sup>*</sup> 0,023 30	0,256 0,173 30	.649 <sup>**</sup> 0 30
VAR00007	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.682 <sup>**</sup> 0 30	.566 <sup>**</sup> 0,001 30	.701 <sup>**</sup> 0 30	.602 <sup>**</sup> 0 30	.785 <sup>**</sup> 0 30	.530 <sup>**</sup> 0,003 30	1 0,003 30	.526 <sup>**</sup> 0,003 30	.583 <sup>**</sup> 0,001 30	.475 <sup>**</sup> 0,008 30	.586 <sup>**</sup> 0,001 30	.526 <sup>**</sup> 0,003 30	.372 <sup>*</sup> 0,043 30	.556 <sup>**</sup> 0,001 30	.575 <sup>**</sup> 0,001 30	.536 <sup>**</sup> 0,002 30	.582 <sup>**</sup> 0,001 30	.825 <sup>**</sup> 0 30
VAR00008	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.576 <sup>**</sup> 0,001 30	.582 <sup>**</sup> 0,001 30	.582 <sup>**</sup> 0,001 30	.730 <sup>**</sup> 0 30	.702 <sup>**</sup> 0 30	0,317 0,088 30	.526 <sup>**</sup> 0,003 30	1 0 30	.666 <sup>**</sup> 0 30	0,249 0,184 30	.371 <sup>*</sup> 0,044 30	0,345 0,062 30	0,21 0,264 30	0,274 0,142 30	.451 <sup>*</sup> 0,012 30	0,327 0,078 30	0,334 0,071 30	.664 <sup>**</sup> 0 30
VAR00009	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.417 <sup>*</sup> 0,022 30	.491 <sup>**</sup> 0,006 30	.507 <sup>**</sup> 0,004 30	.775 <sup>**</sup> 0 30	.723 <sup>**</sup> 0 30	.416 <sup>*</sup> 0,022 30	.583 <sup>**</sup> 0,001 30	.666 <sup>**</sup> 0 30	1 0 30	.375 <sup>*</sup> 0,041 30	.509 <sup>**</sup> 0,004 30	.456 <sup>*</sup> 0,011 30	.409 <sup>*</sup> 0,025 30	.482 <sup>**</sup> 0,007 30	.373 <sup>*</sup> 0,042 30	.419 <sup>*</sup> 0,021 30	.579 <sup>**</sup> 0,001 30	.742 <sup>**</sup> 0 30
VAR00010	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.401 <sup>*</sup> 0,028 30	0,301 0,106 30	.449 <sup>*</sup> 0,013 30	.425 <sup>*</sup> 0,019 30	.481 <sup>**</sup> 0,007 30	.612 <sup>**</sup> 0 30	.475 <sup>**</sup> 0,008 30	0,249 0,184 30	.375 <sup>*</sup> 0,041 30	1 0 30	.649 <sup>**</sup> 0 30	.556 <sup>**</sup> 0,001 30	.642 <sup>**</sup> 0 30	.642 <sup>**</sup> 0 30	.678 <sup>**</sup> 0 30	.440 <sup>*</sup> 0,015 30	.469 <sup>**</sup> 0,009 30	.735 <sup>**</sup> 0 30
VAR00011	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.487 <sup>**</sup> 0,006 30	0,291 0,118 30	.473 <sup>**</sup> 0,008 30	.580 <sup>**</sup> 0,001 30	.555 <sup>**</sup> 0,001 30	.533 <sup>**</sup> 0,002 30	.586 <sup>**</sup> 0,001 30	.371 <sup>*</sup> 0,044 30	.509 <sup>**</sup> 0,004 30	.649 <sup>**</sup> 0 30	1 0,001 30	.570 <sup>**</sup> 0 30	.620 <sup>**</sup> 0 30	.506 <sup>**</sup> 0,004 30	.741 <sup>**</sup> 0 30	.423 <sup>*</sup> 0,02 30	.514 <sup>**</sup> 0,004 30	.774 <sup>**</sup> 0 30
VAR00012	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.469 <sup>**</sup> 0,009 30	0,145 0,444 30	.586 <sup>**</sup> 0,001 30	.446 <sup>*</sup> 0,013 30	.413 <sup>*</sup> 0,023 30	.446 <sup>*</sup> 0,014 30	.526 <sup>**</sup> 0,003 30	0,345 0,062 30	.456 <sup>*</sup> 0,011 30	.556 <sup>**</sup> 0,001 30	.570 <sup>**</sup> 0,001 30	1 0,001 30	.422 <sup>*</sup> 0,02 30	.599 <sup>**</sup> 0 30	.654 <sup>**</sup> 0 30	.659 <sup>**</sup> 0 30	0,334 0,071 30	.720 <sup>**</sup> 0 30

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VAR00013	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.364 <sup>*</sup> 0,048 30	0,158 0,405 30	0,265 0,156 30	0,309 0,097 30	0,319 0,086 30	.530** 0,003 30	.372 <sup>*</sup> 0,043 30	0,21 0,264 30	.409 <sup>*</sup> 0,025 30	.642** 0 30	.620** 0 30	.422 <sup>*</sup> 0,02 30	1 0,004 30	.508** 0,013 30	.447 <sup>*</sup> 0,039 30	.378 <sup>*</sup> 0,015 30	.440 <sup>*</sup> 0 30	.613** 0 30
VAR00014	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.423 <sup>*</sup> 0,02 30	0,252 0,178 30	.449 <sup>*</sup> 0,013 30	.456 <sup>*</sup> 0,011 30	.557** 0,001 30	0,281 0,132 30	.556** 0,001 30	0,274 0,142 30	.482** 0,007 30	.642** 0 30	.506** 0,004 30	.599** 0 30	.508** 0,004 30	1 0 30	.625** 0,006 30	.486** 0,004 30	.515** 0,004 30	.709** 0 30
VAR00015	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.497** 0,005 30	.404 <sup>*</sup> 0,027 30	.465** 0,01 30	.481** 0,007 30	.615** 0 30	.463** 0,01 30	.575** 0,001 30	.451 <sup>*</sup> 0,012 30	.373 <sup>*</sup> 0,042 30	.678** 0 30	.741** 0 30	.654** 0,013 30	.447 <sup>*</sup> 0 30	.625** 0 30	1 0,005 30	.500** 0,098 30	0,308 0,098 30	.768** 0 30
VAR00016	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.585** 0,001 30	0,28 0,134 30	.454 <sup>*</sup> 0,012 30	0,226 0,229 30	.394 <sup>*</sup> 0,031 30	.415 <sup>*</sup> 0,023 30	.536** 0,002 30	0,327 0,078 30	.419 <sup>*</sup> 0,021 30	.440 <sup>*</sup> 0,015 30	.423 <sup>*</sup> 0,02 30	.659** 0 30	.378 <sup>*</sup> 0,039 30	.486** 0,006 30	.500** 0,005 30	1 0,006 30	.493** 0,006 30	.657** 0 30
VAR00017	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.439 <sup>*</sup> 0,015 30	0,225 0,231 30	.366 <sup>*</sup> 0,047 30	.486** 0,006 30	.579** 0,001 30	0,256 0,173 30	.582** 0,001 30	0,334 0,071 30	.579** 0,001 30	.469** 0,009 30	.514** 0,004 30	0,334 0,071 30	.440 <sup>*</sup> 0,015 30	.515** 0,004 30	0,308 0,098 30	.493** 0,006 30	1 0,006 30	.631** 0 30
Total X1	Pearson Correlation Sig. (2- Tailed) N	.761** 0 30	.593** 0,001 30	.767** 0 30	.778** 0 30	.838** 0 30	.649** 0 30	.825** 0 30	.664** 0 30	.742** 0 30	.735** 0 30	.774** 0 30	.720** 0 30	.613** 0 30	.709** 0 30	.768** 0 30	.657** 0 30	.631** 0 30	1 0 30

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

## LAMPIRAN

### HASIL OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS VARIABEL Y

		Correlations						Total_Y
		VAR0000 1	VAR0000 2	VAR0000 3	VAR0000 4	VAR0000 5	VAR0000 6	Total_Y
VAR0000 1	Pearson Correlati on	1	.445*	.569**	.666**	.393*	0,178	.776**
	Sig. (2-tailed)		0,014	0,001	0	0,032	0,347	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000 2	Pearson Correlati on	.445*	1	.403*	.494**	0,108	.365*	.637**
	Sig. (2-tailed)	0,014		0,027	0,006	0,571	0,047	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000 3	Pearson Correlati on	.569**	.403*	1	.604**	.407*	0,276	.787**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,027		0	0,026	0,139	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000 4	Pearson Correlati on	.666**	.494**	.604**	1	.535**	0,209	.839**
	Sig. (2-tailed)	0	0,006	0		0,002	0,267	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000 5	Pearson Correlati on	.393*	0,108	.407*	.535**	1	0,197	.650**
	Sig. (2-tailed)	0,032	0,571	0,026	0,002		0,296	0
	N	30	30	30	30	30	30	30
VAR0000 6	Pearson Correlati on	0,178	.365*	0,276	0,209	0,197	1	.513**
	Sig. (2-tailed)	0,347	0,047	0,139	0,267	0,296		0,004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlati on	.776**	.637**	.787**	.839**	.650**	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0,004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

## HASIL OUTPUT SPSS UJI RELIABILITAS

### HASIL OUTPUT UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas	Kepuasan
N		97	97
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	68.0928	25.2268
	Std. Deviation	1.13046E1	3.06358
Most Extreme Differences	Absolute	,235	,202
	Positive	,136	,131
	Negative	-,235	-,202
Kolmogorov-Smirnov Z		2.311	1.994
Asymp. Sig. (2-tailed)		5.748	7.044

a. Test distribution is Normal.

b. calculated from data.

### HASIL OUTPUT UJI LINIERITAS

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y_Kepuasan	Between Groups (Combined)	223.450	16	13.966	3.367	,116
X_Kualitas	Linearity	89.813	1	89.813	21.655	,000
	Deviation From Linearity	133.637	15	8.909	2.148	,087
	Within Groups	53.917	13	4.147		
Total		277.367	29			

### HASIL OUTPUT UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.505	1.482		9.112	,000
	X_Kualitas	,172	,021	,635	8.017	,000

## HASIL OUTPUT SPSS UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 <sup>a</sup>	.404	.397	2.37849

a. Predictors: (Constant), X\_KPL

b. Dependent Variable: Y\_Kepuasan

## LAMPIRAN 1 Kuesioner

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PADA LEMBAGA PERBANKAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH SYARIAH MANDIRI CABANG PEMBANTU CIRENDEU**

Yang terhormat, Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sekalian.

Dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir atau Skripsi, maka peneliti selaku mahasiswa Jurusan Manajemen, mengharapkan bantuan Anda sekalian untuk meluangkan waktu sejenak untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada di dalam kuesioner ini. Data akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk menyusun Tugas Akhir atau Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan. Atas perhatian, bantuan dan kesediaan Anda sekalian, saya ucapkan terima kasih.

#### **A. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Berilah tanda (√) pada tempat yang telah tersedia sesuai dengan jawaban Anda. Penilaian dilakukan berdasarkan skalaberikut:
  - a. **Sangat Setuju (SS)** = 5
  - b. **Setuju (S)** = 4
  - c. **Ragu – ragu (RR)** = 3
  - d. **Tidak Setuju (TS)** = 2
  - e. **Sangat Tidak Setuju (STS)** = 1
2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pada pekerjaan dan akan kami jaga kerahasiaan anda
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu berikan kepada yang menyerahkan kuesioner
5. Terimakasih atas partisipasi Anda.

### Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan atau item	SS	S	RR	TS	STS
1.	Menurut saya, Pegawai Syariah Mandiri melakukan transaksi dengan cepat					
2.	Menurut saya, pegawai Syariah Mandiri Tanggap dalam merespon keluhan nasabah					
3.	Menurut saya, pegawai Syariah Mandiri Siap melayani permintaan nasabah					
4.	Menurut saya, pegawai Syariah Mandiri Selalu bersedia membantu nasabah					
5.	Fasilitas ruang antrian nyaman, bersih dan tenang					
6.	Fasilitas ATM tersedia secara memadai dan dapat berfungsi dengan baik					
7.	Pegawai melakukan pelayanan sesuai dengan prosedur kerja					
8.	Pegawai konsisten dan ulet dalam menyelesaikan masalah					
9.	Pegawai tanggap dalam melayani ketika baru pertama kali datang (menyambut dengan cepat					
10.	Pegawai tanggap dalam melayani ketika baru pertama kali datang (menyambut dengan cepat					

No	Pernyataan atau item	SS	S	RR	TS	STS
11.	Pegawai memiliki kesabaran dalam menanggapi keluhan dalam jangka waktu yang lama					
12.	Pegawai memiliki rasa percaya diri ketika melayani					
13.	Pegawai bersikap sopan dalam memberikan pelayanan					
14.	Pegawai memiliki pengetahuan yang baik dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan					
15.	Pegawai mampu melayani dengan hati yang tulus					
16.	Pegawai memberikan rasa aman dan nyaman pada saat melayani					
17.	Pegawai berpenampilan rapi dan sopan					

### Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya ingin untuk menggunakan kembali jasa pelayanan dalam jangka waktu dekat					
2.	Saya ingin menggunakan kembali dalam jangka waktu yang lama					



No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
3.	Saya bersedia merekomendasikan kepada teman atau orang lain					
4.	Saya bersedia merekomendasikan pelayanan yang diterima kepada keluarga					
5.	Saya bersedia merekomendasikan pelayanan yang diterima kepada instansi					
6.	Menurut saya, ingin menggunakan produk lain dari perusahaan yang sama					

**= TERIMA KASIH =**

# CURRICULUM VITAE

## 1. Keterangan Identitas

Nama : Rifdatul Adibah  
Usia : 21 Tahun  
Tempat/Tgl. Lahir : Tangerang, 09 Oktober 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Status Pernikahan : Belum Menikah  
Alamat : Jl.Garuda Gg.H.ismail RT06/04, No.69.  
Kel. Batuceper, Kec. Batuceper, Tangerang, Banten  
Kewarganegaraan : WNI  
No. KTP : 3671036910960003  
No. Induk Mahasiswa : 2014577003  
No. Handphone : 08972770764  
Email : [rifdatuladibah96@gmail.com](mailto:rifdatuladibah96@gmail.com)



## 2. Riwayat Pendidikan

NAMA SEKOLAH	TAHUN PENDIDIKAN
SDN Kebon Besar I	2002 – 2008
Pondok Pesantren Putri At-Taq'wa	2008 – 2011
Pesantren Pertanian Darul Fallah	2011 – 2014
Universitas Muhammadiyah Jakarta	2014 – 2019

## 3. Kemampuan

- Kemampuan bekerja secara individu maupun kelompok dengan baik
- Dapat mengoperasikan Microsoft Office
- Kemampuan menggunakan Internet